



## **AFECTES I HETERONORMA EN LES HISTÒRIES DEL JO DIGITAL**

**Anna Zaera Bonfill**

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI  
AFECTES I HETERONORMA EN LES HISTÒRIES DEL JO DIGITAL

Anna Zaera Bonfill



UNIVERSITAT  
ROVIRA i VIRGILI

# **Afectes i heteronorma en les *històries del jo* digital**

## **Una aproximació a les narratives del *coming out* a les xarxes socials**

---

Anna Zaera Bonfill



TESI DOCTORAL  
2024



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI



DOCTORAT INTERUNIVERSITARI EN ESTUDIS DE GÈNERE, CULTURES, SOCIETATS I POLÍTQUES

# Afectes i heteronorma en les *històries del jo* digital

Una aproximació a les narratives del *coming out* a les xarxes socials

Anna Zaera Bonfill

Dirigida per la Dra. Iolanda Tortajada Giménez

Universitat Rovira i Virgili

TESI DOCTORAL

Setembre 2024





UNIVERSITAT ROVIRA i VIRGILI  
Escola de Doctorat

FAIG CONSTAR que aquest treball, titulat “Afectes i heteronorma en les històries del jo digital Una aproximació a les narratives del coming out a les xarxes socials”, que presenta **Anna Zaera Bonfill** per a l’obtenció del títol de Doctor, ha estat realitzat sota la meva direcció al Departament d’Estudis de Comunicació d’aquesta universitat.

---

HAGO CONSTAR que el presente trabajo, titulado “Afectes i heteronorma en les històries del jo digital Una aproximació a les narratives del coming out a les xarxes socials”, que presenta **Anna Zaera Bonfill** para la obtención del título de Doctor, ha sido realizado bajo mi dirección en el Departamento de Estudios de Comunicación de esta universidad.

---

I STATE that the present study, entitled “Afectes i heteronorma en les històries del jo digital Una aproximació a les narratives del coming out a les xarxes socials”, presented by **Anna Zaera Bonfill** for the award of the degree of Doctor, has been carried out under my supervision at the Department of Communication Studies of this university.

---

Tarragona, 02/09/2024

El/s director/s de la tesi doctoral  
El/los director/es de la tesis doctoral  
Doctoral Thesis Supervisor/s

Dr. Iolanda Tortajada

“El texto que escribe en su homenaje puede interpretarse como el medio para lograr o, en todo caso, emprender el *regreso* mental, tratando de entender quién era ese personaje que tanto había odiado y del que tanto había deseado huir. Y quizá, adentrándose en ese proceso de intelección histórica y política, volverse capaz algún día de reapropiarse emocionalmente de su propio pasado y lograr no sólo entenderse, sino también aceptarse”  
*Regreso a Reims*, Didier Eribon

“Affect is in many ways synonymous with *force* or *forces of encounter*. The term “force” however, can be a bit of a misnomer since affect need not be especially forceful (although sometimes, as in the psychoanalytic study of trauma, it is). In fact, it is quite likely that affect more often transpires within and across the subtlest of shuttling intensities: all the minuscule or molecular events of the unnoticed”  
*The Affect Theory Reader*, Gregory Seigworth y Melissa Gregg

“Hi ha, sí, una violència que passa de generació en generació. Una violència menuda, poc aparatosa, però malgrat tot, atroç. Es diu sovint que la paraula és guardidora”  
*Fugir era el més bell que teníem*, Marta Marín-Dòmine

“Els amors fan l’amor, les històries la historia”  
Vicent Andrés Estellés

“Actuar es la experiencia de usar nuestro cuerpo para adoptar nuestro lugar en la vida”  
*El cuerpo lleva la cuenta*, Bessel van der Kolk

“En la capacidad de contagio de esas historias nace *su*, llámemosla nuestra, *esperanza*”  
*Fragiles*, Remedios Zafra

## Agraïments

Aquesta tesi ha estat possible gràcies al finançament del projecte I+D: 2018-2021 FEM2017-83302-C3-1-P *Producership juvenil en las redes sociales: construcción de la identidad sexual y gestión de las desigualdades de género* (RESPECT!) format per les Universitats Rovira i Virgili de Tarragona; Universidad de Málaga i Universidad Complutense de Madrid. Entre 2020 i 2021 vaig compartir investigacions sobre la construcció de la identitat a Facebook, Instagram i YouTube a través de les pràctiques de producció i ús (*producership*) de les xarxes socials.

Als joves entrevistats, gràcies per obrir-me la vostra experiència i per compartir el mateix sentiment que jo en diferent espai i temps.

A totes les dones lesbianes que m'han estimat i acompanyat, les converses amb vosaltres m'han salvat -abans d'internet- i m'han construït també com a subjecte polític.

A Iolanda Tortajada, per confiar amb mi i per l'ajuda i el guiatge permanent. El teu afecte impregna cada paraula d'aquest text. Ets la millor directora de tesi que em podia imaginar.

A les companyes i companys de la Universitat Rovira i Virgili: Cilia Willem; Núria Araüna; Toni Pérez-Portabella i Antonio Caballero.

Al personal de l'administració, Àngels Galtés i Núria Martorell.

A la coordinació del doctorat, Maria Dolors Comas d'Argemir.

A les companyes d'investigació d'un juny calorós, Alejandra Hernández i Inma J. Martínez.

A Rosa Velasco, per assenyalar-me que la vergonya no era part indissociable de mi i per sostenir-me durant uns anys.

A Ramon Riera i Concep Garriga, per descobrir-me les experiències del trauma.

A Melanie Barber i Adriana Oliva, per ajudar-me a aprendre a viure dins del meu cos.

A les amigues i totes les "sinyores que mingen" per fer-nos lleugera l'experiència de vida.

A Alba Guimerà, Zoraida Roselló i Covadonga García La Hera, per pensar críticament mentre passem.

Als companys de feina de Surtdecasa per deixar-me temps per investigar i crear.

A Lluís Zaera, per impulsar-me cap a l'infinit.

A Encarna Bonfill, per ser refugi i ensenyar-me a confiar.

A la tieta Carme, per allotjar-me a Tarragona i escoltar-me sempre.

A Isabelle, amor, per creure en el valor del compromís, per ajudar-me amb el Word i compartir el meu dia a dia feliç a la Teixonera.

A Emma Jo, filla bonica, perquè amb tu haurem de continuar sortint de l'armari, però *magari* tu ja no.



## **Acrònims**

LGTBIQ+ - Lesbianes, Gais, Bisexuals, Transgènere, Intersexuals, Queer i qualsevol altre tipus d'orientació sexual o identitat de gènere socialment marginades i oprimides.

## Resum

La presumpció d'heterosexualitat (Rubin, 1975), com a eix de la família nuclear, ha marcat fins ara el trànsit a la vida adulta i la reproducció dels codis de conducta apresos. De fet, l'heteronorma ha estat el valor que ha lligat allò íntim amb allò global (Ahmed, 2004) en els processos de transmissió de valors en el principal context afectiu, la llar. Les anomenades produccions de *coming out videos* a les xarxes socials representen una narrativa contemporània que actua com a dispositiu performatiu per a posar de manifest la conversió del silenci en sobreexposició. Amb internet, les primeres dècades del segle XXI han provocat una eclosió de la visibilitat LGTBIQ+ convertint una comunitat oculta i proscrita en un grup social desitjable per la publicitat de les grans corporacions. Si d'una banda, els usuaris de les xarxes socials actuen com a comunitat política en les pràctiques referents a les identitats LGTBIQ+ (Raun, 2016; Alexander i Losh, 2010), el mercat utilitza la visibilització de les històries de vida LGTBIQ+ com a estratègia per a augmentar el seu impacte i vendes. Els relats autobiogràfics de *coming out* (Plummer, 1995) i les pràctiques d'apropiacionisme pugnen per a posicionar-se a través d'una estratègia híbrida que combina la reivindicació dels drets LGTBQ+ amb els valors d'un paradigma basat en la superació personal i l'assoliment de la felicitat permanent.

## Resumen

La presunción de heterosexualidad (Rubin, 1975), como eje de la familia nuclear, ha marcado hasta ahora el tránsito a la vida adulta y la reproducción de los códigos de conducta aprendidos. De hecho, la heteronorma ha sido el valor que ha ligado aquello íntimo con aquello global (Ahmed, 2004) en los procesos de transmisión de valores en el principal contexto afectivo, el hogar. Las llamadas producciones de *coming out videos* en las redes sociales representan una narrativa contemporánea que actúa como dispositivo performativo para poner de manifiesto la conversión del silencio en sobreexposición. Con internet, las primeras décadas del siglo XXI han provocado una eclosión de la visibilidad LGTBIQ+ convirtiendo una comunidad oculta y proscrita en un grupo social deseable por la publicidad de las grandes corporaciones. Si, por un lado, los usuarios de las redes sociales actúan como comunidad política en las prácticas referentes a las identidades LGTBIQ+ (Raun, 2016; Alexander y Losh, 2010), el mercado utiliza la visibilización de las historias de vida LGTBIQ+ como estrategia para aumentar su impacto y ventas. Los relatos autobiográficos de *coming out* (Plummer, 1995) y las prácticas de apropiacionismo pugnan para posicionarse a través de una estrategia híbrida que combina la reivindicación de los derechos LGTBQ+ con los valores de un paradigma basado en la superación personal y el logro de la felicidad permanente.

## **Abstract**

The assumption that heterosexuality (Rubin, 1975) lies at the core of the nuclear family has until very recently marked our transition into adulthood and the way we reproduce the codes of conduct we have been taught. In fact, heteronormativity has formed the link between intimate and global behaviour (Ahmed, 2004) in the processes of transmitting values in the most dominant affective environment, the home. The creation of what are known as ‘coming out’ videos on social networks forms a modern-day narrative which acts as a performative device to reveal the transformation of silence into overexposure. Thanks to the widespread use of internet, the first decades of the twenty-first century have seen an emergence of the visibility of the LGTBIQ+ community, converting a previously hidden and outlawed community into a social group much sought-after for publicity reasons by large companies and other bodies. While, on the one hand, social network users act as a political community regarding LGTBIQ+ identities (Raun, 2016; Alexander and Losh, 2010), at the same time market forces use the visibilization of LGTBIQ+ life stories as a strategy to increase their presence and sales. Autobiographical stories of coming out (Plummer, 1995) compete with appropriation practices via a hybrid strategy which combines the demands and assertions of LGTBIQ+ rights with the values of a model based on personal self-improvement and achieving permanent happiness.

# Índex

<b>Agraïments.....</b>	<b>5</b>
<b>Acrònims.....</b>	<b>8</b>
<b>Resum.....</b>	<b>9</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>10</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>11</b>
<b>Índex.....</b>	<b>12</b>
<b>Capítol 1. Presentació .....</b>	<b>15</b>
1. Introducció .....	16
2. Motivació .....	20
3. <i>Queerificació</i> de la investigació.....	22
4. Estructura de la tesi.....	33
<b>Capítol 2. Objectivos .....</b>	<b>34</b>
<b>Capítol 3: Metodología .....</b>	<b>36</b>
1. Estudio de caso 1.....	37
2. Estudio de caso 2.....	37
3. Estudio de caso 3.....	38
4. Estudio de caso 4.....	38
<b>Capítulo 4. Marco teórico.....</b>	<b>39</b>
1. La autoproducción LGTBIQ+ en las redes sociales: ¿estamos hablando de un género? .....	41
1.1. Rituales de paso en la era digital.....	42
1.2. Las historias del yo .....	45
1.3. Los <i>realities</i> televisivos como antepasados de la imagen-realidad.....	49
1.4. La imagen pobre y el <i>culture jamming</i> .....	50
1.5. Historias de vida LGTBIQ+ como fenómeno cultural .....	52
1.6. Democratización de las herramientas de grabación y difusión.....	53
2. El Giro Afectivo de los Estudios Culturales: la emoción como movilizadora .....	54
2.1. Micro relaciones de poder o como se integra la norma .....	55
2.2. Vínculo del afecto con las teorías de la comunicación .....	56
2.3. Las emociones mantienen vivas las historia .....	58
2.4. Resonancia afectiva.....	59

3.	Interaccionismo simbólico: la interacción cara a cara en la vida cotidiana .....	60
3.1.	La dramaturgia .....	61
3.2.	El otro significativo.....	62
3.3.	El <i>frame</i> o las escenas vitales.....	63
3.4.	Las exhibiciones de género .....	63
4.	Etnografía expandida: Producciones digitales como historias de vida.....	65
4.1.	<i>Home videos</i> y las imágenes inexistentes .....	66
4.2.	Los historietos o narraciones LGTBIQ+ como proyecto histórico .....	68
5.	Teoría Queer y Estudios de Género: ¿cómo la sexualidad se convierte en tema?.....	72
5.1.	Heterosexualidad obligatoria y <i>coming out</i> .....	72
5.2.	La lucha por la reivindicación de los derechos LGTBIQ+ .....	76
5.3.	Ultraderecha y movimientos <i>alright</i> como amenazas a los derechos LGTBIQ+ .....	78
6.	El parentesco y la familia: vinculación de los afectos con la heteronorma .....	79
6.1.	Pensamiento occidental y orden natural de la familia nuclear.....	80
6.2.	La familia como eje regulador heteronormativo.....	81
6.3.	La abolición de la familia.....	82
7.	La vergüenza de sí y la teoría del apego .....	84
7.1.	Exclusión del linaje.....	84
7.2.	Mecanismos psíquicos del poder .....	85
7.3.	El trauma en las personas LGTBIQ+ y los pánicos morales .....	86
7.4.	Teoría del apego.....	88
7.5.	La resolución del trauma.....	89
7.6.	¿Confesar significa obedecer a alguien?.....	91
8.	Los medios digitales como nuevo refugio afectivo .....	92
8.1.	La subpolítica.....	92
8.2.	Prosumidores.....	94
8.3.	Ensamblaje cultural global.....	94
8.4.	Espacio propio para los adolescentes.....	96
8.5.	Confusión entre el carácter político o el yo autorreferencial .....	97
8.6.	Batalla por la autenticidad.....	97
9.	Homonormatividad en las producciones culturales de las redes sociales.....	98
9.1.	Prescripción, <i>influencers</i> y marketing emocional .....	100
9.2.	Desactivación de las luchas sociales .....	101
9.3.	Imperativo de la autorrealización.....	104
	<b>Capítulo 5. Resultados .....</b>	<b>106</b>
1.	Introducción .....	107
2.	Estudio de caso 1.....	109
3.	Estudio de caso 2.....	141

4. Estudio de caso 3.....	164
5. Estudio de caso 4.....	176
<b>Capítulo 6. Conclusiones .....</b>	<b>201</b>
<b>Capítol 6. Conclusions .....</b>	<b>208</b>
<b>Chapter 6. Conclusions.....</b>	<b>215</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>222</b>

# Capítol 1. Presentació

# 1. Introducció

Al llarg de la vida he hagut de sortir de l'armari en nombroses ocasions. Una verbalització analògica i solitària amb tot el pes simbòlic d'una història política. Aquest acte de verbalització concret, gairebé ritual, resumit en forma de *frame* en la línia de l'espai i del temps, condensava, sobretot en l'adolescència, una forta càrrega emocional. En un extrem, la vergonya i la por, en l'altre, l'orgull, i travessant-ho tot, l'anhel de ser “prou bona” per a merèixer amor. Aquest text sorgeix de la politització d'aquestes sensacions, que han estat primer reprimides, després intel·lectualitzades i finalment alliberades de moltes formes, també en aquesta tesi doctoral. Ara sé que aquestes emocions - que reconec sentides en el cos-, han estat la força d'arrencada d'aquesta recerca que posa el focus en un fet històric que es preveu conjuntural: la necessitat que hem tingut les persones LGTBIQ+, d'una generació concreta i situada en el temps, de sortir de l'armari. No una, sinó moltes vegades.

El trànsit de la meva infància a l'adolescència i a la vida adulta ha estat marcat per una tensió permanent entre el silenci i l'expressió; la capacitat de dir o el mandat implícit de callar. Sorprenentment, en els darrers anys, el fet de pertànyer al col·lectiu LGTBIQ+, s'ha considerat una identitat a l'alça, i ens hem vist, convertides en figuretes *souvenirs* amb els colors de l'arc de Sant Martí. He crescut en ambients socials que han exercit una violència subtil i encoberta a formes d'expressió identitària no heterosexuales. Callar ha estat violència. I haver de dir, haver d'identificar-se per poder ser, també. Sortir de l'armari ha estat un ritual de pas en les vides de les persones LGTBIQ+, un tràmit per aconseguir una acceptació en la vida comunitària adulta.

Com assenyala Eve Kosofsky (1990) a *Epistemologia del armario*, la cultura occidental moderna ha situat l'expressió afectiva o sexual en una relació cada vegada més privilegiada amb les nostres construccions més preuades d'identitat individual, veritat i coneixement. “He sortit de l'armari, llavors existeixo” eren les inscripcions que el col·lectiu ACT UP (Garretson, 2018) va imprimir en les seves samarretes a Nova York. Així, com assumeix Kosofsky, el silenci és tan intencionat i transformatiu com el discurs.

Aquest acte retòric de sortir de l'armari es va veure transformat i amplificat amb l'aparició d'internet i les xarxes socials. La tecnologia permetia, per primera vegada, convertir-se en una finestra oberta al món des de la solitud de la pròpia habitació (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015). Aquest fet històric va significar per a moltes persones LGTBIQ+, entre elles jo mateixa, la primera oportunitat de socialitzar un malestar, connectant amb milions de persones anònimes, en tot el planeta, de diferents contextos i cultures. Vam deixar d'estar aïllades en la nostra família, el nostre poble o el nostre país

per a començar a construir i compartir unes subjectivitats comunes que, de sobte, vam descobrir com a possibles.

Al llarg dels últims vint anys, les xarxes socials han augmentat la connectivitat entre usuaris que ja de per si tenia internet i van afavorir que la interrelació entre persones conegudes i desconegudes fos cada vegada més expansiva i el creixement fos, vertaderament, exponencial. Anys després, aquestes pràctiques digitals ja formen un arxiu insondable de veus, cares i cossos, com si fos una cosmovisió col·laborativa de milions d'identitats autoafirmant-se.

L'origen d'aquest projecte de recerca sorgeix a les acaballes de l'any 2019, en l'intent de comprendre amb més profunditat l'entramat social que determina aquesta dicotomia entre silenci-expressió en les persones LGTBIQ+ i com s'articula el pas de la norma al cos i del cos a la norma. Com l'heteronorma s'insereix subtilment en cada esfera de les nostres vides, ens aixafa o ens expulsa al marge, i, en algun moment, si la força ens acompanya, podem combatre-la parlant o exercint una resistència manifesta.

De fet, és aquest context polític de finals del segle XX i principis del XXI en el que m'he vist immersa, el que ha definit, en part, el meu registre emocional que situo també en unes coordenades corporals concretes. I és aquest període històric el que m'ha proporcionat un mapa perceptiu, per veure'm a mi mateixa en relació als altres. Per una banda, el que ha fet que em sentís diferent, rara i estranya durant els anys noranta i la primera dècada del 2000, d'haver sentit "la incorrecció" d'una manera de ser determinada. I el que, de la mateixa manera, a partir del context mediàtic de la segona dècada del segle XXI ha permès que pugui retrobar un cert descans vital i emocional, davant el "desmantellament col·laboratiu" de l'heterosexualitat obligatòria i la creixent popularització del fet LGTBIQ+ en les nostres representacions quotidianes.

Fent aquest recorregut, i des d'aquest prisma emocional, intueixo ben aviat, la importància de les interaccions primàries, en el nucli familiar més pròxim, com un estament clau en la gestió d'aquests estats afectius vinculats amb les identitats considerades no normatives. Si realment la possibilitat de viure vides dignes respon en part al nostre context, detecto que primer de tot cal posar el punt de vista en les figures representatives més properes. L'espai domèstic com el primer marc regulador, on la gestió dels afectes, es combina amb la identitat projectada, i s'estableixen les bases de l'autocensura i d'allò que pugnarà per emergir com una "una personalitat desitjable". L'àmbit domèstic ha estat tradicionalment un espai de violències encobertes, sota el manament cristià de "honraràs pare i mare" tan arrelat a la cultura occidental i en bona part de les cultures del món. Aquest precepte ha deixat sempre els vincles intrafamiliars en l'opacitat de la lluita LGTBIQ+.

L'any 2019 al Festival Memorigame de Reus veig el documental *Out*, on l'autor, Denis Parrot, compila i ensambla desenes de vídeos d'internet on els joves enregistren el moment d'explicar a les seves famílies la seva orientació sexual. Ho fan a través de diferents xarxes socials, com YouTube, Whatsapp o Skype. A través d'aquests testimonis enregistrats del 2012 al 2018, que observo impactada desde la butaca del cinema, me n'adono de la importància d'aquest diàleg intrafamiliar, i corroboro la idea que la negociació de significats en el si de la família és el primer estadi "social" en el qual cau el pes de l'heteronorma.

A partir d'aquí, començo a visualitzar de manera compulsiva els anomenats *coming out videos* i els canals de youtubers LGTBIQ+ i detecto en els seus discursos moltes referències a la família. Un dels temes més tabú o que els genera major patiment és com reaccionarà la seva família a la seva identitat, si els seguiran estimant, si seguiran estant orgullosos d'ells. M'estimaran si els dic que soc lesbiana? Els decebré? Podré seguir formant part del clan? Podré optar a una vida plena un cop sigui adulta? Em surt a compte confessar-ho si a canvi he de perdre el seu amor? Preguntes d'una cruesa terrible, que m'impulsen a investigar-ho des d'un punt de vista més formal.

Durant el desenvolupament de la tesi, vaig aprofundint en alguns dels aspectes derivats d'aquest interès per la visibilització LGTBIQ+, tots ells relacionats amb la representació de les identitats LGTBIQ+ en les xarxes socials i mitjans de comunicació, conscients que en la majoria dels països occidentals estem vivint un moment inèdit pel que fa a la discussió LGTBIQ+ en l'espai públic que contribueix a la integració d'aquesta identitat en el mainstream, però també atents als moviments *alright* que exerceixen diferents formes de violència contra el col·lectiu LGTBIQ+.

Al llarg dels anys d'investigació, incorpore altres punts de vista al meu interès inicial, gràcies a la col·laboració amb el grup de recerca Asterisc, i el projecte I+D: 2018-2021 FEM2017-83302-C3-1-P *Prodsusage juvenil en las redes sociales: construcción de la identidad sexual y gestión de las desigualdades de género* (RESPECT!) que analitza la construcció de la identitat a Facebook, Instagram i YouTube a través de les pràctiques de producció i ús (*prodsusage*) de les xarxes socials. Detectem, dispositius digitals d'autorepresentació que es donen en les xarxes socials (Papacharissi, 2010) i veiem com els missatges d'internet tant tenen una intencionalitat de lluita social com també canalitzen les estratègies de gestió del jo (Tortajada; Caballero; Willem, 2019) destinades a augmentar la visibilitat i el rèdit personal a les xarxes socials.

De fet, aquestes dues corrents, una més vinculada a la lluita política i l'altra més propera a la utilització intencionada o comercial de la pròpia identitat, acabaran confluint al llarg d'aquesta tesi com si fossin dues cares de la mateixa moneda, que es retroalimenten i es tensionen contínuament. Tot això, determinat, en tot moment, per un context social agitat i que s'actualitza constantment i que

ha tingut durant aquests anys alguns fenòmens realment destacables i que en certa manera han marcat el contingut d'aquesta tesi i la pròpia elaboració. En primer lloc, la popularització del moviment feminista que amb l'etiqueta #MeToo ha denunciat situacions d'assetjament sexual a través de les xarxes socials i, poc després, gais, lesbianes, transsexuals i intersexuals que amb l'etiqueta #MeQueer han explicat milions d'històries personals d'assetjament que s'han convertit en *trending topic* a les xarxes socials, i que, en conseqüència, han fet el salt a les primeres planes de diaris, d'informatius i també de tesis doctorals com aquesta. En segon lloc, un altre dels fenòmens que mereix ser apuntat, és que la redacció d'aquesta tesi coincideix amb la pandèmia mundial de COVID-19 i una crisi sanitària sense precedents que ens va obligar a estar confinades a casa durant mesos. Aquesta circumstància va posar de relleu, una vegada més, el paper central que la família nuclear continuava tenint en situacions d'emergència social. Les xarxes socials es van convertir, encara més, en una finestra més enllà de les parets de la llar, sobretot per a molts joves atrapats en un nucli i sense poder accedir a trobar altres espais emancipadors. Segons van indicar els mitjans de comunicació, la pandèmia va suposar augmentar les conductes violentes contra els joves LGTBIQ+ i les polítiques desenvolupades en bona part dels països europeus, entre ells l'Estat Espanyol demostren que les polítiques públiques no van tenir en compte les perspectives dels infants i els adolescents (Platero Méndez y López Sáez, 2020). Diversos reportatges dels principals mitjans de comunicació europeus com poden ser la BBC<sup>1</sup>, Le Monde<sup>2</sup>, Política Exterior<sup>3</sup> en van fer referència. Una informació arrel de les dades que mostren onegés como SOS Homofobia i l'organisme encarregat de Nacions Unides que va emetre un informe<sup>4</sup> a la 75a sessió de l'Assemblea General a la violència i la discriminació basades en l'orientació sexual i la identitat de gènere durant la pandèmia del COVID-19. En tercer lloc, la pujada de la ultradreta en alguns països del món com ara el Brasil, els Estats Units, França, Hongria, Turquia o Espanya tornen a promoure marcs mentals reaccionaris, on es potencien els discursos pro família i els valors conservadors vinculats a la presumpció d'heterosexualitat, les cures per part de la

---

<sup>1</sup> L'article fa referència a que els casos d'abusos a joves han augmentat un 20% segons dades de les Nacions Unides i que aquest fenomen representa l'ombra de la pandèmia.

<sup>2</sup> L'article fa referència al maltracte físic durant la pandèmia citant un estudi científic de l'equip científic de CHU de Dijon.

<sup>3</sup> L'article fa referència a diferents situacions de violència durant la pandèmia del col·lectiu LGTBIQ+ en diferents països del món. A Uganda, la policia va detenir uns 20 joves LGTB sense llar acusant-los falsament d'infringir les restriccions de Covid-19 i els va torturar a la presó. A les Filipines, funcionaris locals van humiliar persones LGTB mentre aplicaven el toc de queda. A Corea del Sud, els usuaris de les xarxes socials van convertir les persones LGTB en bocs expiatoris després que alguns mitjans de comunicació relacionessin un brot amb bars gais. A Panamà, la policia i els funcionaris de seguretat privada van discriminar persones transgènere mentre aplicaven una quarantena amb criteris de gènere. El líder populista hongarès Viktor Orbán va utilitzar els poders d'emergència de Covid-19 per aprovar lleis discriminatòries contra les persones transgènere.

<sup>4</sup> <https://www.ohchr.org/es/special-procedures/ie-sexual-orientation-and-gender-identity/lgbt-inclusive-response-covid-19>

dona, i la família com l'estructura econòmica que sustenta una economia neoliberal amb un Estat cada vegada més feble.

## 2. Motivació

### **Periodisme que segueix el rastre**

La meva formació com a periodista, en la primera generació de professionals que inaugurem la tecnologia digital, ha fet que la majoria dels meus projectes professionals s'articulin en un constant diàleg entre l'abast de la comunicació en xarxa i els contextos locals i concrets on es desenvolupen les interaccions. Aquest fet professional, unit a la meva condició de lesbiana, em situa en la intersecció sobre la transmissió cultural dels valors que regeixen les nostres vides a partir de l'etnografia digital. “Periodismo es atender. Atender a los rastros però también a las cicatrices” (Lladó, 2019, 24). Una de les motivacions a l'hora de començar aquesta tesi doctoral va ser poder créixer professionalment i trobar un camp d'especialització periodística vinculat amb la meva identitat, en una professió marcada per coneixements molt generalistes.

### **La teoria feminista com a espai de dol i reconstrucció**

L'any 2019, jo tinc 36 anys, m'acabo de separar d'una dona i als carrers i llibreries de la ciutat on visc, Barcelona, ressonen els textos i les proclames feministes. Des de fa pocs anys, el 8 de març s'ha convertit en una festa popular del feminisme i les teories de gènere. Aquestes teories ja no se'ns presenten com espais intel·lectuals inaccessibles sinó que el context social sembla apropar-los a les nostres experiències de vida. Comencem a traçar connexions entre vida i teoria i sembla que incorporar els textos de les nostres avantpassades -que trobem a les biblioteques- ens alleuja el patiment i dona un rumb a les nostres identitats. És la pròpia teoria feminista la que em serveix per a anar trobant cada vegada més connexions entre la meva experiència personal i la meva inquietud per la reflexió. Llegir i pensar em curen, m'ofereixen alternatives a l'educació heterosexista rebuda, m'ajuden a superar relacions de dependència i vèncer el dol de les pèrdues.

### **Les xarxes socials: eina política o narcisista?**

M'interessa analitzar com les xarxes determinen la nostra vida, ja que en aquests darrers anys s'han convertit en una extensió relacional indestruïble de nosaltres mateixes. S'ha de dir que les xarxes socials en la meva joventut representen per a una noia nascuda a la Catalunya rural una finestra oberta al món de les interaccions i una possibilitat d'integrar-se en moviments col·lectius, així com de trobar interlocutors o amors més enllà de la localització geogràfica

física. De la mateixa manera, la xarxa es converteix en un aparador on mostrar allò que volem projectar de nosaltres mateixes, aquell capital social o emocional amb el que volem representar-nos davant dels altres. En aquests anys, les xarxes socials també serveixen per afirmar la meua identitat LGTBIQ+ celebrant públicament amb algun post o imatge, el dia de l'Orgull LGTBIQ+ o el Dia de la Visibilitat Lesbiana, entre d'altres moments biogràfics que et situen en el marc d'una vida lesbiana, com fotografies amb la meua parella dona. Tots aquests moments actuen com rèpliques de la sortida de l'armari inicial i van consolidant una biografia digital contemporània que pugna per ser compartida.

### **Fer conscient la ferida per evitar seguir reproduint les violències**

Aquest text representa una baula més per reflexionar sobre els sistemes opressius que hem patit i evitar que aquests se segueixin reproduint i afectin les següents generacions. La meua història personal, marcada en l'adolescència, com en molts casos, per un sentiment de vergonya i el dolor íntim de considerar-se inadequat, no m'agradaria que es repetís. Sostenir una identitat considerada defectuosa, en solitari, en la època predigital, és una experiència dolorosa que m'agradaria no oblidar, sinó tenir-la ben present, per evitar que es torni a produir en cap context possible. Per tant, em motiva fer conscient una ferida que persegueix ser entesa i així contribuir a facilitar, sempre que sigui possible, la vida de les persones més joves que es troben encara en aquest procés de construcció identitària.

### **Denunciar la utilització mercantilista de la nostra lluita i el nostre dolor**

Una altra de les motivacions que marquen aquestes línies és la d'estar alerta a l'homonormativitat i l'utilització perversa que fan les grans empreses de la nostra identitat. Quan arriba el 28 de juny, els éssers espectrals es fan visibles a través dels clixés. L'activista Barbara Ramajo (2023) parla del fantasma lesbià, un cos ocult que es fa present en certs moments i després torna a desaparèixer, com en allò del *ghosting*. Fins i tot quan sembla que ja hem aparegut i tenim un cos identificable, tornem a les tenebres, diu ella. Fent servir la seva lògica fantasmagòrica em pregunto quines són les estratègies de visibilitat i com aquestes suposen, potser sense voler-ho, i al mateix temps, una forma també d'ocultació. Quan arriba el 28 de juny, el primer que trobem són capçaleres de mitjans de comunicació saturades de banderes de l'arc de Sant Martí, la icona reconeixible. És el moment de l'any que toca parlar-ne, encara que la lluita i el pes es porti a l'esquena tot l'any. Com a periodistes sabem que la repetició dels missatges, fa que aquests es buidïn, perquè evita crear noves interpretacions. Al voltant de la data apareixen entrevistes sovint amb preguntes basades en el dramatisme i l'espectacularització de les històries de vida. Moments d'alta càrrega emocional, que es basen

en alguna lògica fundacional. *Quan em vaig adonar que era gai; quan vaig rebre la trucada que em va canviar la vida; quan, per fi, vaig poder accedir a l'alcaldia d'una ciutat.* La comercialització de l'amor per les empreses d'hamburgueses, multinacionals de venda de llibres, de roba o de telefonia. Qualsevol corporació que aspiro a ampliar les vendes aquests dies, es posa l'adhesiu de la campanya de torn, encara que durant tot l'any posin restriccions d'indumentària i decència als seus empleats. Vinga proclames de justícia social i colors a les xarxes socials i els uniformes laborals, encara que explotin els treballadors pagant uns sous miserables per les hores treballades.

### 3. *Queerificació de la investigació*

En els cinc anys en què es desenvolupa aquesta recerca vaig integrant una sèrie d'aprenentatges que m'aporten claus perquè el treball tingui una coherència real entre el text, el context i la meua experiència de vida. Ho denomino *queerificació* de la recerca gràcies al suggeridor concepte que utilitza Gracia Trujillo (2022). Un terme que pretén desmuntar la puresa investigadora i el suposat rumb infrangible que té una investigadora. D'aquesta manera, la pròpia teoria queer es tradueix en una pràctica investigadora, en una manera de mirar i també d'integrar diferents aspectes de la nostra vida amb allò que estudiem. Els he resumit en tretze punts.

#### **Apostar per la narrativa en primera persona**

Aquesta tesi parteix d'una experiència corporal específica i, per això, té sentit la narració en primera persona. Quina responsabilitat tinc davant aquest text i quins riscos estic disposada a assumir? Quins prejudicis estic disposada a derrocar? És aquí on adquireix especial significació el discurs en primera persona: un discurs que tingui en compte l'agència, la subjectivitat i també el cos. El pensament crític com a manera de desarticular els automatismes que tenim quan ens enfrontem a una escriptura acadèmica. Encara reconeixent les limitacions de la veu singular, l'ètica ens obliga a assenyalar, o com a mínim intentar-ho, el lloc des del qual ens pronunciem. "No hablo en nombre de mis compañeras y creo que si hay algo importante y político, en este y en todos los temas habidos y por haber, es la palabra en primera persona" (Galindo, 2022, 54). Un text que no ho té en compte continua parlant de l'exterior com si fos el diferent (flores, 2008) com si existís una voluntat de relatar o d'incloure a les "de baix" en el discurs. Una recerca que té en compte els afectes que mobilitzen els cossos, com explico en el marc teòric, integra tant la part racional com emocional que conforma la nostra subjectivitat. La veu que relata la vergonya, la por a la pèrdua i la celebració de l'autoacceptació i que el situa davant el repte de pensar i fer per a poder tornar a posicionar-

se. Des d'un inici, la recerca s'emmarca dins d'una epistemologia feminista que assumeix, al seu torn, un lloc de relació no jeràrquica entre la investigadora-subjecte i el camp d'estudi-objecte. En els diferents estadis metodològics, entrevistes i discussions, em presento exposant el meu posicionament vital LGTBIQ+ com un punt de partida que em vincula amb la intenció i el propòsit de la recerca, sense que la investigadora-subjecte aparegui com un ens que observa amb distància.

## **Integrar la pràctica quotidiana en la recerca**

Aquesta tesi es construeix de manera paral·lela a la pràctica activista quotidiana i també al fet de considerar que la transformació social és un fet -també- creatiu. Afirmo que vull “ser desleal” amb “la expectativa il·lustrada que excluye la imaginación” dels textos acadèmics (Zafra, 2021, 14). De fet, podríem dir pràctica activista o més senzillament vida quotidiana, ja que en les nostres micro decisions diàries està el nucli més central del nostre posicionament polític. Més enllà del feminisme acadèmic, existeix un feminisme del carrer, un “feminisme intuïtiu” (Galindo, 2022) que no respon només a una instrucció ideològica o acadèmica, sinó que més aviat està inscrit en les pells, en les places, en els ulls d'aquelles dones de les nostres famílies o dels nostres pobles. I quan parlem de feminisme també parlem de perspectives queer, persones que hem estat considerades “les de fora”. Durant els quatre anys en què es desenvolupa la recerca, existeix una eclosió del pensament feminista i LGTBIQ+ en l'espai públic, sigui a través dels mitjans de comunicació - específicament en les xarxes socials- o en els centres culturals i diferents àgores ciutadanes del nostre context de l'Europa Occidental i d'uns certs espais d'Amèrica Llatina i els Estats Units. Aquest fet, proporciona que els cossos i les experiències individuals superin el silenci i es converteixin en “cuerpos actuates” (Galindo, 2022). A més, atorga contemporaneïtat a la recerca, ja que es multipliquen les representacions de les nostres experiències. Creixen les denúncies sobre maltractaments masclistes i LGTBIQ+ i es creen espais que permeten qüestionar i discutir les tesis feministes amb relativa facilitat d'accés. En la meua pràctica laboral a través del periodisme i la gestió cultural, l'escriptura i l'art es converteixen en mitjans d'expressió i de reivindicació de les representacions LGTBIQ+ contemporànies. Així, aquest treball acadèmic es dona en continu diàleg amb aquesta pràctica laboral diària, basada en textos de divulgació a través d'entrevistes a activistes LGTBIQ+; articles sobre pensament feminista, i també relats més personals que vinculen la teoria amb les meves vivències pròpies. Els diferents camps en els quals treball es connecten i es nodreixen entre si.

## **Adaptar-se als imprevistos de la recerca**

La fenomenologia està plena de moments queer i de desorientació que impliquen no sols l'experiència intel·lectual del desordre, sinó l'experiència vital del vertigen i de la nàusea. En el cas d'aquesta recerca, he recalculat la ruta i l'horitzó en diferents ocasions. Potser les més transcendents quan, gràcies a la recomanació de la meva directora de tesi, dono valor al treball fet fins al moment a través dels diferents articles publicats i converteixo el meu enfocament monogràfic sobre El *coming out* a Youtube en un article de la tesi per compendi. La comissió de recerca de juny de 2021 marca un punt de partida en l'acceptació dels imprevistos. A partir d'aquest moment, començo a repensar els articles i capítols de llibre publicats fins al moment, alguns amb coautoria, per a detectar el fil invisible que els vincula i també quines bases m'estan proposant per a seguir la recerca. Què estan volent dir tots ells? Quines respostes es donen els uns als altres i com dialoguen entre ells? Serà un període en què poso en valor la metodologia de "l'imprevist" basada a integrar totes aquelles circumstàncies que s'han donat de manera espontània en els últims anys, amb la intuïció que existeix una certa coherència i causalitat, gairebé una màgia, en totes aquestes accions en aparença caòtiques. Passar de l'ideal d'una recerca monogràfica -en la qual part de l'estímul era analitzar els vincles familiars- a una tesi per compendi significa per a mi, en aquest moment, una resignificació de la recerca que haig de travessar en aquests primers mesos de tardor de 2021, per a renéixer en 2022 amb el clar convenciment d'haver integrat el succeït i despertar a una nova realitat. El marc teòric, i les aportacions reflectides, reflecteixen aquest itinerari en els capítols que proposo. Però hi ha un nou imprevist. Al llarg del 2023 em trobo amb la paràlisi en el procés d'acceptació de dos dels articles. Per retards amb la correcció en els comitès editorials de les publicacions, els dos articles queden pendents de ser corregits. Al llarg de l'any 2024, en veure la demora en la publicació de dues dels articles que tinc pendents, la tesi dona un altre gir, i tornem a plantejar un monogràfic amb estudis de cas. El curs 2023-2024 està marcat pel naixement de la meva filla i la baixa de maternitat. Decideixo que els articles es convertiran en capítols d'una tesi monogràfica. Una solució acordada amb la meva directora de tesi que em permet tornar-me a il·lusionar després d'un procés de frustració d'uns mesos.

## **Renunciar a les autories úniques**

Tres dels estudis de cas que formen aquesta tesi han estat realitzats amb la col·laboració d'altres investigadores. Aquesta experiència de treball en equip permet que les aportacions científiques sorgeixin del diàleg i la reflexió conjunta, fet que m'insereix en una xarxa de coneixement interactiva i plural. Aquests espais compartits de pensament, així com la pròpia cooperació que es deriva del treball en grup, transcendeixen el clàssic individualisme de la

investigadora solitària que escriu des de la seva pròpia habitació. Així, el punt de vista únic, només comptant amb els recursos que aporta la nostra pròpia subjectivitat, s'obre als processos mentals i associacions de les companyes de viatge. Entenem que el treball col·laboratiu està estretament relacionat amb les pràctiques feministes dedicades a transcendir les suposades veus úniques “autoritzades” i afavorir l'essència del col·lectiu. També posa en joc altres emocions tradicionalment poc acadèmiques però molt queers com l'autocrítica, la generositat o la bondat amb els temps, les prioritats i els recursos de les altres investigadores. Així, situem la pràctica investigadora com un experiment per a altres formes possibles. Aquest mètode també ens ensenya a percebre el treball acadèmic més enllà d'una producció mercantilista destinada a convertir els assoliments acadèmics en capital econòmic o intel·lectual, apostant per l'èxit personal desvinculat de la comunitat i el context on es produeix. En aquest cas, l'autoria compartida ens situa davant el repte d'un coneixement polític i comunitari que desafía la marca personal dels contextos neoliberals. No obstant això, tampoc caiem en la uniformitat i la desaparició de la veu que es dona en contextos col·lectivitzats. En els articles de múltiples autories existeix una individualitat col·lectiva (Carbonell, 2022) que no promou el binarisme entre individualitat i el fet col·lectiu. Apostar per un sistema en què cadascuna de nosaltres donem allò que sabem o podem donar, des de la nostra absoluta singularitat. Sense apostar per les jerarquies acadèmiques sinó per una cooperació entre els diferents perfils que integren l'equip investigador.

### **Prioritzar la proximitat de les autores i les persones no heterosexuales**

Pel que fa a la recerca, prioritzo les autories LGTBIQ+ i queer així com la proximitat d'autores que he conegut personalment i amb les quals s'ha generat un vincle d'afecte que situa la recerca també en la proximitat “dels cossos”. Sabem que el subjecte elaborador de coneixement havia estat sempre un subjecte masculí i occidental -o anglosaxó- que des de les coordenades del seu model hegemònic va projectar la seva estructura del món i del coneixement. Aquest corpus teòric de la Il·lustració arriba fins als nostres dies, fins a les nostres aules i els nostres currículums. Des d'aquesta perspectiva, el feminisme i la teoria queer fa una crítica al pensament del centre, a allò que avui dia coneixem com a androcentrisme, concepte utilitzat, recreat i elaborat per les companyes feministes que, en el seu moment, volien reinterpretar els fets socials. Al llarg de l'elaboració d'aquesta tesi, comprenc la necessitat d'anar descartant les veus masculines i prioritzar les investigadores dones i també aquelles que es posicionen en un feminisme lesbiana, i, de manera més recent per a mi, els estudis queer o transbollofeministes. Els itineraris intel·lectuals i polítics em van permetre anar coneixent autores que van ressonar amb els meus interessos. De fet, la trobada amb moltes de les més interessants, es produeix

en l'últim tram de la redacció d'aquesta tesi, com si les trobades progressives haguessin anat afavorint un augment de les afinitats. Aquesta recerca es nodreix en gran part dels acadèmics LGTBIQ+, també de les activistes, escriptores i artistes. També trobo una certa proximitat amb autores que escriuen en llengua castellana, del context Llatinoamericà o que estudien en el context de l'estat espanyol, com podria ser Gracia Trujillo o Lucas Platero Méndez. També les professores que integren el grup de recerca I+D *Prodsage en las redes sociales* com Iolanda Tortajada, Cilia Willem, Núria Araüna, Inmaculada Martín o Alejandra Hernández, amb les que he compartit reflexions. El fet d'haver coincidit amb elles m'aporta l'incalculable valor de la complicitat i la proximitat. "Si el lenguaje instituye el modo como conocemos, toda escritura está marcada por nuestras elecciones teóricas y por nuestras preferencias políticas y afectivas" (flores, 2008).

### **Adultocentrisme i altres opressions acadèmiques**

La recerca en ciències socials també ha estat marcada per un enfocament adultocentrista. Les persones adultes, com a representants majoritàries de l'espai productiu capitalista, dominem també els mitjans de producció de coneixement, fet que imprimeix una mirada adultocèntrica. En aquest sentit, l'inici del meu monogràfic, enfocat a l'estudi dels diàlegs entre progenitors i hijes, em situa davant del repte d'abordar l'estudi d'un col·lectiu sensible i em qüestiono tractar-lo amb respecte i sent permeable als seus punts de vista. La infància, l'adolescència i la vellesa són tres etapes vitals els enfocaments de les quals normalment queden capturats per aquestes mirades situades en uns paràmetres vitals intermedis. Aquest fet està determinat en part, perquè la joventut es considera una etapa de trànsit, de pas, caracteritzada per les imposicions disciplinadores adultes (Piaget, 1972), i també els treballs posteriors que es nodreixen de la perspectiva universalista plantejada per Erikson de la joventut com a trànsit i cerca identitària (Erikson, 1977). Així, ens preguntem també si existeix algun vincle entre la teoria feminista i el pensament sobre l'adolescència, com a col·lectiu invisibilitzat i situat en els marges. Així, els joves són concebuts com a individus que, per la seva immaduresa i desobediència, poden atemptar contra aquest ordre. En aquest mateix sentit, he intentat no reproduir unes certes violències en les epistemologies de coneixement acadèmic, intentant no tenir posicionaments extractivistes, sobretot en el plantejament de les entrevistes que marquen el primer estudi de cas.

### **Reconèixer el context històric en el que neix la investigació**

Aquesta recerca està estretament relacionada amb el moment històric en el que es desenvolupa. En els últims 15 anys hem assistit a la modificació de la legislació LGTBIQ+ a

Espanya i en altres països amb sensibilitat pels Drets Humans. Vaig néixer en 1983 en un context postdictadura franquista. A l'estat espanyol encara seguia el control estatal de les biografies LGTBIQ+ a través de Ley de Vagos y Maleantes (1933-1970), després convertida en Ley sobre Peligrosidad y Rehabilitación Social (1970-1995) que va significar una eina legal de control narratiu de les persones LGTBIQ+ - i altres persones discriminades per ser considerades perilloses socials - des de 1933 fins a l'any 1995-. És a dir, en plena democràcia, seguia vigent l'aparell repressiu institucional contra les persones LGTBIQ+. Un marc temporal recent, que esgarrafa. Per tant, és de suposar que el procés de desestigmatització - legal i social- del col·lectiu LGTBIQ+ continua sent un assumpte pendent fins a l'actualitat, ja que molts assoliments són relativament recents i altres encara pendents. El context internacional no és molt més esperançador, fins l'any 1990 l'Organització Mundial de la Salut (OMS) va considerar l'homosexualitat una malaltia mental. Fins i tot en països que semblaven ser pioners en la defensa dels drets LGTBIQ+, l'homosexualitat no es va despenalitzar a nivell federal fins a l'any 2003. En aquells primers anys noranta i 2000, cap persona pròxima em va parlar mai d'aquesta realitat i davant el despertar dels meus sentiments, en un context on no existia cap referent, vaig començar a buscar informació en diccionaris o altres documents que tenia a l'abast, fins a l'aparició d'internet. Cal insistir que els anys noranta a Espanya van ser de profunda opacitat pel que fa a les persones LGTBIQ+. Sense referents televisius i cinematogràfics - o totalment caricaturitzats- amb la qüestió LGTBIQ+ totalment inexistent en el debat polític i social, només viva en certs ambients activistes i nocturns en les grans ciutats espanyoles com Madrid o Barcelona. Per això el major somni d'una criatura LGTBIQ+ en aquella època era imaginar-se una fugida, un exili permanent i definitiu a la ciutat on perdre's i trobar-se entre els seus semblants. Les persones de grups marginats solem trobar un camí cap a la llibertat a través de les anomenades "imaginacions profètiques" (hooks, 2024, 199). Aquest argument proposat per bell hooks (2024) encaixa perfectament amb la meua manera de funcionar en aquella època, on la imaginació era una via per superar l'opressió. Quan va arribar l'adolescència i primera joventut, la relació amb la meua identitat està marcada per l'aparició de les xarxes socials. Per tant, el període de 2010 a 2020 és significatiu, gairebé un punt d'inflexió, en la història de les persones LGTBIQ+. En un primer moment els guetos offline es traslladen al món virtual amb fòrums i espais on compartir inquietuds. Un eixam de xarxes que s'ha fet cada vegada més dens i espès. L'any 2004, Mark Zuckerberg va crear la xarxa social Facebook. Un any més tard, l'any 2005, va sorgir una nova revolució, YouTube, creada per Txad Hurley, Steve Chen i Jawn Karim en Sant Bruno, a Califòrnia. L'any 2006 va sorgir, a San Francisco i de la mà de Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone i Evan Williams, la xarxa social de microblogging: Twitter. Whatsapp va sorgir l'any 2009, i va ser creada per

l'ucraïnès Jan Koum. L'any 2010, Instagram va arribar al mercat, posicionant-se ràpidament com la xarxa social més fotogràfica per excel·lència. TikTok, va sorgir a la fi de 2016, - coneixent-se també com Douyin a la Xina. A partir d'aquest moment les representacions digitals LGTBIQ+ es multipliquen i les llars, els països, els continents, queden connectats. Aquestes diferents plataformes ofereixen la possibilitat primer d'obtenir informació sobre el col·lectiu, així com de contactar amb altres persones, o veure testimoniatges de vida. Aquesta finestra a la realitat LGTBIQ+ suposa una socialització digital inèdita.

## **Escrivint en la llengua pròpia i defensant les llengües minoritàries**

La llengua és una de les eines de transmissió cultural més potents. Després d'escriure la meua tesi en castellà, i a través d'un llarg procés de reflexió, decideixo usar també la meua llengua materna com a llengua investigadora en el primer apartat de la tesi. Una coherència que, per a mi, té un estret vincle amb alguns dels punts anteriors en els quals expresso el vincle entre el text i la pròpia subjectivitat. Una tesi que posa en valor un col·lectiu estigmatitzat i minoritari i celebra la diversitat com a horitzó social, també considero important que es posicioni pel que fa a la diversitat lingüística i defensi llengües minoritzades que no compten amb un marc de referència estatal i amb la protecció necessària per a la seva supervivència en un context globalitzat. En un món globalitzat, les xarxes socials, es dibuixen com a eines que premien les llengües majoritàries a causa del seu abast, com l'anglès o el castellà. Entenent que la llengua dibuixa paisatges concrets, apostem per la diversitat lingüística com a eina per a dibuixar realitats més situades en el context. "Tengo el mismo derecho que tú, que utilizas ese extraño inglés estandarizado que es casi una invención académica y que te llena de prestigio, y que tú, sí, tú, ese de ahí, catedrático en peligro de extinción que conviertes el castellano en la lengua viril de la filosofía seria, de los que leen las fuentes en alemán y nos explican, a los pobres desgraciados que no hemos tenido la suerte o la voluntad de aprenderlo, las grandes aportaciones de Heidegger, pongamos por caso, al pensamiento contemporáneo y a la comprensión del mundo en general". (Llevadot, 2019, 16) La llengua materna és la llengua de la coincidència entre les paraules que utilitzem i les coses que veiem. La que podem emetre a raig i sense pensar, aquella en què se'ns escapen les paraules a propulsió. És la llengua que marca l'ordre simbòlic. La llengua i la mare, la mare i la llengua, en una funció generadora semblant. Nancy Huston, investigadora de l'ús de la llengua en l'obra artística (Roux, 2021), diu que escollir per escriure una cultura i una llengua estrangeres a ella se li representava com viure en una espècie d'imitació perpètua, trobar-se sempre en un "com si", en una terra abandonada, en què res no és totalment vertader.

## **Parlant en femení plural inclusiu i altres nomenclatures qüestionables**

El llenguatge d'ús diari conté intrínsecament un ús no inclusiu de gènere i el seu ús està acceptat de manera popular, institucional i fins i tot acadèmica. No obstant això, l'ús de llenguatge inclusiu es pot integrar en tots aquests àmbits de manera natural i sense entrar en conflicte amb l'ús apropiat de les normes gramaticals, per la qual cosa no existeix una justificació per a no emprar-lo. A més, permet la ruptura de les nocions sexistes i patriarcals reforçades habitualment pel llenguatge no inclusiu. Tant en la presentació, com en el marc teòric i les conclusions vull intentar promoure un llenguatge inclusiu, tot i que no sempre em resulti fàcil. Intento sempre que és possible l'eliminació de l'ús masculí de manera genèrica per a designar a les persones o del masculí plural per a referir-se a grups mixtos de persones on es troben presents altre gènere o gèneres. Així mateix, quan es fa referència a tots dos gèneres també intento alternar l'ordre entre el femení i el masculí, evitant l'ús de les formes masculines sempre en la primera posició. Referent a la denominació del col·lectiu LGTBIQ+, cap al final de la recerca em qüestiono la responsabilitat d'utilitzar una denominació o una altra. Després d'una sèrie de dubtes, decideixo utilitzar el terme LGTBIQ+ perquè em sembla més inclusiu tot i que té certa connotació normalitzadora i institucional, que no tenen altres termes com per exemple transbollofeminista, denominació encunyada pels propis moviments dissidents. Finalment, opto per una solució mixta i enlloc d'utilitzar de manera generalitzada i homogènia el terme LGTBIQ+ de vegades utilitzo transbollofeminista, concepte que qüestiona el mecanisme institucional otorgador de drets.

## **Vincular allò local amb allò global**

En estreta relació amb el pensament situat, els quatre estudis de cas dibuixen una perspectiva de cercles concèntrics en què allò local es relaciona amb allò global. Els diferents capítols prenen diferents marcs de referència territorial i administrativa. El primer, té una òptica internacional, entenent que el fenomen del *coming out* a internet és un fenomen d'abast global que es dona en diferents països de tots els continents. Uns altres, tenen un enfocament basat en l'administració estatal, considerant la dubtosa homogeneïtat d'aquesta classificació com a marc formal d'anàlisi, però apta per a analitzar fenòmens que es donen en un context social i polític de referència. En el cas del capítol sobre biografies LGTBIQ+ a les xarxes socials, prenem com a referència la legislació espanyola com a marc jurídic per a explicar el context històric i polític d'aquest país. El mateix ocorre amb el fenomen Gaysper que es dona en un context estatal d'auge de l'extrema dreta a l'Europa Occidental i, de la mateixa manera, també en el context espanyol. Aquest marc teòric contrasta, tal vegada, amb la meua pràctica

activista, que es dona en esferes ultralocals, potser més difuses, en moltes ocasions, assenyalant i reivindicant les especificitats pròpies del local.

### **No contribuir a reiterar l'opressió i obrir vies a “allò possible”**

En fases bastant avançades de la recerca, m'he qüestionat els propis fonaments de la tesi. Parlar de *coming out* reafirma l'essència d'un moviment d'assimilació? Significa aprofundir en la lògica de demanar permís per poder ser? Estaré reforçant l'opressió en esmentar històries de vergonya i de subordinació? Encara que l'escriptura d'una tesi té uns criteris formals d'organització, gairebé al final de la recerca proposo fer una revisió exhaustiva de com cada frase, cada paraula, està dibuixant - o no- un món de possibilitats. Entre el diagnòstic i la cita d'autores inspiradores, busco obrir finestres al relat des del meu propi cos. “La creatividad es un instrumento de lucha, el cambio social es un hecho creativo y la acción creativa es una acción política” (Galindo, 2022, 71). Intento prendre consciència sobre com cada expressió utilitzada més enllà d'un argument conté una certa voluntat d'obertura i així una pretensió d'emancipació. Potser una voluntat d'emancipació que parteix d'allò personal cap a allò col·lectiu, o més aviat, que enllaça el personal amb un entramat o sistema col·lectiu. Conclo que un text sense valor subjectiu, que no intenti posar el cor en cada frase, és un mer instrument acadèmic. I aquesta revisió, com explico en el punt nou, es dona tant en el valor dels plantejaments com la pròpia utilització dels termes i les paraules. “Si lo que moviliza es lograr más que el de al lado, llevarse una parte del pastel, darse la ganancia sin cambiar el juego, todo se repite, las formas de desigualdad se perpetúan” (Zafra, 2021, 270).

### **Inclusió de les sensacions corporals associades als arguments**

Una de les característiques d'aquesta recerca, com a mostra el marc teòric, és el fet de no desvincular els arguments del cos. Parteixo de la idea que el coneixement no es pot separar del context on va ser creat, tampoc de les emocions que el van motivar i dels cossos - metafòrics i poètics- (Galindo, 2022) que van activar aquests processos, com explico en la presentació. Així, en el marc teòric assenyalo algunes de les sensacions associades als “afectes” com pot ser la sensació de pressió en el pit, la sensació de voler desaparèixer, la sensació de respiració accelerada. I també sensacions aplicades en el cos i considerades positives com la calma, el relax muscular, l'energia de la connexió, etc. En les teories on s'impliquen sensacions el llenguatge ha de ser capaç de tornar-se prou precís per a retratar de què estem parlant, i l'escriptura en primera persona pot ser capaç també de mostrar directament aquestes sensacions. Així doncs, aquesta tesi neix dels meus propis afectes, perquè és la primera legitimitat de la qual dispo. Com la nostra percepció és encarnada el subjecte

sempre està canviant també en funció del nostre estat corporal. També assumeixo que els elements que despertin la meva curiositat contribueixen a que les hormones implicades en el nostre estat anímic permetin continuar anar escrivint aquestes línies amb passió.

### **Com canvia la realitat a través de la investigació**

Una de les característiques principals d'aquesta tesi és que durant els cinc anys d'elaboració els assumptes tractats salten a l'agenda política i sobretot a l'agenda dels mitjans de comunicació. Aquest fet suposa una arma de doble tall. Augmenten les veus que opinen i generen discurs sobre els fets analitzats; assistim a una transformació en les nomenclatures. Es popularitzen paraules com *pinkwashing*, *queerbaiting*, *meme* o *emoji*. Hi ha moments en què temo que aquesta recerca pugui quedar desplaçada, suplantada i desfasada a causa de la immediatesa amb què els mitjans de comunicació poden abordar alguns dels assumptes analitzats. En aquest sentit, assisteixo a la creixent popularització dels fenòmens analitzats, fet que em fa anar enriquint la perspectiva amb molts matisos. El quart capítol en el que s'aborda la utilització de les marques comercials de les històries de vida LGTBIQ+ amb la finalitat d'augmentar les vendes és un fenomen tan recent que no el podíem apreciar al 2019 i que, en certa manera, complementa i completa la perspectiva inicial sobre els vídeos de *coming out*. Per tant, aquest text és una fotografia contemporània d'un moment de la història en un context determinat.



## 4. Estructura de la tesi

La tesi està formada per quatre estudis de cas que aborden la subjectivitat a les xarxes socials des de les aportacions de la Teoria Queer i els Estudis de Gènere, com dels que ofereixen les Teories de la Comunicació. Els quatre estudis de cas aborden qüestions relacionades amb la representació de persones LGTBIQ+ a les diferents xarxes socials. En el primer cas, els vídeos d'autoproducció de *coming out* a YouTube. En el segon, presentem una comparativa sobre els relats biogràfics LGTBIQ+ a YouTube. En el tercer, abordem les produccions digitals de reapropiació de l'insult com a resistència queer i, en el darrer, a través de les produccions difoses per les marques comercials a Instagram, narrem les campanyes publicitàries en el Dia de l'Orgull LGTBIQ+. Els resultats no pretenen presentar una comprensió integral i exhaustiva de les representacions LGTBIQ+ contemporànies en el món digital sinó reflectir algunes de les múltiples possibilitats de recerca que ofereix aquest camp i dotar-lo amb eines per a continuar explorant-lo i establint associacions entre ells.

# Capítulo 2. Objetivos

Los objetivos principales aquí explicados hacen referencia a los propósitos generales de la tesis, y los objetivos secundarios a cada uno de los estudios que forman parte de esta tesis. Por otra parte, los objetivos que se señalan a continuación entienden esta tesis como punto de partida, no como meta final, por tanto, deben ser comprendidos como una hoja de ruta que se inicia con esta tesis y que tiene la voluntad de seguir profundizando en cada uno de los temas tratados.

### **Objetivos principales:**

1. Estudiar el proceso en que las personas LGTBIQ+ se apropian del relato de sus propias vidas a través de las narraciones autobiográficas en las redes sociales. La creatividad personal se pone al servicio de la propia expresión identitaria.
2. Analizar cómo la producción mediática LGTBIQ+ en las redes sociales es una instantánea de la condición afectiva y de las emociones que marcan la vida de sus usuarios.
3. Mostrar de qué manera la lucha LGTBIQ+ en la segunda década del siglo XXI está determinada por una subjetividad que surge de la combinación de vídeos e imágenes fragmentadas.
4. Mostrar cómo la producción mediática LGTBIQ+ es una herramienta de lucha social y, a la vez, de conformismo y asimilación.

### **Objetivos secundarios:**

5. Estudiar a través de los *coming out videos* de Youtube el momento crítico en que se ponen en juego los valores heterosexuales y el cuestionamiento de la institución familiar a través de los diálogos en el contexto doméstico captados por la cámara.
1. Analizar la evolución del relato autobiográfico de las personas LGTBIQ+ a través de las historias de vida digitales protagonizadas por dos youtuberas pertenecientes al colectivo.
2. Investigar qué dinámicas se ven involucradas en la reapropiación del insulto en el universo digital a través de emojis que constituyen una resistencia queer frente a los posicionamientos LGTBIQfobos.
3. Comprobar cómo las marcas comerciales y las empresas multinacionales utilizan el día del Día del Orgullo LGTBIQ+ para ejecutar diferentes campañas destinadas a mejorar su identidad corporativa aprovechando las historias de vida y el amor LGTBIQ+.

# Capítol 3: Metodología

## 1. Estudio de caso 1

La metodología de este estudio de caso se basa en un análisis crítico de las escenas y los diálogos que se dan en esta conversación de *coming out* en los vídeos de autoproducción entre progenitores e hijos (Doyle and Campbell, 2020) y las entrevistas en profundidad (Machin, 2002) a sus protagonistas. Estas entrevistas tienen como objetivo recabar información sobre cómo vivieron este momento y su salida del armario ante estas figuras de apego. Considero delimitar una muestra corta pero suficientemente representativa para el análisis, formada por cinco youtuberos de 17 a 30 años de diferentes nacionalidades, ya que percibo que los *coming out videos* son un fenómeno digital global. Las entrevistas, realizadas a lo largo de 2021 y 2022, combinan preguntas cerradas y abiertas, transcurriendo como una conversación espontánea donde se persigue comprender cómo interpretan los protagonistas su salida del armario, su decisión de grabarla en vivo y de difundir este momento en la red YouTube. La ventaja más importante de las entrevistas en profundidad es que me permiten acceder a las sensaciones y emociones que provoca este momento crítico. Además, el hecho de que los informantes se sientan involucrados con el carácter político de la investigación favorece la discusión de los planteamientos.

## 2. Estudio de caso 2

En este estudio de caso, parto del relato de vida como método biográfico narrativo, el cual se ubica dentro del campo de la investigación cualitativa. Así, considero el análisis de las historias de vida de los sujetos para sacar a la luz aquellas experiencias y significados contextualizados en determinado tiempo y espacio a través de las propias palabras, más allá de los datos y actos “desencarnados” (Ferrarotti, 1983). A través de dos testimonios de youtuberas españolas Dulceida y Elsa Ruiz Cómica, identificamos aquellos rituales que marcan los momentos de paso en los que se inscribe una experiencia vital. Estudiar los casos de Elsa Ruiz Cómica, concretamente su perfil de *Lost in Transition*, (35.200 suscriptores en febrero de 2022) y Dulceida (2,18 millones de suscriptores en febrero de 2022) es relevante para saber cómo se articula el relato biográfico LGTBIQ+ a principios del siglo XXI y su contenido político. Elsa Ruiz Cómica es una mujer trans que se ha posicionado como una voz divulgativa para abordar distintas temáticas relacionadas con el público trans. Aida Domènech, más conocida como Dulceida, se identifica como bisexual y ha explicado su vida privada LGTBIQ+ en el marco de una cuenta dedicada a los temas de moda y a las experiencias de sus viajes.

### 3. Estudio de caso 3

En el tercer estudio de caso, partimos de una muestra intencional de personas vinculadas con el colectivo LGTBIQ+ para opinar sobre el fenómeno Gaysper, un emoji que circuló por la red y en el que el colectivo gay se apropió de una imagen ofensiva difundida por Vox. Las sesiones de los grupos de discusión fueron conducidas en un espacio no académico para fomentar la confianza y el diálogo con los/as participantes. Se realizó a través de una convocatoria en las redes sociales de forma voluntaria. La selección no se basó en criterios de género, sexo u orientación sexual. El primer grupo de discusión (G1) estuvo constituido por seis hombres gays que han sido codificados como G101, G102, G103, G104, G105 y G106. El segundo grupo de discusión (G2) estuvo compuesto por siete personas, de las cuales fueron identificadas como una mujer heterosexual, un hombre heterosexual, un hombre trans heterosexual y cuatro hombres gays, a los que se les ha asignado la siguiente nomenclatura: G201, G202, G203, G204, G205, G206 y G207. Las sesiones fueron registradas mediante grabación de audio, y posteriormente transcritas. A partir de este diálogo se realiza un análisis de contenido crítico y cualitativo de los dos grupos de discusión para captar los significados que se construyen acerca de Gaysper y su circulación pública, así como las apropiaciones del emoji en las interconexiones de lo online y lo offline.

### 4. Estudio de caso 4

En este estudio, se analizan tres ejemplos de multinacionales que operan en el estado español – Burger King, Mango y Vodafone – para ver qué estrategias discursivas emplean respecto al colectivo LGTBIQ+ alrededor del Día del Orgullo. Se trata de compañías de tres sectores distintos (alimentación, telecomunicaciones y moda) que lanzaron una campaña o bien los días previos o posteriores a la efeméride, bien el mismo día del Orgullo a través de la red social Instagram. Analizamos estos tres casos a través de un *close reading* de las interacciones que estas narrativas digitales producen en la red (Tortajada et al., 2019). Atendemos a tres criterios: la estrategia de marca y su posicionamiento; el uso de los prescriptores y su identidad manifiesta o latente, y finalmente, el grado de interacción a favor o en contra del posicionamiento como marca. Por lo que respecta a la marca se analiza el objetivo de la campaña, el discurso, valores, *claim* tono y posicionamiento; en relación con los prescriptores se analiza el cuerpo, la edad y la identidad sexual; y referente al grado de interacción, se recoge el número de *likes* o reproducciones, la tipología y el número de comentarios favorables o desfavorables.

# Capítulo 4. Marco teórico

En este capítulo presento un marco teórico para el análisis de las producciones LGTBIQ+ en las redes sociales desde la óptica de los afectos. Abordo la cuestión de las subjetividades y la heteronorma a partir de cuatro estudios de caso concretos que ofrecen una panorámica contemporánea de las producciones digitales desde diferentes perspectivas que abarcan tanto los movimientos de disidencia como los mecanismos de asimilación homonormativa. Ante el desmantelamiento de uno de los mitos de la cultura occidental -la heterosexualidad-, la visibilización del movimiento LGTBIQ+ se cruza con la eclosión del yo como marca personal en las redes sociales.

Así, en el primero de los casos, abordamos el estudio de los *coming out*<sup>5</sup> videos en el contexto de la familia nuclear en la plataforma YouTube a través del registro de los diálogos con los progenitores; también nos ocupamos de las narrativas autobiográficas LGTBIQ+ en YouTube y su carácter homonormativo en el contexto español; por otro lado, tratamos la capacidad de reapropiación de las imágenes por parte del colectivo LGTBIQ+ ante el auge de la extrema derecha, a través del estudio del fenómeno Gaysper que tuvo lugar en distintas redes sociales, y, finalmente, las representaciones LGTBIQ+ en Instagram en motivo del Día del Orgullo<sup>6</sup> y cómo estas se vinculan con los mecanismos de normalización neoliberal.

Enfoco este estudio vinculando la perspectiva feminista con las bases teóricas de los Estudios Culturales y de Comunicación con un especial interés por los Estudios de las Emociones; el Interaccionismo Simbólico; así como la Teoría Queer y la Teoría del Apego. Los Estudios Culturales son un campo que nos permite contemplar cómo las redes sociales se han convertido en un escenario para las identidades políticas, en la intersección entre las representaciones hegemónicas y la capacidad de agencia de las personas en la transformación social. Además, el giro afectivo de los Estudios Culturales sitúa la experiencia emocional como un asunto central en las historias del yo, ya que vincula el cuerpo con nuestra capacidad retórica. Este trabajo se nutre en gran parte de las aportaciones teóricas de algunas autoras (De Lauretis 1991, Plummer 1995, Sedgwick 1999, Ahmed 2004, O’Riordan 2007, Cover 2007, flores 2008, McRobbie 2009, Zafra 2021, hooks 2021, Galindo 2022, Trujillo 2022) trasladándose al diálogo que vincula cuestiones de género con redes sociales digitales.

---

<sup>5</sup> *Coming out* quiere decir salir del armario o salir del *closet* en algunos países de habla hispana. En nuestra cultura occidental, *salir del armario* es una expresión que se ha asociado a un contexto LGTBIQ+ por ser un colectivo que se ha apropiado mayoritariamente de este término, aunque también puede usarse en otros contextos, siempre con el significado de querer visibilizar una realidad institucionalmente marginada por la convención.

<sup>6</sup> El Día Internacional del Orgullo LGTBIQ+ —también conocido como Día Internacional del Orgullo— es un día que se celebra mundialmente cada 28 de junio en conmemoración de los disturbios de Stonewall de 1969.

Considerando que las Ciencias Sociales se han desarrollado tradicionalmente desde un contexto occidental, por un hombre cis, blanco, heterosexual - o *pater familias*, cómo definiría Rita Segato (2011)- esta investigación se enmarca en una perspectiva decolonial, ruralizada, *bollera* y situada (Haraway, 1995), donde los conocimientos se generan en lugares concretos, por cuerpos con una situación emocional específica, de clase y política que también merece ser explicada. También entendemos el conocimiento como una práctica que no puede darse separada de la creación artística, puesto que parte del proceso de exploración y de asociación de significados y símbolos responden a esta activación desde la fuerza-afecto que nos mueve.

He dividido el marco teórico en nueve puntos que exponen la conexión que existe entre el objeto de estudio y las distintas teorías recogidas.

## **1. La autoproducción LGTBIQ+ en las redes sociales: ¿estamos hablando de un género?**

Es a partir de la entrada en el siglo XXI cuando aparecen las primeras investigaciones que abordan el fenómeno de las producciones LGTBIQ+ en las redes sociales en el marco de los enfoques sobre subjetividades LGTBIQ+ y medios digitales (Alexander y Losh 2003; Gray, 2009; Chevrette, 2013; De Ridder y Van Bauwel, 2013; Wuest, 2014; Raun, 2016; Lovelock, 2019; Doyle y Campbell, 2020, Tortajada, Willem, Platero y Araüna, 2020). Se trata de un campo de estudio nuevo que nos permite tratar estas producciones digitales como aportación a la discusión feminista o queer.

En el contexto más cercano, diferentes autoras con las que he tenido la suerte de coincidir en el marco del proyecto I+D *Prodsusage juvenil en las redes sociales*<sup>7</sup> han analizado las expresiones de género digitales contemporáneas, situando el foco tanto en las violencias sufridas por el colectivo LGTBIQ+ como en los mecanismos de transformación que se dan en las distintas plataformas como podrían ser Facebook, YouTube, Instagram, Twitter o Tiktok. A través del análisis de diversos casos de estudio, han profundizado en las teorías de género y de comunicación con experiencias a partir de 300 vídeos de YouTube -situados mayoritariamente en el contexto español- así como otras manifestaciones en otras redes sociales que amplían y enriquecen la teoría (Tortajada, Willem, Platero y Araüna, 2020). Muchas de estas investigaciones se recogen en diferentes artículos que forman parte de los libros colectivos *Deshaciendo nudos en el social media: redes, feminismos y políticas de identidad*

---

<sup>7</sup> Este proyecto iniciado en 2018 fue financiado por el ministerio y llevaba por título *Prodsusage juvenil en las redes sociales: construcción de la identidad sexual y gestión de las desigualdades de género (Young people's prodsusage on social media: constructing sexual identities and managing gender inequalities)* y se resume con el himno RESPEct en honor a la letra de Aretha Franklin.

(Bernárdez Rodal y Padilla Castillo, 2021) y *Feminismos, violencias y redes sociales* (Postigo, Vera, de Frutos, 2022). En ellos se plantean algunas preguntas como en qué medida refuerzan o socavan la estructura patriarcal de nuestras sociedades; si las redes sociales están haciendo más fácil o difícil la vida cotidiana de las mujeres y de aquellos colectivos que padecen un déficit de reconocimiento material o simbólico o cómo están impactando en nuestras identidades sociales.

### 1.1. Rituales de paso en la era digital

Los rituales son el núcleo de la identidad social de todas las comunidades (de Coppet, 1992). Es la manera en que los grupos sociales celebran sus mitos, los ponen en escena y los actualizan. Un ritual representa el acceso a una identidad social concreta. Muchos rituales se ubican en el calendario que actúa como un dispositivo para estructurar el tiempo alrededor de unas celebraciones que marcan los valores o los tiempos de una comunidad en relación con su contexto y su paisaje. Las Navidades; las fiestas vinculadas a los solsticios; las celebraciones de las cosechas en los espacios rurales; las comidas de los domingos en familia; los periodos vacacionales o las festividades, se marcan y celebran con rituales que incluyen objetos, alimentos, textos, bailes o cantos con una clara trascendencia simbólica. Estos ritos conectan a los individuos y sus *historias del yo* con una comunidad a través de los afectos.

Según Ahmed (2019), la cotidianidad de la heterosexualidad obligatoria es también su afectividad, que está envuelta en muchas ceremonias y rituales cotidianos que unen a familias, como por ejemplo muchas culturas celebran los momentos de unión amorosa de sus miembros a través de rituales concretos vinculados a las creencias religiosas o culturales. La afectividad se convierte en ritos - nacimiento, matrimonio, muerte- que unen a las familias e integran todas las formas de sentimentalismo para aquellos que puedan habitarlo (Ahmed, 2010). Si la familia ha sido tradicionalmente asociada con el origen del amor, la comunidad y el apoyo, la familia y la heteronorma está en el centro de muchos de estos ritos, y deja huérfanos de marcos simbólicos a todas las personas que no se inscriben en esta cosmovisión. De hecho, la heterosexualidad se vuelve el guión que liga lo familiar con lo global: la unión del hombre y la mujer se vuelve una especie de nacimiento, un acceso a un modo de vida que son de antemano reconocibles como formas de civilización (Ahmed, 2010).

Estos rituales heteronormativos se trasladan también a las redes sociales y se gestionan a través de interfaces que permiten visibilizar estos procesos simbólicos. Es frecuente hoy en día que los perfiles de las redes sociales se conviertan en obituarios para dar el pésame por la muerte de una persona significativa en la comunidad local o que las redes sociales sirvan para comunicar otros momentos clave de la vida como una conquista, una seducción o cualquier tipo de revelación, siendo estos

rituales contemporáneos similares a los ejercidos, en su momento, por la iglesia, como los bautizos, las comuniones o las confirmaciones (Han, 2020). Pero las redes sociales se han convertido también en espacios para los rituales que no contaban todavía con un reconocimiento social y han aglutinado causas y comunidades que no estaban consolidadas en los entornos presenciales. Identidades invisibles como por ejemplo las madres que habían sufrido una pérdida perinatal se conectaron a través de la red (Micalizzi, 2014) creando entornos de confianza y de lucha política.

Los rituales no solo reproducen la tradición, también sirven para crear nuevas creencias y representaciones. Los rituales actúan como un mecanismo para crear comunidades cohesionadas más allá de los contextos heteronormativos. En este caso, más que una reproducción, el ritual parte de un espíritu creativo, fusionando genealogías y prácticas originariamente diferentes para generar un sistema de creencias nuevo. Estos fenómenos los encontramos en las prácticas artísticas denominadas *queer* (Bell, 2018) que incorporan nuevas ritualidades como por ejemplo las llamadas bodas ecosexuales, desarrolladas por la artista Beth Stephens bajo el nombre Love Art Laboratory<sup>8</sup>. Esta artista durante años propuso con elementos de circo, *freakshow* y carnaval, unas bodas muy particulares que nacieron como respuestas a las Guerras del Golfo y en defensa de las uniones gays. Beth y Annie Sprinkle se casaban en público e invitaban a todas las participantes a casarse a su vez con un elemento natural para denunciar su explotación. Así, el ritual consistía en casarse con la tierra o con los océanos, desafiando de este modo la lógica de la heteronorma.

Podemos decir que la comunidad digital LGTBQ+ en cuanto a comunidad que comparte una identidad, una lucha y unos valores también se estructura alrededor de una ritualidad propia que permite a sus miembros sentirse parte del colectivo. Si Butler decía que el yo era un producto de la performance hecha a través del lenguaje, el discurso y la cultura, en el caso de las redes sociales esto incluye los marcos discursivos de los rituales online (Cover, 2000). Las redes sociales son dispositivos sociales que permiten la ritualización (Martín Serrano, 1998) de los distintos momentos vitales, así se pueden convertir en espacios para gestionar no sólo la salida del armario, sino las declaraciones de amor y las enunciaciones de todo tipo, desde las vinculadas con las efemérides personales como con los posicionamientos políticos. De hecho, decidir grabar un momento vital concreto ya representa la ritualización del mismo. Un “screen birth” (Raun, 2016), que promete una nueva vida offline después de este nacimiento digital. Muchos blogueros trans empiezan a documentar su día a día a partir del momento en que empiezan a administrarse testosterona. A partir de este momento fundacional (Raun, 2016), la cámara servirá para ir viendo cómo se va

---

<sup>8</sup> <https://elizabethstephens.org/love-art-laboratory/>

transformando el cuerpo a través de las hormonas. En este sentido, la cámara no solo documenta, sino que permite también el acto de la creación de quién se quiere ser.

Así pues, en este momento de renovación de los rituales (Han, 2020) asistimos al traslado de muchos de los rituales que tenían lugar de forma presencial al mundo digital y se difuminan las líneas entre el llamado *postureo* (Arango, 2021) y la función social comunitaria. La colectividad no es sólo la que se da en entornos de presencialidad sino también la que se une por comunidades de intereses. Los “momentos críticos” pueden ser personales o sociales y son recurrentes en las historias vitales de personas LGTBIQ+, coinciden en tiempo y significado y esto favorece que puedan convertirse en rituales que sirven como ceremonias de paso (de Coppet, 1992) que marcan los itinerarios vitales y que se reproducen socialmente. Estos actos no son verdaderos ni falsos, ni quieren registrar nada, simplemente les da validez el hecho de realizarlos y repetirlos (Austin y Urmson, 1990).

Desde las etapas más tempranas de la investigación me he interesado en especial por cómo, especialmente los jóvenes, construyen las autonarrativas LGTBIQ+ como rupturas en las líneas del tiempo y cómo configuran sus propias biografías digitales a través de procesos entorno al rito y a las emociones compartidas. En especial, mi interés ha girado en torno a la ritualización de ciertas prácticas de enunciación tradicionalmente offline ahora enmarcadas en un contexto tecnológico, como por ejemplo el llamado *coming out*, y especialmente la negociación identitaria en el contexto de la familia nuclear de origen, una estructura que influye enormemente en nuestra subjetividad y nuestra respuesta afectiva, ya que la retórica supremacista ha convertido la familia en el elemento central de su visión del mundo y de su proyecto político (O'Brien, 2023).

“The proliferation of coming out videos offers us a unique opportunity to consider the management of sexual identities in online spaces. This occurs particularly since the coming out video is often an intentionally broadcast statement that attempts to negotiate the boundary between intensely personal desires and public identities. It therefore shows us, through varied performances, the shaping of personal desire through public discourse about sex, sexuality, and sexual identity” (Alexander y Losh, 2010, 38).

Hablar de *salir del armario*<sup>10</sup> es recuperar un espacio perdido o recuperarlo como territorio no sólo de visibilidad, sino también de lucha y utopía. Sin embargo, es imposible *salir del armario* desde un punto de vista único, ya que supondría dejar de lado múltiples complejidades acerca del contexto en

---

<sup>10</sup> El 11 de octubre se constituyó como el Día Internacional de la salida del armario para tomar conciencia sobre la importancia de reafirmar la sexualidad individual. El día fue implementado por el Dr. Robert Eichberg y Jean O'Leary a raíz de la celebración de la Segunda Marcha por los Derechos de Gays y Lesbianas, que tuvo lugar en Washington DC, Estados Unidos y donde acudieron más de 500.000 personas para pedir la igualdad de derechos.

el que se da este proceso intersubjetivo. No es lo mismo *salir del armario* en un país que en otro, en una ciudad o en un pueblo, en un contexto afectivo comunitario o en otro. No es lo mismo exponerse con un carácter expansivo o, por el contrario, con un carácter introspectivo. Los condicionantes que afectan e influyen este ritual de paso son múltiples.

## 1.2. Las historias del yo

Belk (2013) habló que el *extended self* incluía todas aquellas instancias y personas que hablaban de uno mismo: el cuerpo, las posesiones físicas, los amigos, los grupos de filiación. Todos estos elementos aportaban información sobre el *self*. Los estudios de comunicación ponen el foco entre la representación del *self* y del *self online*, un campo que bebe de los estudios sobre la autobiografía y el impacto del *storytelling* en el mundo digital (Couldry, 2008). De hecho, el concepto de *autobiografía* siempre será problemático puesto que al convertir la autobiografía (De Man, 1991) en un género literario se le hace un sitio entre los géneros artísticos y se lo eleva de la simple crónica o descripción de unos hechos personales. Hay muchas cuestiones que quedarían por resolver y que aquí no podemos abordar. ¿Se puede construir una autobiografía digital? ¿Se puede considerar autobiografía unos discursos fragmentados y por capítulos sobre el propio yo?

El ser humano accede a su realidad a través del lenguaje. Digamos que en cierta manera nos contamos a nosotros mismos quiénes somos en función de una historia concreta (Linares, 1996). El concepto del yo, con una noción de pasado y futuro surge rápidamente con el lenguaje por medio del intercambio de símbolos. El sentido de la propia identidad aparece con la conciencia y con la capacidad explícita de construir en los estados de vigilia escenas pasadas y futuras. Requiere una capacidad semántica y, en sus aspectos más desarrollados, de capacidad lingüística. Poderse relatar es un privilegio que no siempre ha estado en manos de la gente corriente. La identidad es un proceso que muchas veces ha estado sujeto a tener el poder y la capacidad de representarse. ¿Quién tiene una vida que merece ser representada? ¿Solo las vidas humanas merecen ser descritas?

También cabe decir que el proceso de visibilización de una identidad está muy relacionado con nuestras subjetividades contemporáneas que se configuran a través de un proyecto reflexivo del yo (Giddens, 1991) en el que nuestra propia narrativa biográfica -como nos autodenominamos- se convierte en el principal artefacto regulador de nuestros comportamientos, nuestra moral y nuestros objetivos en la vida. La manera en la que nos definimos a través de las palabras, la imagen o el discurso marca nuestra identidad e intentamos que exista una correlación directa y neutral entre aquello que somos y lo que decimos que somos, aunque no siempre sea posible y en muchas ocasiones se dé una separación -neurótica- entre “la vida vivida y la vida contada” (Thomson y Holland, 2002). De todas maneras, si bien en esta tesis hablamos de las historias del yo digital, también hay procesos

vinculados con las redes sociales que hablan sobre nuestra propia identidad y que no están relacionados con el relato. Son los rastros digitales que vamos dejando a través de nuestras acciones offline y online. Aquello que las llamadas galletas registran sobre nosotros. Gustos, relaciones sociales, ámbitos de interés, las ubicaciones donde nos geolocalizamos u otras informaciones que se deriban de colgar ciertas informaciones o fotos en las redes sociales (Poletti y Rak, 2014). Nuestra identidad, como podemos ver en la imagen de la portada de este trabajo, se articula con múltiples datos/recortes que hablan sobre nosotras.

En el mundo digital, la versión del yo se extiende de una manera exponencial, que conecta y retroalimenta la narrativa personal (Sibilia, 2008). La propia palabra *selfie*<sup>11</sup> actualmente de uso cotidiano en el contexto de las redes sociales hace referencia a este giro de la cámara hacia uno mismo, tanto como mecanismo de empoderamiento como intento de encajar en las estéticas de las redes sociales, como, por ejemplo, Instagram (Calderia et al, 2021). Nos encontramos por tanto en un momento en que cada uno de nosotros es capaz de escribir su propia historia ya sea con el uso de imágenes o textos, a través de lo que elegimos mostrar o no mostrar de nosotros mismos. Podríamos cuestionarnos, de hecho, si las narrativas son también productos identitarios del capitalismo tardío que circulan de la misma manera que circulan las mercancías (Poletti y Rak, 2014) pero esto ya sería otro tema.

En el mundo virtual, las narrativas del yo se han interpretado básicamente respondiendo a dos enfoques polarizados. Por un lado, las que aluden a la creciente deshumanización e individualización de la sociedad contemporánea (Lipovetsky, 2015) y, por otro, las que enfatizan en el carácter emancipatorio de la red para relatarse o para definirnos como ciudadanos políticos (Burgess; Green, 2009, Strangelove 2010) en muchos casos infrarrepresentados o, directamente, ausentes de la historia contada. Un ejemplo de este fenómeno sería Homeless Nation<sup>12</sup>, han contribuido a producir subjetividades legales (Poletti y Rak, 2014) a través de las redes sociales, en un colectivo, las personas sin hogar, que no tenía voz. Es cierto que cada vez más las aproximaciones ofrecen más matices para evitar estas dos dicotomías y se aprecia como conviven perfectamente elementos dramáticos destinados a mostrarse de una manera determinada para conseguir capital social con los más reflexivo destinados a la transformación social y política.

---

<sup>11</sup> En lengua castellana se podría denominar también autofoto o autorretrato. La particularidad es que es un autorretrato realizado con una cámara fotográfica, generalmente una cámara digital o un teléfono móvil. Se refiere normalmente a una práctica asociada a las redes sociales, ya que es común subir este tipo de autorretratos a dichas plataformas.

<sup>12</sup> Homeless Nation es una organización sin ánimo de lucro con sede en Montreal (Quebec) que se creó para luchar contra la fractura digital. Esta web ([www.HomelessNation.org](http://www.HomelessNation.org)) que fue la semilla de la organización, pretendía ser una página web hecha por y por los sintecho. La web tiene el objetivo de dar la oportunidad a personas que viven en la calle de tener un instrumento con voz propia e intentar comprometer a la ciudadanía

Para el colectivo LGTBIQ+, tradicionalmente también privado de representación, encontrar un espacio donde relatarse ha sido una oportunidad histórica. Como en su momento la llamada *herstory*<sup>14</sup> pudo reivindicar la historia escrita desde la perspectiva de las mujeres, también el colectivo LGTBIQ+ ha necesitado reescribir la historia desde su punto de vista y con toda la diversidad posible dentro del colectivo. Por eso, las redes sociales han supuesto una eclosión de las llamadas narrativas del self (Ellis, 1991), *mystories* (Ulmer y Koro-Ljungberg, 2015) o autoetnografías LGTBIQ+. En este caso, internet ha permitido generar y desarrollar un yo consistente (Beck y Beck-Gernsheim, 2003). De hecho, se podría pensar que este coqueteo con la cámara se debe a un “redescubrirse” de manera atractiva (Raun, 2016). Es cierto que estas narrativas del yo tienen ciertos elementos de narcisismo, pero no desde un punto de vista patológico sino como una manera de introspección y reconfiguración del propio yo (Papacharissi, 2010). En este caso, la imagen proyectada y difundida es la que permite al yo querer a él mismo, mientras que en el narcisismo patológico la imagen es el propio yo, y el otro queda totalmente excluido (Jones, 1998). Eso significa que si bien es cierto que las historias del yo tienen un elemento narcisista, también están hechas para conectar con el otro. Es un relatarse para ser visto, para ser integrado o amado en el seno de una comunidad. De hecho, presentarse públicamente, abrirse a una audiencia desconocida es una manera de generar empatía y así fortalecer las relaciones. “Self-presentation is crucial in forming relationships with potential informants in online settings” (Hine 2000, 74). Muchos adolescentes relatan el momento que encontraron webs, testimonios e información LGTBIQ+ en internet y más que un proceso solitario y aislado, se convirtió en un proceso totalmente social y socializador (Gray, 2009). Bruner lo define como *distributed self*, en el sentido que trasciende la historia individual, y cada historia de vida se produce en la interacción con las personas significativas con las que nos relacionamos.

Es precisamente esta autorrepresentación a través del acto retórico<sup>15</sup> de *coming out* el que inicia en mi caso esta la reflexión sobre las producciones digitales LGTBIQ+ que acabará por constituir los distintos estudios de caso de tesis doctoral. Así, una primera pregunta podría ser: ¿Qué significa salir del armario? o más tarde ¿Qué significa salir del armario en las redes sociales?

“Es el nombre que señala una experiencia vital de la disidencia sexual, que los diversos discursos sociales no han considerado relevante, desconocen, prefieren ignorar o destinan a un olvido o censura deliberados. Podemos considerar el armario como una verdadera institución opresora promovida,

---

<sup>14</sup> Es un juego de palabras que se compone de *history*, *his story* -la historia de él- a *herstory* -la historia de ella- propuesto por la teórica feminista Robin Morgan.

<sup>15</sup> Entendemos los actos retóricos como actos performativos, es decir, crean situaciones que son capaces de transformar el mundo. Los actos performativos están sujetos a las convenciones sociales y su repetición dentro de la comunidad asegura su validez (Austin, 1990).

controlada e instigada por la propia sociedad. De esta manera, se envía la sexualidad de lesbianas, gays y travestis al ámbito de lo privado” (flores, 2008, 4).

El *coming out* es un enunciado que nombra desde la agencia personal lo que había sido innombrable y, por tanto, que también se da en otros colectivos estigmatizados (Weston, 1991) por cuestiones de género, clase, etnia, capacidades psíquicas, alfabetización, estilo de vida, etc. Salir del armario significa decir algo que antes no había podido ser codificado. Así pues, las narrativas de *coming out* son muy habituales en las redes sociales puesto que estas actúan como si fuera un altavoz con capacidad para difundir un mensaje (Lovelock, 2019). Las experiencias compartidas, quizás más allá de nuestros contextos cercanos, se nos descubren comunes y parecidas a la de al lado. Incluso compartir estas experiencias con personas desconocidas nos libera de las cargas y de la presión de aquellas personas conocidas de las que es más difícil desvincularse o presentarse con una identidad renovada (Zafra, 2021).

De hecho, a través de las representaciones digitales vamos desentrañando la ideología asociada al dogma heteronormativo. Podríamos buscar los rastros de estas acciones performáticas en otro tipo de producciones audiovisuales como, por ejemplo, el videoactivismo entendido como una acción crítica en el marco de una acción política. Según Juhasz y Gund (1995) en épocas de cambios a escala política y tecnológica, las técnicas de videograbación adquieren una particular relevancia. En los años ochenta y noventa encontramos movimientos de protesta como la *Guerrilla Television*<sup>16</sup> en Estados Unidos (Halleck, 2005). A finales de los noventa, la necesidad de documentar de forma autónoma y efectiva las movilizaciones en contra del capitalismo en Seattle llevó a una intensificación de las prácticas videoactivistas. También el llamado periodismo ciudadano que son básicamente ciudadanos armados con un móvil ha permitido documentar situaciones donde los recursos de los medios de comunicación tradicional no podían acceder. Manifestaciones como las del 15M (Ríos, 2015) o las del 1 de octubre en Barcelona (Yago, 2018) a favor de la independencia de Catalunya con represión policial incluida, han podido ser captadas por las cámaras evitando así cualquier tipo de censura por parte de las grandes corporaciones de comunicación que antes de la era digital tenían el monopolio sobre el discurso.

---

<sup>16</sup> Es el nombre de un movimiento de videoarte que tuvo lugar durante las décadas de los 60 y de los 70. El término *Guerrilla Television* fue creado por Michael Shamberg en 1971, con la intención de construir una alternativa en la televisión comercial. El movimiento se inspira en las teorías sobre los medios de comunicación de masas de Marshall McLuhan y en los movimientos contraculturales de la época.

### 1.3. Los *realities* televisivos como antepasados de la imagen-realidad

En la época predigital no nos hubiéramos podido imaginar más allá de los formatos televisivos de telerrealidad -que aparecen alrededor del año 2000 en España- que podríamos presenciar un testimonio de *coming out* en directo, con una cámara instalada en un dispositivo móvil escondida en algún lugar del comedor familiar. Tampoco que posteriormente este documento sería difundido en las redes sociales y sería accesible para toda aquella persona que lo quisiera ver.

Es cierto que este formato confesional no ha sido exclusivo de los medios digitales, ya los medios de comunicación de masas habían ejercido en alguna ocasión como medios de difusión de secretos personales. También algunas producciones de radio o de televisión basados en los propios testimonios han ejercido esta función social de poner luz a la vida secreta de las personas. En los años 80 y 90<sup>17</sup> se hicieron populares los programas nocturnos de radio que permitían que los oyentes llamasen para expresar ciertos secretos de forma anónima, sin revelar su nombre real o su lugar de origen, su voz se perdía en las ondas de la noche y llegaba a los oídos de otro hogar anónimo. Estos programas se popularizaron porque creaban lazos íntimos que unían casas y soledades a través de la palabra casi susurrada. Posteriormente, las confesiones llegaron con fuerza a los platós de televisión y motivaron que los testimonios también se sentasen en una butaca para contar públicamente aquello que nunca se habían atrevido a revelar. En este caso, la guionización de la confesión y los elementos de producción añadían más componentes a la espectacularización del relato de vida, adulterando en muchos casos el testimonio real con una gran pátina de *show*.

Las confesiones sobre aspectos de la identidad a través de las redes sociales pueden ser múltiples y tienen la ventaja que pueden darse en un cierto contexto de seguridad. No hay nada como la sensación de sacarte del pecho algo que te afecta y poderlo hacer decidiendo si atiendes o no atiendes a las reacciones. Con, simplemente, apagar el dispositivo te alejas de cualquier reacción. Así, podemos compartir un gran secreto en abierto como si lo hiciéramos en la soledad de una conversación íntima, sin ponernos en riesgo de manera presencial, pero con una declaración que tiene un inconmensurable abasto social. Las confesiones suponen el acceso a un submundo que articula las relaciones sociales públicas y en cierta manera las condiciona. ¿Y qué persiguen estas confesiones? Podríamos decir que cuando hablamos de confesiones se activa un mecanismo dual enfocado tanto al cambio social como, a su efecto contrario, la asimilación o normalización (Jones, 2006). Precisamente es esta ambivalencia enunciativa la que analizamos y desarrollamos desde diferentes prismas a lo largo de los cuatro

---

<sup>17</sup> Un claro ejemplo en España es el programa *Hablar por hablar* creado por Gemma Nierga en Ràdio Barcelona en 1989 con el título catalán de *Parlar per parlar*, que la periodista dirigió durante varias temporadas, hasta 1997, en sus inicios en catalán y en su última etapa también en castellano para el resto del país.

estudios de caso expuestos. Asumiendo la dificultad de un término, el *coming out*, que siempre implica una experiencia momentánea e inacabada (flores, 2008).

Las producciones LGTBIQ+ como contenido audiovisual o experiencia mediada (Giddens, 1995; Thompson y Delgado 1998) no son de fácil catalogación, ya que se mueven a caballo entre las nuevas tecnologías, las industrias creativas y las políticas de la cultura popular. Por un lado, las producciones digitales LGTBIQ+ en cualquiera de sus formas y formatos -vídeos, emojis, memes, posts, frases- nos podrían recordar a los *realities* televisivos. Annette Hill (2005) los presenta como una fórmula híbrida que conecta ficción, documental y drama. Por otro, el carácter colaborativo y participativo de las redes sociales democratiza la producción cultural *amateur* (Burgess; Green, 2009, Strangelove 2010) y nos dibuja una nueva dimensión para el análisis y la gestión de las subjetividades en un ecosistema donde conviven multitud de representaciones, en las que se canaliza la reivindicación de construir el yo desde la propia voz (Beck, 1998).

“We are moving into a post-television era. We are not about to see a giant as huge as television disappear from the media landscape. Nonetheless, amateur video itself has become another giant among us, demanding our attention, fragmenting audiences, worrying advertisers, troubling television executives, and eroding the monopolization of representation by media corporations”. (Strangelove, 2010, 4)

Así, hablar de producciones digitales LGTBIQ+ nos sitúa frente un nuevo campo de estudio, de una representación audiovisual que nace de la hibridación de formatos y prácticas en la sociedad red, y de la que todavía no existe un consenso claro de sus límites y fronteras. Algunos autores (Burgess y Green, 2009; Jenkins, 2008) hacen referencias a las posibilidades de participación de los entornos digitales. Según Jenkins, la capacidad de reapropiarse de los diversos contenidos multimedia se debe a una cultura de la convergencia, que podemos entender como “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (Jenkins, 2008, 14). Aunque otros autores han sido mucho más críticos con el riesgo que supone que estas prácticas se enmarquen en un contexto tecnológico de grandes corporaciones, en este trabajo queremos apuntar a la apropiación como adaptación creativa que permite a las subjetividades usar las tecnologías para expresarse en un cierto contexto de autogestión (Martín-Barbero, 2002).

#### **1.4. La imagen pobre y el *culture jamming***

El uso de las imágenes y su manipulación para subvertir su significado intrínseco se ha convertido también en uno de los fenómenos digitales más populares. La imagen pobre (Steyerl, 2016) es aquella

que no ha sido emitida por profesionales de la imagen entendidos en el sentido clásico como personas que tienen estudios o han perfeccionado a través de la práctica el arte de la grabación. La imagen pobre es una información audiovisual popular que ya no forma parte de un género artístico ni documental, que ha sido liberada de las criptas del cine y empujada a la incertidumbre digital donde parte de su éxito será llegar a muchos hogares y a muchas pantallas anónimas. En algunos casos, perdiendo la calidad inicial, si alguna vez la tuvo, o directamente alterada y remasterizada.

“La imagen pobre construye así redes globales anónimas igual que crea una historia compartida. Construye alianzas al viajar, provoca traducciones acertadas o erróneas, y produce nuevos públicos o debates. Al perder su sustancia visual recupera algo de su impacto político y crea una nueva aurea alrededor suyo” (Steyerl, 2016, 45).

Los conocidos como memes<sup>18</sup> representan la capacidad de la información para ser transmitida de un individuo a otro. Permite a los usuarios que copien, modifiquen y reutilicen las imágenes cambiando su sentido original, en un proceso en el que se pierde la autoría y el significado que aquella imagen tenía en un primer momento. Estas imágenes tienen el potencial de conectar individualidades con colectivos concretos que se sienten interpelados por la misma conciencia social (Sandlin y Milam, 2008) como muestro en el estudio de caso 3 sobre el apropiacionismo del fenómeno Gaysper. De hecho, la reapropiación en las redes sociales no se diferencia tanto de ciertas prácticas en analógico de la contracultura *transmaricabollo*. Cabe señalar que a mediados de los años ochenta, aparecen en Estados Unidos las prácticas de *culture jamming* o guerrilla semiótica (Tietchen, 2001) dedicadas a deconstruir las representaciones dominantes, se sitúan en el mismo plano que el arte crítico, pero opera desde los medios de comunicación y la cultura pop (Fraj, 2015).

“En este nuevo marco de capitalismo inmaterial conformado por contribuidores y prosumidores los *hackers* desambiguan la reproducción del capital. El arte activista mediático, la llamada guerrilla de la comunicación se ocupa precisamente de hackear el flujo de las comunicaciones y de los imaginarios dominantes” (Fraj, 2015, 53).

El acceso a la producción de imágenes culturales posibilita que el conocimiento ya no sea sólo cosa de las grandes corporaciones. Los *culture jammers* pueden *hackear* las imágenes para producir otro tipo de sentido, se reapropian de las imágenes publicitarias ignorando los límites de la legalidad, utilizan juegos semánticos para operar sobre los significados como podemos ver en el estudio sobre

---

<sup>18</sup> El nombre *meme* tiene origen en el concepto concebido por Richard Dawkins, zoólogo y científico. En su libro *El gen egoísta* (1976) expone la hipótesis memética de la transmisión cultural. Otros autores, como el biólogo Edward Wilson, han señalado que el concepto de unidades culturales replicables ya apareció a finales de los 60, bajo diversos nombres diferentes como *mnemotipo*, *idene*, *sociogen*, *culturgen* o *tipo cultural*.

el caso Gasyper. Por primera vez en la historia de manera masiva, los públicos no hegemónicos pueden representar y dar a conocer sus propias experiencias (Morduchowicz, 2022) y resistir a los discursos dominantes a través de la apropiación y el sabotaje (Harold, 2004). En esta línea, la propia experiencia vital de los cuerpos que no entran en la norma se convierte en generadora de conocimiento (Ahmed, 2018) y este conocimiento es compartido con millones de usuarios en todo el mundo.

### **1.5. Historias de vida LGTBIQ+ como fenómeno cultural**

El concepto de historias o narraciones digitales LGTBIQ+ no es de fácil interpretación, ya que está sujeto a un número enorme de variables, que tienen que ver con la época histórica donde tiene lugar este acto (Weston, 1991). Si, por ejemplo, en los años cincuenta la visibilización de la identidad LGTBIQ+ significaba ir a los bares de ambiente de manera clandestina, en los años ochenta salir del armario ya significa hacer una declaración verbal explícita, y en el inicio del siglo XXI, salir el armario podría significar directamente verbalizarlo a través de las redes sociales, crear una especie de renacimiento personal a través de la pantalla (Raun, 2016).

“Aunque el concepto de las historias *coming out* puede parecer estable, lineal o con una forma esencialista, las historias *coming out* tendrían que ser entendidas como resbaladizas, prácticas y en constante negociación -entre presente y pasado, entre las experiencias y los discursos, entre las identidades ambivalentes y contendientes, y entre múltiples interlocutores” (Lancaster, 1996, 605).

Esta dificultad en la conceptualización esconde también un enorme potencial como estructura narrativa. Como apunta Plummer (1995), no nos resulta muy difícil hablar de historias de vida LGTBIQ+ como un cuerpo único porque estas historias son muy familiares para nuestra herencia narrativa y emocionalmente identificables por quiénes escuchan y quienes cuentan. Muchas de las tramas tienen una estructura muy parecida que la vincula en cierta manera con las narraciones épicas, ya que se relacionan elementos de sufrimiento, ansiedad, recuperación y finalmente el éxito de haber podido expresarse y de encontrar un marco identitario nuevo y estable desde donde desarrollarse. Las historias de superación que después de un conflicto dibujan un horizonte de esperanza forman parte de nuestras herencias fílmicas más consolidadas. Por ejemplo, los jóvenes trans en sus diarios digitales se muestran primero nerviosos, temerosos, a través del propio proceso de aceptación se van sintiendo cada vez más seguros y muchos de ellos acaban mostrando el orgullo por haber conseguido su propósito (Raun, 2016).

Antes de estas producciones en las redes sociales, hemos podido ver las subjetividades LGTBIQ+ en otros formatos o soportes audiovisuales como el fílmico o el documental. Así encontramos las primeras expresiones sobre *coming out* en filmes como *Word Is Out: Stories of Some of Our Lives*

(1977)<sup>19</sup> o *Tongues united*<sup>20</sup> (1989) o ficciones como *Maurice*<sup>21</sup>(1987); *But I'm a cheerleader*<sup>22</sup>(2000); *Transamérica*<sup>23</sup>(2005) o *Beginners*<sup>24</sup> (2010). En estos casos, tanto las historias reales como la ficción se desarrollan alrededor de un conflicto inicial debido a la condición LGTBIQ+ que permitirá a lo largo de la trama generalmente la aceptación personal y la del entorno, y la resolución del dilema narrativo. La épica en el cine (Paul, 2013) aplicada a las personas LGTBIQ+ incluiría las hazañas de uno o más héroes ficticios y las luchas reales o imaginarias en las que éstos han participado para luchar por su identidad o por sus relaciones amorosas en un contexto hostil y de persecución.

Más allá de estas producciones que hasta el momento hemos accedido como productos culturales, con la llegada de las redes sociales, las personas LGTBIQ+ empiezan a tener acceso (Rifkin, 2000) tanto a contar cómo a conocer historias o relatos de muchos otros lugares. Tienen agencia creativa para estructurar su relato de vida de acuerdo con unos códigos audiovisuales que se irán haciendo cada vez más complejos con las nuevas aplicaciones y recursos tecnológicos al abasto. Como predecía Plummer (1995) ante esta eclosión digital, nos encontramos ante un escenario de realidad virtual que promueve “un paisaje *erotópico* de millones de vidas” (1995, 4), donde el componente amoroso o erótico tiñe muchas de las historias digitales que más audiencia generan.

## 1.6. Democratización de las herramientas de grabación y difusión

Según señala Strangelove (2010) los vídeos en YouTube que él llama “vídeos domésticos” nos sitúa ante la posibilidad de poder grabar momentos “random” de la vida cotidiana, momentos que antes eran íntimos y que ahora pasan a ser públicos. El acceso básicamente a los teléfonos móviles denominados *smartphones* provistos de cámaras de alta resolución y con aplicaciones que permiten

---

<sup>19</sup> Es un documental de 1977 que presenta entrevistas con 26 hombres y mujeres definidos como gays y lesbianas. Fue dirigida por seis personas conocidas colectivamente como Mariposa Film Group.

<sup>20</sup> Un ensayo filmico que da voz a las comunidades de homosexuales afroamericanos, presentando sus culturas y perspectivas en un mundo donde se enfrentan al racismo, la homofobia y la marginación. Se considera un clásico de la no-ficción contemporánea por su estructura compleja, el uso de actores y de material de archivo, la inclusión de poemas recitados por Essex Hemphill y fragmentos autobiográficos del director.

<sup>21</sup> La historia se sitúa en la Inglaterra victoriana de finales del siglo XIX y comienzos del XX. Maurice Hall (James Wilby), a la edad de 14 años, recibe una charla de su maestro sobre el sexo y las mujeres. Se siente excluido de la idea adulta del matrimonio con una mujer como meta en la vida.

<sup>22</sup> Está protagonizada por Natasha Lyonne en el rol de Megan Bloomfield, una chica aparentemente feliz y heterosexual, animadoras de su colegio. Su familia y amigos están convencidos de que es lesbiana, y se organizan para darle a entender que tiene un problema, lo que culminará en su marcha a una institución especializada en la terapia de reorientación sexual para “curar” su homosexualidad.

<sup>23</sup> La vida de una mujer transexual experimenta un giro insólito al averiguar que antes de su operación de cambio de sexo tuvo un hijo, un adolescente que se dedica a vagar por las calles de Nueva York.

<sup>24</sup> La película está estructurada como una serie de interconexiones de *flashbacks*. Tras la muerte de su padre Hal, Oliver reflexiona sobre su relación con éste y la muerte de su madre. Poco después de la muerte de ella, Hal había hecho público que era gay ante su hijo (Oliver) y comenzó a explorar este aspecto de su vida.

la edición y el tratamiento de la imagen favorecen que un usuario medio pueda desde grabar y editar vídeos y fotos, así como modificar imágenes o *gifts* de manera intuitiva con unas habilidades a nivel de usuario.

La democratización tanto del material de grabación como de edición, así como el acceso a la distribución de este contenido a través de las redes sociales nos permiten convertirnos en cualquier momento en emisores de contenido. Nuestros espacios cotidianos se convierten en escenarios y nuestros interlocutores más cercanos en coprotagonistas del diálogo. Por eso, podemos ver como los hijos graban las conversaciones con sus progenitores y después las cuelgan en la red. Los dispositivos móviles debido a su tamaño generalmente ligero son fácilmente transportable, hecho que favorece que se pueda trasladar a aquellos lugares donde se desarrolla la acción sin mayores complicaciones logísticas.

Entre estas producciones en muchos casos prima la espontaneidad de captar un hecho imprevisto y poderlo registrar como la planificación de un orden narrativo a través de diferentes capítulos o entregas de la propia historia. También en los blogueros profesionales la adaptación a los cánones televisivos o cinematográficos marca sus contenidos digitales, y hemos visto como muchos utilizan recursos audiovisuales como platós, sintonías, caretas de entrada y salida, así como los créditos que dan cuenta de las personas implicadas en la realización de aquel contenido audiovisual.

Es importante preguntarnos también si la mediación digital afecta el marco social y epistémico. ¿Afecta el mecanismo, el soporte y la intencionalidad de la imagen digital su carácter documental? ¿El hecho de ser una producción que se cuelga en las redes sociales lo separa de los hechos que transcurren en la vida real?

## **2. El Giro Afectivo de los Estudios Culturales: la emoción como movilizadora**

El Giro Afectivo se ha caracterizado por defender una posición metodológica transdisciplinaria. Parte del supuesto de que una sola corriente teórica no es suficiente para explicar la complejidad de los afectos, y cómo estos afectos organizan social y culturalmente nuestras experiencias, con lo cual, es necesario recurrir a distintas orientaciones. El Giro Afectivo en el marco de los Estudios Culturales aparece como respuesta al Giro Lingüístico que hasta el momento situaba el lenguaje y el discurso como el eje de las investigaciones en Ciencias Sociales.

## 2.1. Micro relaciones de poder o como se integra la norma

Desde los años setenta y ochenta, el posestructuralismo, representado por nombres como Jacques Derrida, Althusser, Michel Foucault, Gilles Deleuze, Judith Butler o Julia Kristeva, supuso un enfoque intelectual destinado a abordar las cuestiones vinculadas a las subjetividades. Esta perspectiva defendía que las micro relaciones de poder en las sociedades capitalistas, o aquellos actos retóricos o acciones que se dan en la vida cotidiana, se reproducen directamente en los sistemas situados de discurso -la religión, el arte, la literatura, las películas-, y así, por esta propia acumulación, se crean versiones particulares del sujeto humano, así como de la familia, el estado o la ciencia.

Aunque es la sociología de las emociones (Hochschild 1979; 2003; Flam 2005) la primera disciplina en abordar el tema de los afectos en la academia, son las teóricas feministas de los años noventa y principios del 2000, quienes desafían definitivamente las oposiciones convencionales entre emoción y política; el afecto y el discurso. Esta tesis doctoral está inspirada en gran medida en trabajos como el de Sara Ahmed, *La política cultural de las emociones* (2004); en el ámbito Latinoamericano val flores con *Romper el corazón del mundo* (2019); más recientemente el trabajo de bell hooks *Todo sobre el amor* (2021) y Maria Galindo *Feminismo bastardo* (2022) donde vinculan la teoría feminista con la construcción de nuestro sistema emocional y afectivo. De hecho, todas estas autoras apuntan a que son las zonas sensibles los únicos espacios donde se puede construir sentido, y convertir estas sensaciones -o dolores- en territorios de lucha y experimentación.

“Los afectos no son solo estados psicológicos son prácticas sociales y culturales que articulan experiencias del cuerpo” (flores, 2021, 89)

Quizás el origen de este enfoque podemos encontrarlo en la conferencia titulada *Structure, Sign and Play in the Human Sciences* (1966) donde se hizo una crítica a las posiciones binarias del estructuralismo y empezaron a desarrollarse principios que permiten evitar el uso de varias de las dicotomías en las que se apoyaba la teoría social occidental convencional: objeto/sujeto, micro/macro, agencia/estructura, significado/materia, subjetivo/objetivo o sociedad/individuo.

“Derrida argues that this contradiction can only be resolved by accepting that there is no center or origin, and that meaning cannot be completely fixed. Instead, it is always subject to play. Though the paper accepts that this might be a puzzling or even “monstrous” idea, Derrida argues that accepting the constant play of meaning is the only way to continue with philosophy” (Smith-Laing, 2018, 11).

Estas producciones digitales -y su agencia para generar imágenes y textos creativos- representan también una representación social que va del gesto hasta el discurso pasando por la performatividad de los cuerpos. En los cuatro estudios de caso que presento se observa cómo tomo este motivo de

análisis, o esta etnografía digital, para acceder al significado de los afectos y a cómo estos se articulan alrededor de un determinado sistema de pensamiento.

El primer estudio de caso señala el miedo a la no aceptación de la identidad a través de la vergüenza y el miedo a decepcionar a la familia nuclear de origen; en el segundo muestro el proceso que va de la estigmatización a la reivindicación de la identidad a través del autorrelato; en el tercer estudio de caso se trata la reapropiación de un emoji<sup>25</sup> como un elemento de lucha y orgullo para superar el insulto y la vergüenza, finalmente, en el cuarto apuntamos a la utilización comercial de las emociones que suscitan las identidades LGTBIQ+ como reclamos para la limpieza de la imagen de las empresas y para atraer a nuevos clientes.

El universo LGTBIQ+ es un universo rico en emociones. Tradicionalmente se han tomado quizás las emociones negativas -ira, vergüenza, desprecio, vergüenza, miedo- como objetos de análisis, pero también las consideradas positivas -felicidad, relax, alegría- nos sirven como regulador de los estados “moralmente buenos” y, por tanto, vale la pena tener en cuenta en nuestros estudios de caso.

## 2.2. Vínculo del afecto con las teorías de la comunicación

Este marco teórico tiene un claro enfoque relacional que aspira a vincular los afectos y las emociones con los actos retóricos que se dan en los contextos digitales. El propio ecosistema de las redes sociales promueve el viaje, la interacción y la formación de relaciones. Así, las representaciones tienen un vínculo directo con las historias de vida, con las emociones y los procesos que generan unos afectos concretos. Teniendo en cuenta que los afectos nos hacen acercar y alejar de ciertos objetos y cuerpos, las redes sociales son un espacio óptimo para visibilizar los procesos que van de dentro a afuera, y también de fuera a adentro.

Afecto y emoción son dos términos que en muchas ocasiones se utilizan indistintamente en la vida cotidiana y en las ciencias sociales. Han sido tratados de manera indistinta tanto des del campo de la psicología, como de la sociología y más recientemente de la comunicación. Siempre tienen en común, eso sí, que son un mecanismo que produce reacciones corporales. En un contexto académico *The Affect Theory Reader* fue la primera compilación dedicada a este conjunto de trabajos, escritos a partir de la inspiración de *The Autonomy of Affect*, de Brian Massumi y *Shame in the Cybernetic Fold*, de Eve Kosofsky Sedgwick y Adam Frank, ambos publicados en 1995, suponían el punto de partida a la

---

<sup>25</sup> Un emoji guarda una relación con la importancia de la transmisión de los afectos ya que su objetivo es rellenar las señales emocionales en un mensaje escrito. Los emojis existen en varios géneros, como expresiones faciales, objetos cotidianos, lugares, tipos de clima y animales. Son muy parecidos a los emoticonos, pero los emojis son imágenes en lugar de aproximaciones tipográficas.

hora de hablar de afectos en las humanidades y en algunos casos vincularlo con el colectivo LGTBIQ+.

Su denominador común es el interés por situar las emociones y los afectos como campo para poder desarrollar lecturas de los comportamientos más completas e inclusivas. Massumi asegura que el afecto es una “intensidad”, una excitación que es posible medir pero que sucede a tal velocidad que su registro cognitivo es casi imposible. Este autor interpela al cuerpo y comprende los afectos como elementos presociales, no-conscientes y prelingüísticos.

Paul Hogget y Simon Simpson (2012) apuestan claramente por realizar una diferencia entre emociones y afectos. Para ellos, las emociones (*afectos* en el lenguaje massumiano) son el carácter biológico y corporal de la intensidad, mientras que los sentimientos (*emociones* en massumiano) es una construcción discursiva. Nigel Thrift (2008, 175) sigue esta misma lógica y define el afecto como el pensamiento indirecto y no-reflexivo que no llega al nivel de la emoción.

Megan Watkins (2010) aclara que mientras la emoción es algo codificado, el afecto es un estado preliminar, incluso preconsciente. Watkins apunta al reconocimiento que se da a través del afecto entre estudiantes y profesores. El reconocimiento como un vínculo que permite el aprendizaje y la buena autoestima. Mientras que Bordieu pensaba que el reconocimiento implicaba algo negativo, una relación de dependencia entre las partes, Watkins lo considera al contrario, un requisito para el correcto desarrollo de la vinculación afectiva. También Winnicott (1969) desde el psicoanálisis, consideraba el reconocimiento de la madre hacia el hijes como una etapa necesaria para el apego y para la correcta construcción de la imagen sobre sí misma de la criatura. Winnicott ponía énfasis en la interacción entre madre e hijo como una de las etapas importantes en el desarrollo afectivo.

“The establishment of one’s self-understanding is inextricably dependent on recognition or affirmation on the part of others” (Winnicott, 1969, 11).

Las emociones son prácticas socioculturales, es decir, son construcciones en nuestro cuerpo (Hochschild 1979; 2003; Flam 2005). James Jasper entiende las emociones como una forma de pensamiento que está relacionado con la cultura. “Las emociones son formas de pensamiento y forman parte de la cultura junto con las proposiciones cognitivas, los principios morales y las intuiciones” (Jasper 2014, 25). También Angélica De Sena apunta que hay una relación estrecha entre la subjetividad afectiva y el contexto social. “Las emociones son expresión, en el cuerpo, de las variadas formas de relación social. (...) las emociones están cargadas de significados y sentidos sociales anclados en dichos contextos, desde donde se inducen un conjunto de emociones en los actores, pero también en donde se incorporan controles que afectan a sus sentimientos” (De Sena

2014, 13). De hecho, las emociones se originan en el curso de nuestras interacciones primarias y juegan un importante papel en la construcción, mantenimiento y transformación del orden social (Gondim y Estramiana, 2009). Quizás en este punto encontramos una importante conexión entre las metodologías discursivas y los análisis narrativos en contacto con las teorías de la comunicación.

“Affect is in many ways synonymous with *force* or *forces of encounter*. The term “force” however, can be a bit of a misnomer since affect need not be especially forceful (although sometimes, as in the psychoanalytic study of trauma, it is). In fact, it is quite likely that affect more often transpires within and across the subtlest of shuttling intensities: all the minuscule or molecular events of the unnoticed.” (Seigworth & Gregg, 2010, 2)

Otros autores contemporáneos, sobre todo provenientes del campo del psicoanálisis, hablan directamente de emociones y aseguran que las emociones se dan en un contexto relacional que nos impacta en el sentido mismo de la relación, y también porque esta relación acumula o hereda el peso de las relaciones y emociones pasadas (Atlas, 2022; Riera, 2019). Las emociones nos impulsan a movernos, nos vinculan con aquello que queremos tener cerca, que condiciona nuestras acciones en el sentido que puede dispararlas o inhibirlas. También los afectos, si queremos, entendido aquí como todo el rango de emociones que podemos experimentar, es la vía de acceso más directo a aquello que creemos consciente o inconscientemente. La emoción nos habla siempre de aquello que le importa al cuerpo más allá de nuestra capacidad discursiva para verbalizar en qué creemos o cómo somos.

### **2.3. Las emociones mantienen vivas las historia**

Wetson (1997) en su investigación sobre el parentesco en personas del colectivo LGTBIQ+ o Ken Plummer (1994) coinciden en que la visibilización de la identidad LGTBIQ+ ante los seres queridos es uno de los momentos de más carga emocional en la vida de una persona no heterosexual y también de más impacto político (Bernstein y Reiman, 2001) ya que supone un punto de inflexión vital en el que se asume públicamente una nueva identidad. El *coming out* significa exponerse, hacerse visible, aceptarse, y comunicarlo a aquellas personas del entorno que por el vínculo -sea institucional o afectivo- se pretende una aceptación. Así, las distintas producciones digitales suponen enfrentarse al atrevimiento de esta exposición. Los seres humanos somos seres relacionales. Que nuestro entorno acepte nuestra identidad es una de las mayores bases para poder desarrollar una identidad segura y cohesionada.

“El desarrollo del yo depende de las experiencias relacionales. La capacidad transformadora del yo reside en la posibilidad de incorporar algo nuevo de nuestro semejante en cada uno de los intercambios intersubjetivos de la experiencia misma”. (Velasco, 2010, 219).

Los Estudios Culturales, como una corriente crítica desarrollada a mediados de los años noventa, vincula el conocimiento con las emociones y deja de considerar el cuerpo como una entidad separada del intelecto (Hall, 1997). Esta perspectiva también defiende que existe una relación constante entre aquello que pensamos y las manifestaciones corpóreas, como puede ser la ansiedad, el dolor, o la sensación de relax. “Las emociones nos muestran cómo se mantienen vivas las historias, incluso cuando no se recuerdan de manera consciente; como las historias de colonialismo, esclavitud y violencia dan forma a las vidas y los mundos en el presente” (Ahmed, 2004, 304). Dicho de otra manera, aquello de lo que hablamos o pensamos también configura nuestras reacciones físicas y viceversa. Las sensaciones aplastantes en el pecho que podemos etiquetar como ansiedad, el miedo a perder el control, estar siempre alerta ante el peligro o el rechazo, el odio hacia uno mismo, las pesadillas y los flashbacks, la niebla que nos impide concentrarnos y dedicarnos completamente a lo que estamos haciendo; la incapacidad de abrir nuestro corazón a otro ser humano (Van der Kolk, 2014, 229).

Desde este punto de vista el Giro Afectivo construye su teoría sobre la base de la potencia de un cuerpo para afectar y ser afectado. La emoción es el motor de la acción y también la sensación que atraviesa la escritura y el conocimiento. Elspeth Probyn (2010) sintiendo fuertes dolores mientras escribía sobre la vergüenza pudo recibir el comentario de una amiga que decía: “La vergüenza es una cosa dolorosa sobre la que escribir. Te entra en el cuerpo. Te coge” (Probyn, 2010, 71).

## **2.4. Resonancia afectiva**

Vale la pena detenernos un momento en explicar cómo Tomkins (1962) vincula la teoría cultural con otras áreas de conocimiento como la teoría psicoanalítica o los estudios de media y queer, entre otros. Tomkins rompe con el sesgo anti-biologicista desarrollado por las ciencias sociales a lo largo del siglo XX, y establece que existen nueve emociones innatas que actúan para amplificar el gradiente y la intensidad de un disparo neuronal. Así pues, siempre aparece una retroalimentación entre la persona que experimenta el afecto y el que lo observa, un hecho que Tomkins denominó resonancia afectiva, y que se da también cuando observamos representaciones -performances- de aquello que nos interpela. Así, la resonancia afectiva es un mecanismo que actúa en gran medida a través del sistema de gratificaciones emocionales que se dan en las redes sociales. En este sentido, después del descubrimiento de las neuronas espejo, y el desarrollo del concepto de empatía, vendrían a reforzar este punto de vista que sería abordado también desde la teoría filmica, desde donde se explicaría la conexión emocional entre los protagonistas y los espectadores a través de los afectos que se transmiten en la pantalla. Con esta teoría se entiende el hecho de quedar enganchado a ver vídeos que nos producen un impacto “emocional”.

Anna Gibbs ha profundizado en cómo las emociones y el afecto tienen un papel muy importante para la transformación y la producción de la vida pública a través de las estrategias de contagio. “Contagion is everywhere in the contemporary world. It leaps from body to body, sweeping through mediatized populations at the speed of a bushfire” (Gibbs, 2010, 186). En este sentido, las redes actúan a través de mecanismos miméticos. Conectan dinero, bienes, recursos, ideas y creencias en los flujos globales de comunicación e intercambio en formas que alteran fundamentalmente relaciones en el proceso de "comunicación mimética". En las representaciones online encontramos estas emociones en forma de comunicación mimética y reconocimiento. Los afectos, cuando se comparten, pasan de un cuerpo al otro y determinan el paisaje social. Así, emociones como el miedo a decepcionar a los progenitores y así perder su fuente de afecto, el miedo convertido en capacidad de agencia a través del juego y la reapropiación de imágenes, o la necesidad de aceptación de cuerpos e identidades disidentes se dan a través del sistema de gratificaciones que se producen en las distintas redes sociales.

### **3. Interaccionismo simbólico: la interacción cara a cara en la vida cotidiana**

El Interaccionismo simbólico (Denzin, 1992) es una teoría que vincula la mente con el lenguaje, y trata de explicar el poder del símbolo en la conducta humana. Es una teoría muy vinculada con los preceptos del Giro Afectivo y los Estudios Culturales, ya que defiende que los significados se construyen a través de la interacción, que es siempre simbólica, es decir, que siempre significa algo. La interacción tiene un sentido social, depende de nuestra capacidad de dar sentido a los fenómenos individuales y sociales.

“Now we know that there are many ways to tell the same story and that maybe it isn't the same story any longer. The myth of a total, realist ethnographic Chicago sociology, like its counterpart, the myth of total cinema, is on the verge of collapsing. Traditional, realist, narrative cinema, like traditional ethnographic sociology, tells only one version of the story, a version which has a zero degree of textual politics. Such texts perpetuate the illusions that stories have happy endings; that heroes always prevail, that the private is sacred, and that in the end man and woman will be joined in peaceful bliss” (Denzin, 1992, 168).

El Interaccionismo simbólico tuvo su auge en los años setenta y ochenta, ya que apostaba por una escucha atenta de todas estas voces múltiples que se diferenciaban de las ciencias sociales como las entendíamos clásicamente (Goffman, 1971). Así, apoyaba que las conductas individuales deben comprenderse como el resultado de las complejas interacciones con el entorno, con la manera que tenemos de interiorizar el orden simbólico que nos rodea, tanto desde un punto de vista más psicológico como más social.

El lenguaje y la identidad están mediadas por las convenciones culturales que manejan los interlocutores. Los actos y las posturas sociales estructuran las identidades sociales. Desde la infancia recibimos un complejo sistema de premios y castigos para comprender cómo funciona el orden social (Denzin, 1988).

“Los actos que construyen una narrativa son también los actos que construyen una familia” (Ochs, 1993, 295) Muchos autores han destacado el poder que tienen las narrativas que escuchan los niños hasta el punto de que hay autores que estudian las narrativas que se dan en las comidas familiares, y en los mensajes socializadores que contienen. Estas narrativas que se repiten en el día a día acaban socializando al hijo en una comprensión determinada de aquella familia.

### 3.1. La dramaturgia

La aportación de la perspectiva dramática de Erving Goffman sugiere que los individuos somos básicamente un conjunto de actores, que literalmente actuamos con nuestros roles sociales para proyectar una imagen que sea bien recibida por los demás. Las otras personas, por tanto, configuran nuestro público. Esta imagen idealizada responde a lo que se considera agradable y nos deja bien. Así, los actores representamos la acción dramáticamente tratando de ser vistos tal y como pretendemos. Los individuos se encuentran en inmediata presencia de otros influenciándose recíprocamente (Goffman, 1959) a través de la “situación social” (Goffman, 1964).

En el libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959), Goffman asegura que cuando nos presentamos delante de las otras personas en el marco de lo que él denomina una *actuación*, tendemos a encarnar aquellos valores socialmente aceptados, más que si no estuviéramos en contacto de otras personas.

“Así, cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general” (Goffman, 1959, 47).

La interacción está regulada por unas maneras de actuar que consideramos comprensibles y de acuerdo con las expectativas hemos aprendido que tiene la sociedad, pero también por unos ideales que nos devuelven una imagen satisfactoria de nosotros mismos a través de la mirada de las otras personas. Por eso, la aceptación que viene de los progenitores a los hijos está regulada por esta función de observación reguladora.

“La actuación de una rutina presenta a través de su fachada algunas exigencias más bien abstractas sobre el público, exigencias que probablemente le serán presentadas durante la actuación de otras rutinas. Esta constituye una forma de «socializar», moldear y modificar una actuación para adecuarla a la comprensión y expectativas de la sociedad en la cual se presenta. Quiero considerar aquí otro aspecto importante de este proceso de socialización: la tendencia de los actuantes a ofrecer a sus observadores una impresión que es idealizada de diversas maneras” (Goffman, 1959, 46).

Para él, el sustrato de un gesto (o de una acción social) consiste en el cuerpo de quien lo realiza. La expresión de un *self*-gestos, posturas, maneras de hablar, contenido del habla- en sí mismas están codificadas dentro de sistemas de significado. Así, los gestos y posturas son signos que emiten significados a quienes los observan.

### 3.2. El otro significativo

El *self* se construye a través del sentimiento que tenemos de nosotros mismos (Denzin, 1992) y que nos es transmitido por los otros a través de nuestras experiencias individuales con los grupos más primarios. Esta noción del yo, a caballo entre la psicología y la sociología, y que conecta la interacción también con los afectos, es uno de los conceptos pluridisciplinarios que manejo en esta tesis. El otro significativo (Coles, 2000) es una persona real, puede ser tanto un amigo, como un familiar o un terapeuta, que influye en la manera como nos vemos a nosotras mismas. Eakin (1992) lo denomina “otro próximo” y sostiene que la forma más común es interpretar tu propia vida a través de la lente de otra persona que es importante. A través de nuestra vida relacional vamos construyendo significados. La interacción simbólica con los otros significativos es la que da origen al otro generalizado. De hecho, Eakin (1992) sostiene que nos convertimos en un tipo de persona u otro de acuerdo con las conversaciones que hemos tenido. El otro significativo juega un rol muy importante en los primeros estadios de nuestra infancia. Es la interacción verbal y no verbal entre la criatura y los adultos la que permite ir cristalizando.

### 3.3. El *frame* o las escenas vitales

Goffman defiende en *Frame Analysis* (1974) la importancia de la definición de la situación que realizan quienes participan en la interacción, dando por supuesto un escenario que ayudan a construir mientras lo aceptan y actúan en él para mostrar el modo en que la experiencia cotidiana se organiza a base de *encuadres* o *frames* que, en definitiva, no son otra cosa que construcciones de la realidad que se articulan entre sí y que adquieren sentido al relacionarse unas con otras. La noción de *frame* —o *marco*— la toma de Bateson, pero en realidad le da un significado distinto. Los marcos ya no son sólo un tipo de convención establecido entre individuos que se comunican. Ahora se vuelven independientes de las intenciones individuales, se articulan entre sí y se pueden engranar y clasificar. De este modo, Goffman se aleja del relativismo cuasi absoluto tan típico del interaccionismo simbólico.

Toda experiencia, toda actividad social puede contemplarse desde varios *frames* que, como ya hemos señalado, se relacionan entre sí, se remiten unos a otros y se utilizan como *modelos* unos respecto de otros. Goffman (1974, 1983) afirma que esta organización de la experiencia a partir de una multiplicidad de marcos se relaciona con las percepciones de las personas implicadas en cada una de las situaciones producidas.

De hecho, el origen de este trabajo parte de la concepción de unos *frames* que captan mi atención. Las imágenes en los comedores familiares en las salas de estar donde la familia nuclear comparte espacios y confidencias. Estos marcos -estos encuadres- disparan mi intuición sobre la transmisión de valores intergeneracional y sobre cómo la heteronorma actúa como constructor de realidades.

### 3.4. Las exhibiciones de género

El Interaccionismo simbólico nos permite también hablar de las exhibiciones de género. Es a través de los mecanismos mencionados como se han construido tradicionalmente nuestras feminidades y masculinidades individuales en un contexto social.

“Las exhibiciones de género son parte de lo que pensamos como conductas expresivas y por lo tanto tienden a ser dirigidas y recibidas como si de alguna manera fueran naturales derivando, tanto como la temperatura o el pulso de la forma en que las personas son y sin necesidad de ningún análisis histórico. Dadas dichas expresiones, uno se pregunta: ¿de dónde vienen estas exhibiciones? Si, en particular, existen estilos conductuales, códigos que distinguen a forma en la que las mujeres y los

varones participan en las situaciones sociales, entonces la cuestión debería en los orígenes y las fuentes de dichos estilos” (Goffman, 1979, 3).

En el marco de las producciones LGTBIQ+ asistimos a la exhibición de géneros que van más allá del binarismo. Unas imágenes a las que antes de la era digital habíamos tenido escaso acceso. Algunas personas tienen un género que no es ni masculino ni femenino y pueden identificarse tanto como masculino como mujer al mismo tiempo, como diferentes géneros en diferentes momentos, como ningún género en absoluto, o disputar la misma idea de sólo dos géneros. Los términos generales para estos géneros son *genderqueer* o *no binario* (Costello, 2000). El término *no binario* es un término paraguas bajo el que se encuentran muchas identidades. Pero también es una etiqueta en sí misma porque la mayoría de las personas no binarias usan ese término. El informe *No Binaries España*<sup>26</sup> asegura que un 85% de las personas se definen con el término no binario, seguido de queer (58%), género fluido (24%) o agénero (22%). Estas identidades que se califican como porosas encuentran un gran desafío en su visibilidad y representación en los medios de comunicación y la cultura popular. Pocas veces están representadas en películas, series de televisión, libros y otros medios actuales, lo que contribuye a su invisibilidad social (Abruzzo, 2022). Esta falta de representación significa que muchas personas no entienden lo que significa ser no binario, perpetuando los estereotipos negativos.

Los Estudios Culturales también se interrogan acerca de cómo se construyen las subjetividades en las prácticas del día a día (Probyn, 1993, 2) donde están involucrados los tiempos, las emociones, la meteorología, y otros condicionantes. Desde esta perspectiva, las expresiones LGTBIQ+ en las redes sociales no significan sólo revelar una identidad preexistente sino corporizar activamente esta identidad a través del discurso (Sedgwick, 1990) y la puesta en escena. Estas manifestaciones digitales por su calidad performativa del discurso recuerdan al espectador que está teniendo lugar un cambio de estado a través de la retórica del que habla. La replicación digital de este momento no solo representa una ocasión retórica para un cambio de vida, sino que realmente la constituye (Alexander y Losh, 2010). O dicho de otra manera, una vez te has expresado ya no vuelves a ser la misma persona, porque se ha cerrado un círculo y te abres a una serie de nuevos significados.

También Cover (2012) asegura que la autorrepresentación en las redes sociales es un proceso corporizado y discursivo en el que cada yo llega a ser algo. Diferentes estudios en el marco de los Estudios Culturales han revisado como la producción y la circulación de imágenes, vídeos y textos escritos en la era digital han resultado ser importantes para las construcciones de las subjetividades

---

<sup>26</sup> Se trata de la primera asociación estatal española de personas no binarias

sexuales. De hecho, esta producción en las redes ha motivado la representación de subjetividades que antes quedaban ocultas, como por ejemplo las historias de superación, las historias de violencia o las distintas luchas colectivas que se dan en contextos locales y que no lograban tener un impacto en otras partes del mundo con las mismas problemáticas. El hecho de convertirnos en *vouyers* de otras historias produce un impacto en nosotros, puesto que el sentirse vinculado afectivamente con otras historias similares promueve la socialización y la implicación en los asuntos políticos, es decir, el impacto de las emociones ajenas moviliza alguna cosa por el efecto de resonancia y, por tanto, tiene un poder simbólico que motiva la acción (Papacharissi, 2010; Wargo, 2015).

En esta tesis, el interaccionismo simbólico lo aplicamos a las redes sociales, en tanto que significan un estadio más en la construcción de estos significados de forma colaborativa. Las personas escriben y hablan sobre sí mismas, se interrogan sobre qué pensarán de ellos sus audiencias y esperan respuestas de sus lectores (Morduchowicz, 2012). También en las grabaciones de *coming out*, los diálogos cara a cara que se dan en los vídeos analizados muestran la interacción entre las personas que intervienen en la recepción y difusión de aquella representación en concreto.

## 4. Etnografía expandida: Producciones digitales como historias de vida

Internet funciona como un espacio de difusión cultural que se asemeja a cómo funciona la transmisión genética, la información pasa de una mente a otra, de una generación a la siguiente (Dawkins, 1990), y el ecosistema digital se ha convertido en un buen espacio para la etnografía.

Kate O’Riordan y David J. Phillips escriben en su introducción de *Queer Online* (2007) que existe una creciente importancia del “lugar, el espacio, la corporización y la vida cotidiana” en la construcción y producción de tecno prácticas queer. En la misma declaración de intenciones que hacíamos en un principio, en las distintas producciones digitales analizadas vemos la relevancia de “lugar, el espacio, la corporización y la vida cotidiana” y esta diseminación es muy importante para encuadrar las narrativas de las personas LGTBIQ+ en el sentido que ofrecen una perspectiva de conexión no solo digital sino también material, cara a cara, en la construcción de una identidad comunitaria.

La antropología visual retoma la importancia de la imagen y, como especialidad o subdisciplina, se desarrollará después de la Segunda Guerra Mundial a partir del interés de científicos sociales y

cineastas por el documental social y por el cine. Será Jean Rouch<sup>27</sup> quien reivindique la imagen como elemento importante en una investigación antropológica, y sentará las bases para diluir la dicotomía entre el cine como expresión artística y subjetiva, y el cine como instrumento de investigación. A partir de los años sesenta, se reconoce que toda investigación es fruto de una subjetividad reconocida, abandonando la concepción que las imágenes grabadas mostraban sociedades sin historia y sin voz. Incluso cuando fue posible registrar su sonido se oían sus cantos, sus oraciones, los ruidos de sus actividades, pero no se les preguntaba acerca de sus puntos de vista. Dziga Vertov<sup>28</sup> y su Cine-Ojo (Kino-Glaz) propuso que la cámara era una extensión del propio ojo, y por eso, las imágenes no eran un catálogo de la realidad, sino una interpretación subjetiva, y por eso proponía, que la manera de presentarlas – el montaje- era realmente lo que les daba sentido.

Hoy en día, la antropología visual se dibuja como un campo de estudio sobre la representación y la comunicación audiovisual desde las ciencias sociales. Los medios de comunicación social difunden imágenes sobre la diversidad cultural. ¿Cómo representamos la diversidad cultural? ¿Cómo la representación audiovisual interviene en la formación de identidades colectivas? ¿Cuál es la función de la antropología en la reproducción o análisis crítico de estereotipos culturales sobre la alteridad? Esta orientación parte del estudio de la imagen como producto cultural y abarca tanto la fotografía como el cine, el vídeo, la televisión y los productos multimedia; sus usos sociales y su aportación a la formación y transformación de identidades colectivas (Ardèvol, 1998).

#### **4.1. *Home videos* y las imágenes inexistentes**

Las películas domésticas *-home videos-* fueron consideradas por algunos autores como Chalfen (1982) la situación más “simple” para hacer una exploración etnográfica, ya que el realizador, la audiencia y el sujeto a tratar podían ser similares. Por su parte, Zimmerman (1995) se centró en cómo las piezas *amateurs* eran calificadas como poco interesantes para el análisis, pero a su vez, revelaban muchos aspectos de la vida social de la época, ya que ponían en juego los valores morales. De la misma manera, los escenarios, las orientaciones, o los objetos implicados en estos archivos personales dan cuenta de cómo se ordenan nuestras relaciones y nuestros símbolos. Por ejemplo, en el estudio sobre *coming out* los espacios domésticos y las relaciones que se dan en ellos aporta una importante contextualización etnográfica al diálogo se produce en estos espacios.

Además, los lugares en los que se desarrolla nuestra vida están llenos de inscripciones morales. Habitar ciertos espacios es incorporarlos. En este caso, los hogares familiares donde se han grabado

---

<sup>27</sup> Cineasta, ingeniero y antropólogo francés inspirador de la Nouvelle Vague.

<sup>28</sup> Es el seudónimo de Denis Abrámovich Káufman (Polonia, 2 de enero de 1896-Moscú 12 de febrero de 1954), director de cine vanguardista soviético, autor de obras experimentales, como *El hombre de la cámara*.

los *coming out videos*, son escenarios llenos de huellas de la intimidad heterosexual (Ahmed, 2019), y es difícil no sentir estas huellas como puntos de presión. En este sentido aquellas imágenes que reproducimos y que nos identifican no son casuales, forman parte de una secuencia preestablecida que, en los contextos heteronormativos, sigue el orden de nacimiento, niñez, adolescencia, matrimonio, reproducción y muerte.

Uno de los aspectos que más llamó mi atención en la interpretación de los vídeos era la puesta en escena. Hablar de cómo son los comedores, como son las cocinas o los interiores de los coches como representaciones de lo cotidiano. La casa familiar es un espacio relevante para las jóvenes LGTBIQ+ en el que experimentan adultismo y presión para seguir las expectativas familiares cisheteronormativas. La desigualdad de poder presente en la casa familiar se traslada también al uso de los espacios de la casa, lo que provoca que las jóvenes tengan un control bajo o nulo en los espacios compartidos con el resto de familiares con los que conviven. Los jóvenes experimentan adultismo y presión para seguir las expectativas familiares cisheteronormativas. El poder adulto y el dominio cisheterosexual se combinan y se convierten en rechazo, violencias, invalidación. La desigualdad de poder presente en la casa familiar se traslada también al uso de los espacios de la casa, lo que provoca que las jóvenes tengan un control bajo o nulo en los espacios compartidos con el resto de los familiares con los que conviven (Pascual-Bordas, 2024). El hecho de que los jóvenes decidan instalar su dispositivo móvil en estos espacios es una manera de visibilizar un territorio tradicionalmente opaco al que ellos ponen luz a través de su dispositivo.

La etnografía no es nunca neutra, ya que la perspectiva o el punto de vista sobre un fenómeno social concreto está influenciado por muchos condicionantes vinculados a nuestro origen social, nuestra codificación de género y todo nuestro bagaje sociocultural. ¿Qué miramos? ¿qué vemos? La investigadora establece una relación desde lo que ella es. Y sólo puede hacer un autoanálisis sobre qué sentimientos le despierta aquello que ve. ¿De amor, de complicidad, de sanación, de tristeza, de soberbia con las personas investigadas? Como expone la antropóloga argentina Rosana Guber en su libro *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, “la investigación no se hace ‘sobre’ la población sino ‘con’ y ‘a partir de’ ella. Esta intimidad deriva, necesariamente, en una relación idiosincrática.” (Guber, 2019) que se da cuando la investigadora aprende a interpretar la realidad de la misma manera que los sujetos a los que está investigando.

Algunas autoras han tenido un enfoque crítico respecto a lo que permitía vislumbrar la mirada masculina (Esther Newton, 1996; Kath Weston, 1998; Gayle Rubin 1975; David L Eng, 2003; Ken Plummer, 1995) porque se han fijado en imágenes que antes no habían sido representadas. Si la representación de las identidades LGTBIQ+ estaban atrapadas por los relatos oficiales, las

corporaciones de medios de comunicación y la industria cinematográfica, internet favorece la pluralidad de voces y subvierte la manera como se han documentado tradicionalmente las representaciones LGTBIQ+.

Esther Newton (1972) en su libro *Mother Camp: Female Impersonators in America* abordó quizás por primera vez la etnografía desde un punto no vinculado con las miradas masculinas o heteronormativas. Ella se cuestionaba sobre la utilidad de una teoría de la desviación, y se interrogaba sobre si no sería más necesaria una teoría que explicara *la normalidad*. Muchas autoras posteriores reconocen la relevancia de *Mother Camp*, por ser capaz de invertir el marco mental existente hasta el momento: lo importante no es tanto explicar por qué son diferentes los que se apartan de la norma, sino preguntarse qué dice de la norma, y en que se basa esta supuesta normalidad.

Kath Weston (1991) hizo con *Families we choose* un aporte novedoso a los estudios de familia. A partir de un referente histórico como es el desarrollo de la familia en los años setenta y ochenta, Weston, aunque no invierte ni ocupa el concepto de familia, va planteando las diferentes modalidades no sólo de la familia extensa, sino principalmente de la aparición de las familias gays (homosexuales y lesbianas). Este estudio atiende a un conjunto de preguntas sobre las familias gays como si son las familias gays asimilacionistas de manera inherente o acaso representan una salida radical de un entendimiento del parentesco convencional. También se interrogó sobre si las familias gays acaso podrían ser un colectivo que cuestionara las relaciones de parentesco sanguíneo y, en consecuencia, las relaciones sociales en general.

## 4.2. Los historiotipos o narraciones LGTBIQ+ como proyecto histórico

A lo largo del siglo XX y XXI encontramos mucha literatura autobiográfica alrededor de las historias de vida LGTBIQ+. Sería imposible hacer una panorámica exhaustiva de estas narraciones que en su mayoría suponen una antropología de la vergüenza, del sometimiento y la subjetivación en contextos occidentales. Por poner dos ejemplos, el escritor David Vilaseca con *Els homes i els dies* (2017) o el sociólogo Didier Eribon en *Regreso a Reims* (2022) expresan a través de su escritura una mezcla de dietario y teoría de género, centrada en la exploración de sus vivencias más íntimas en contacto con sus orígenes y su identidad gay. Por tanto, su condición y el hecho de relatarla se sitúan en el centro de una literatura autobiográfica que pone el punto de encuentro entre una historia individual y un proyecto de orden social y político. A través de *la literatura del yo* o la autoficción<sup>29</sup> accedemos a su historia de vida y a las experiencias de inferiorización sexual, la soledad por el hecho de tener una identidad no reconocida. Una intervención individual que transforma el orden establecido. El propio

---

<sup>29</sup> En la autoficción, el autor recurre a su realidad para inspirarse. Se convierte en protagonista de su obra, en la que reconstruye su vida.

David Vilaseca hablando sobre las memorias de Terenci Moix, dijo que estas autobiografías cambiaban retroactivamente los parámetros simbólicos de su vida. La literatura gay generalmente tiende más a las modalidades de géneros autobiográficos que la heterosexual, porque facilitan la comunicación a un público más amplio y hacen una función pedagógica y terapéutica (Kolakowski, 2016).

Más allá de la literatura, o imbricada en ella -porque es difícil esclarecer los límites entre lo que es literatura y lo que no-, las plataformas digitales han supuesto una democratización del acceso a contar nuestras propias historias de vida. Ya sea en términos más literarios o más informativos, los formatos autobiográficos se han multiplicado, como también lo han hecho las historias de vida LGTBQ+ contadas. De hecho, podemos considerar las producciones digitales que analizamos en los estudios de caso 1 y 2 como una forma de etnografía expandida (Farnell y Huntley, 1995; Markham, 1998). Podríamos decir que tras superar los enfoques iniciales centrados en la dicotomía “espacios físicos-virtuales”, se considera que nos encontramos en una etapa de madurez que permite hablar de esta etnográfica aplicada en escenarios tecno-sociales.

Existe un marco teórico interesante alrededor de los relatos de vida (*life stories*) e historias de vida (*life histories*) llevados a cabo por la Escuela de Chicago. La lengua inglesa dispone de dos palabras, relato (*story*) e historia (*history*). Tras un largo periodo de indecisión terminológica, el sociólogo norteamericano Norman K. Denzin (1970) propuso una distinción entre *life story* (relato de vida) y *life history* (historia de vida). Con el primero de estos términos, designa la historia de una vida tal como la cuenta la persona que la ha vivido, y con el segundo la vida explicada por una tercera persona. Pensar en la política de las “líneas de vida” nos ayuda a repensar la relación entre la herencia (las líneas que se dan como nuestro punto de llegada al espacio familiar y social) y la reproducción (la exigencia de que devolvamos el don de la línea extendiendo esa línea).

A menudo una historia de vida se organiza alrededor de alguna tensión o crisis, a lo que Denzin (1989) llamó *epifanía*. Dan McAdams también pone el enfoque en estos episodios importantes que pueden ser descritos como “eventos autobiográficos específicos” que son interpretados para asumir una posición preponderante en el transcurso de la narración vital, estas las catalogan como líneas temáticas debido a que se reconocen “estereotipos” o “historiotipos” (McAdams, 1985: 62, 63). En este caso, el *coming out* es un relato de vida recurrente en las personas LGTBQ+. Las historias sobre el *coming out* vienen a inscribirse en estas historias de vida que reflejan un momento histórico y que permiten trazar una etnografía sobre la manera como nos relacionamos, y la necesidad de expresar cómo sentimos como proyecto también político. Plummer (1995) se reconoce también como un etnógrafo del interaccionismo simbólico. En las redes sociales, las diferentes manifestaciones de

feminidad, masculinidad o identidades queer personales se convierten en un posicionamiento político en cuanto se difunden y generan espacios de interacción y comentarios públicos (Caballero, Tortajada, Willem, 2017).

“Las historias de vida tendrían que ser vistas como las mejores maneras de leer culturas. Este valor reside en los mecanismos mediante los que las historias de vida reflejan la cultura pero también muestra cómo habla la cultura sobre ella misma, como permite que ciertas historias de vida sean contadas, y otras no. Y cómo esto nos lleva a mundos morales. Las historias de vida están dentro y fuera de la cultura” (Plummer, 2001, 397).

Desde otro punto de vista, pero muy complementario, el análisis de un acto coyuntural (Gramsci, 1986) como éste supone fijar la atención en un fenómeno contemporáneo concreto con la finalidad de comprobar cómo las prácticas sociopolíticas cotidianas son manifestaciones de la historia y a la vez construyen historia nueva. Así pues, este trabajo supone un diálogo que va de dentro a fuera, de lo micro a lo macro, del diálogo interpersonal a la estructura social y viceversa.

¿Por qué las producciones digitales de visibilización LGTBIQ+ nos pueden hablar de un proyecto histórico? El término *coming out* se ha ido consolidando con los años en la cultura popular, tanto que aunque se asocia principalmente al hecho de visibilizar socialmente la identidad sexual o afectiva, también es utilizado a la hora de expresar una declaración pública de identidad que normalmente implica un cierto nivel de desajuste con los valores mayoritarios imperantes en el contexto histórico en el que tiene lugar.

Así, cualquier *coming out* vincula un acto de visibilidad puntual y muchas veces individual con un sentir colectivo mayoritario. Podríamos decir, un acto concreto se inscribe en un proyecto histórico (Gramsci, 1986), es decir, esta declaración se convierte en un elemento subversivo cuando se produce en un momento histórico en el que todavía no se reconocen públicamente estas subjetividades. Incluso este mismo autor utiliza un concepto que nos parece muy sugerente para intentar explicar este momento: la catarsis. El evento que conecta el plano político con el ético; o el sentir con el conocimiento. Recurriendo al significado clásico de *catarsis* es como si aquel momento preciso fuera un acto purificador, liberador de los recuerdos que alteran la mente. La catarsis, como explica el propio autor italiano, sería el paso del saber al comprender a través del sentir y viceversa (Gramsci, 1986). Justo en este momento, un acto concreto cuestiona una normalidad oprimida, explotada o subordinada (Oliver, 2017). Cuando los grupos subalternos sufren esta crisis intelectual, moral o de valores, se despliega el debate con otros movimientos sociales y se asume que se puede dar paso a otro orden social. La visibilidad y la invisibilidad no son, atributos fijos que están permanentemente vinculados a unas identidades concretas. El cambio de siglo ha traído muchos

cambios a las relaciones de visibilidad alrededor de la heterosexualidad, los cuerpos sanos, la homosexualidad o la discapacidad (McRuer, 2006) en parte porque se han mostrado a través de las historias de vida.

Plummer (1995) asegura que las autobiografías han sido una práctica habitual para muchas personas homosexuales, y también recurre a la metáfora de la catarsis:

“Richard wrote his story, I suspect, partly for catharsis, partly for clarification and partly with a dim sense of possible publication. It will serve as a helpful starting point for examining the making of sexual stories” (Plummer, 1995, 33).

En este sentido, también nos resulta muy cercano el concepto de “momento crítico”, desarrollado por Thomson y Holland (2002) en que se pone el foco en como sucesos concretos tienen un peso determinado en una biografía, representan un antes y un después, y también provocan unas consecuencias identitarias concretas. Éstos marcan el punto, el nodo, el momento clave en los mapas biográficos en los que se pone de manifiesto la significación política de ciertos actos biográficos. Momentos considerados cumbre en los que existe una especie de giro que da coherencia tanto a la historia pasada como a la futura.

Algunos de estos “momentos críticos” son recurrentes en las historias vitales de muchas personas, coinciden en tiempo y significado y esto favorece que puedan convertirse en rituales que se reproducen socialmente, como sería el caso de los *coming out* sobre identidad sexual en la época contemporánea. El *coming out* sería uno de estos momentos puntuales y situables en el espacio-tiempo que suponen un antes y un después en la historia vital de una persona, y que ya se han convertido en un concepto popular a través de la recurrencia.

De hecho, es por eso que consideramos el potencial emancipador de esta propuesta ya que nos permite analizar cómo ciertos momentos especiales en nuestras vidas tendrán la capacidad de convertirnos en actores políticos, de la misma manera que como individuos nos acogeremos a ciertas *performances* identitarias (Butler, 1990) para trazar los límites de nuestra identidad. Así pues, las producciones digitales LGTBIQ+ tienen el potencial de trazar intersecciones entre las biografías, las generaciones y los procesos históricos, puesto que reflejan el poder de una imagen y un discurso que se da en un contexto determinado.

El propio Giddens dice que estas narrativas digitales, no son sólo un reflejo del contexto social sino también de las prácticas del día a día. Así pues, la capacidad de narrar la propia vida -de una manera estratégica- requiere haber tenido acceso a muchos recursos, que no sólo están vinculados con los

recursos materiales, sino con una capacidad reflexiva que muchas veces es resultado de un buen apego, una integración comunitaria o una educación (Giddens, 1991).

## 5. Teoría Queer y Estudios de Género: ¿cómo la sexualidad se convierte en tema?

Las producciones digitales LGTBIQ+ son una representación que tiene lugar en una sociedad donde la sexualidad es un relato que estructura la vida (Foucault, 1976), como comentábamos en el primer capítulo de este marco teórico. Como argumenta Sedgwick en *Epistemología del armario* (1990) la cultura occidental moderna ha situado la sexualidad en una relación cada vez más privilegiada con nuestras construcciones identitarias. En este contexto, las producciones digitales LGTBIQ+ vinculadas a la orientación sexual o afectiva se da en una sociedad que sigue valorando el saber sobre estos asuntos y los considera ejes de la estructura social. Hablar sobre afectos, hablar sobre sexualidad sigue siendo importante.

“The passage of time, the bestowal of thought and necessary political struggle since the tum of the century have only spread and deepened the long crisis of modern sexual definition, dramatizing, often violently, the internal incoherence and mutual contradiction of each of the forms of discursive and institutional "common sense" on this subject inherited from the architects of our present culture” (Sedgwick, 1990, 1).

Una de las grandes aportaciones del feminismo ha sido darnos el permiso a las personas de hablar, de romper el tabú del silencio (Webster, 1984) y convertir nuestros asuntos privados en agentes políticos. Sin embargo, el hecho que la visibilización de la identidad sexual u orientación afectiva siga siendo un tema de vital importancia podría ser cuestionado ya que responde también a una categorización intencionada. La gestión de los actos hablados y del silencio también se deben a algunos mecanismos que muchas veces no son explícitos. Dice Sedgwick (1990) que el silencio también tuvo una funcionalidad en la represión ¿Por qué hay cosas que se deben ocultar y otras que se deben decir? Estas categorizaciones binarias marcan también la dualidad entre lo que se calla y lo que se expresa, y a su vez, una relación de poder entre ambos términos. Existe una polaridad entre conceptos binarios que subordina la categoría dos -homosexual- a la categoría uno -heterosexual- (Sedgwick, 2008).

### 5.1. Heterosexualidad obligatoria y *coming out*

Habitar contextos sociales de “heterosexualidad obligada” (Rubin, 1975, 179) o “heterosexualidad compulsiva” (Rich, 1980) es la premisa para tener la necesidad de declarar públicamente que no se es heterosexual o de promover la difusión de subjetividades LGTBIQ+. De hecho, la forma de pensar

heteronormativa está inscrita en nuestros cuerpos y forma parte de nuestra herencia transgeneracional (Atlas, 2022).

Investigar sobre identidades sexuales no heterosexuales también tiene una historia que vale la pena dibujar, ya que implicó una categorización de la sexualidad con elementos vinculados a la salud psíquica. Foucault en *Historia de la Sexualidad I* (1976) cuestiona el esencialismo sexual y lo define como un dispositivo discursivo vinculado con el poder y como mecanismo de control político-científico. En la misma línea que las autoras queer, este autor señala que la sexualidad tiene un papel preponderante en las historias biográficas y este hecho es significativo. De hecho, Foucault sitúa este giro histórico en el siglo XVIII cuando empieza a existir una incitación política, económica y técnica a hablar de sexo. Según él, no es en forma de una teoría general de la sexualidad sino en forma de análisis, contabilidad, clasificación y especificación. Foucault (1976) explica cómo los médicos daban sus opiniones a las familias; los pedagogos forjaban proyectos y los sometían a las autoridades que redactaban para ellos libros de exhortación, de ejemplos morales o médicos. En este sentido, el tabú sobre la orientación, y el hecho de mostrarla, como es objeto de nuestro estudio, empiezan a ser algo importante en la sociedad.

Este autor nos abre una vía a pensar que el secreto del sexo forma parte de la mecánica misma de las incitaciones: una manera de dar forma a la exigencia de hablar, una fábula indispensable para la economía indefinidamente proliferante del discurso sobre el sexo. Lo propio de las sociedades modernas no es que hayan obligado al sexo a permanecer en la sombra, sino que ellas se hayan destinado a hablar del sexo siempre, haciéndolo valer, poniéndolo de relieve como el secreto (Foucault, 1976).

En *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad* (1990), Judith Butler, ofrece una forma novedosa de aproximarse a las cuestiones relacionadas con la política de género y de las identidades sexuales iniciadas por el feminismo y el movimiento de liberación LGTBIQ+. Butler revisa diferentes propuestas en torno al modo en que se pueden llevar a cabo actos de subversión del sistema de poder impuesto por la ley heteronormativa. Afirma que las normas de género no son “causas” sino “efectos” de una serie de actos performativos que, a partir de la reiteración estilizada de los mismos, se constituyen como “naturales” dentro del discurso de poder. Ella afirma que mediante la visibilización de estas normas de género a través de actos performativos se logra subvertir el discurso hegemónico dominante.

Butler continúa con la discusión sobre la performatividad en *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del sexo* (1993) e insiste en que el sexo no es una descripción estática de lo que uno es, sino que es una norma mediante la cual este individuo puede llegar a ser viable en un

marco de inteligibilidad cultural. El concepto de *performatividad* tendrá un peso considerable en la obra de Butler y será clave para entender que la representación de nuestra identidad está basada en un sustrato socialmente construido. “La performatividad no es el acto mediante el cual un sujeto da vida a lo que nombra, sino, antes bien, como ese poder reiterativo del discurso para producir los fenómenos que regula e impone” dice Butler en *Cuerpos que importan*.

“Los actos performativos son formas del habla que autorizan la mayor parte de las expresiones performativas, por ejemplo, son enunciados que al ser pronunciados también realizan cierta acción y ejercen un poder vinculante. Implicados en una red de autorización y castigo, las expresiones performativas tienden a incluir las sentencias judiciales, los bautismos, las inauguraciones, las declaraciones de propiedad: son oraciones que realizan una acción y además le confieren un poder vinculante a la acción realizada” (Butler, 1993, 316).

Butler recupera la teoría de Althusser sobre las reprimendas sociales. El poder tiene la fuerza para imponer el temor al mismo tiempo que ofrece el reconocimiento. Así, las redes sociales son un espacio donde conseguir este impacto social. Mediante la reprimenda el sujeto no solo recibe reconocimiento, sino que además alcanza cierto orden de existencia social al ser transferido de una región exterior de seres indiferentes, cuestionables o imposibles al terreno discursivo (Butler, 1993). El reconocimiento es un concepto interesante en tanto que condiciona la formación del sujeto. Según dice Butler (1993) no es que se le confiera el reconocimiento a un sujeto, sino que es el propio reconocimiento el que forma a este sujeto. Así, en el colectivo LGTBIQ+ se ve impulsado a conseguir este valor como sujetos, puesto que la imposibilidad de lograr un reconocimiento pleno implica la inestabilidad y el carácter incompleto. Así, Butler concluye que el poder vinculante no lo ejerce una persona poderosa en concreto, no debe buscarse ni en la figura del juez ni en su voluntad, sino que emerge de un acto que forma parte de una serie de convenciones vinculantes que se han ido acumulando en el tiempo.

Paralelamente, Rich marcó un hito en la historia del feminismo al poner en el centro del análisis la relación heterosexual como forma de institución política. Un orden natural de las cosas que había permanecido al margen de cualquier tipo de cuestionamiento crítico, en gran medida por estas tesis esencialistas. En este contexto, no conocíamos el concepto de heterosexual tal como lo usamos hoy en día porque no se daba en alternativa a nada, y, por tanto, no era necesario explicarlo.

La categoría de sexo pasa a ser considerada no como un dato inmediato y natural, sino como “categoría política que funda la sociedad en cuanto heterosexual” (Wittig, 2006, 26). De hecho, en una conferencia celebrada en 1978, Wittig concluyó su intervención con la conocida declaración: “Las lesbianas no son mujeres” (2006, 57). Para la autora, las mujeres que rechazábamos la heterosexualidad nos negábamos a ser mujeres porque la propia construcción de mujer se generaba

en la dialéctica binaria. “Para una lesbiana esto va más lejos que el mero rechazo del papel de mujer. Es el rechazo del poder económico, ideológico y político de un hombre” (2006, 36).

Wittig propone el lesbianismo como el único modo de vivir libremente, sin el marcaje de sexo por parte de la clase dominante. También Judit Butler sigue el hilo de esta crítica y afirma que “no hay ningún motivo para clasificar a los cuerpos humanos en los sexos masculino y femenino a excepción de que dicha clasificación sea útil para las necesidades económicas de la heterosexualidad y le proporcione un brillo naturalista a esta institución” (Butler, 2007, 227). Rich, desmonta la presunción de heterosexualidad vinculando este proceso al contexto feminista. “Este asumir la heterosexualidad femenina me parece de por sí notable: es una suposición enorme, para haberse deslizado tan calladamente en los cimientos de nuestro pensamiento” (Rich, 1996).

De Lauretis (1991) asegura que al enfatizar lo sexual, la diferencia sexual es en primera y última instancia una diferencia de las mujeres respecto de los varones, de lo femenino respecto de lo masculino. Ella fue la primera persona en utilizar el término Teoría Queer. La primera noticia que se tiene de las teorías queer la proporciona un artículo de La Teoría Queer se empezó a desarrollar a finales de los ochenta y a principios de los noventa -muy vinculada con los movimientos sociales de las mujeres chicanas y negras del sur de California- para preguntarse cómo la sexualidad, el género o la subjetividad eran entidades socialmente construidas. Las categorías heterosexualidad y homosexualidad se presentan a través de un binarismo que es histórico. El binarismo hetero/homo clasificaba a todos los individuos como especies sexuales. Así la manera de ver la sexualidad siempre estaba representada por un deseo hacia un género en concreto -o el opuesto o el mismo-. Estos regímenes sexuales occidentales convirtieron al deseo como una categoría primaria y otros gustos, prácticas o atracciones como secundarias.

“Mi proyecto de “teoría queer” consistió en iniciar un diálogo crítico entre las lesbianas y los hombres gay sobre la sexualidad y sobre nuestras respectivas historias sexuales [...]. En mi opinión, las dos palabras teoría y queer aúnan la crítica social y el trabajo conceptual y especulativo que implica la producción de discurso” (De Lauretis, 2011).

En este sentido, la teoría queer ha puesto en entredicho el acto de *salir del armario* como estrategia de normalización de una identidad, ya que supone otra vez la categorización de las subjetividades, y esto supone el riesgo de dejar otras identidades fuera. “¿Qué es lo que tienen en común las lesbianas, si algo tienen en común? Si yo proclamo ser una lesbiana, yo “me hago visible” sólo para producir otro armario nuevo y diferente. El “tú” ante el cual me hago visible ahora penetra en una distinta región de opacidad” (Butler, 2000, 90).

Una de las principales características de la Teoría Queer y los Estudios de Género es que son un campo que deconstruye los supuestos considerados inamovibles. De hecho, es este punto uno de los que guarda más relación con la Teoría Crítica y los Estudios Culturales en el sentido que ponen su atención en sectores de la población no han sido suficientemente representados y a cómo se articularon estos discursos de opresión. Desde este enfoque me interesan especialmente los trabajos recientes que vinculan teoría queer con representaciones en los medios de comunicación y en las redes sociales, los llamados *cyberqueer studies* en cuanto encontramos un marco aplicado de las teorías queer en los social media.

Cover (2016) planteó que la Teoría Queer nos ofrece un conjunto de interesantes cuestiones que todavía son de actualidad en nuestros análisis contemporáneos, sobre todo para buscar fórmulas de habitar el futuro, como por ejemplo, si habría otras maneras de categorizar o representar el sexo, las sexualidades o los comportamientos sexuales; qué maneras de pensar alternativas o subversivas podemos desarrollar en el futuro; quién queda excluido de los discursos sobre sexualidad; y de qué maneras estas categorías constriñen o regulan a los sujetos en su comportamiento sexual, preferencia o identidad.

## 5.2. La lucha por la reivindicación de los derechos LGTBIQ+

La teorización alrededor de los asuntos de género, en el mundo occidental, y en especial en el contexto del estado español, va inextricablemente unida a los movimientos de protesta en la calle. Teoría y práctica se retroalimentan y se impulsan. Es necesario un breve recorrido sociohistórico, nada exhaustivo y posiblemente influenciado por una óptica europeocéntrica y americanocéntrica, para entender como las historias del yo digital se construyen en un contexto posmoderno, cincuenta años después de los movimientos revolucionarios de los años sesenta y setenta en la calle. De hecho, tanto fuentes académicas como periodísticas sitúan el nacimiento del movimiento LGTBIQ+ y en consecuencia del concepto *coming out* en la manifestación de 1969 en Nueva York, después de los disturbios de Stonewall, aunque en los círculos privados ya era un recurso que se utilizaba para referirse a esta identidad considerada no normativa. Como explica Abigail Saguy en su libro *Come out, come out, whoever you are* (2020) el concepto *come out* es un concepto prestado. En los años 30 los hombres homosexuales empezaron hablando de *coming out* tomando prestado el término de la alta sociedad. Precisamente eran las jóvenes de la élite las que eran presentadas en sociedad con un *coming out*, hecho que significaba salir a la luz en la vida pública. Los años 30, 40 y 50 fueron testigos de una creciente reacción contra este visible mundo gay. En respuesta, la vida gay se volvió más

reservada. La Sociedad Mattachine<sup>30</sup>, la primera organización importante de lo que se conoció como el movimiento homófilo, un precursor del movimiento por los derechos de los homosexuales, tomó su nombre de misteriosas figuras medievales enmascaradas. En este contexto, salir del armario significaba reconocer la orientación sexual de uno hacia uno mismo y hacia otras personas homosexuales. Este intercambio selectivo se basaba en frases en clave, como "familia", "un miembro del club", "un amigo de Dorothy", "un amigo de la Sra. King" o "gay", que podrían usarse en una compañía mixta para designar a alguien como homosexual.

La rebelión incluyó disturbios y una resistencia que se prolongó durante días. Posteriormente se conmemoró en una marcha anual conocida hoy como "orgullo gay". En la primera Marcha de Liberación Gay en la ciudad de Nueva York en junio de 1970, uno de los organizadores declaró que "nunca tendremos la libertad y los derechos civiles que merecemos como seres humanos a menos que dejemos de escondernos en los armarios y al abrigo del anonimato". En ese momento, salir del armario se yuxtaponía con estar en el armario, lo que transmitía la vergüenza asociada con esconderse. A fines de la década de 1960, se decía que las personas queer que fingían ser heterosexuales estaban "en el armario" o se las etiquetaba como "caja de armario" o, en el caso de los hombres homosexuales, "reinas del armario".

Barbara Ponse (1976) decía que la toma de conciencia por parte de la familia que una persona era gay se producía a través de la observación de sus maneras de ser y de comportarse más que por una declaración explícita. Por ejemplo, en 1978, en su campaña para derrotar una iniciativa de California que habría prohibido a los profesores homosexuales trabajar en las escuelas públicas estatales, el funcionario gubernamental electo y abiertamente gay Harvey Milk instó a la gente a salir a la calle (Saguy, 2020). A partir de los años 1989 se creó una organización que luchaba contra la violencia de los gays Community United against Violence. Para poner un ejemplo, en 1985 en los Estados Unidos un 73% de los encuestados veían mal ser gay (Weston, 1990). Al presentar salir del armario como una forma de acabar con el odio a uno mismo internalizado y lograr una vida mejor, el movimiento LGBTQ ayudó a alentar a las personas a salir del armario, a pesar de los riesgos asociados.

En el caso del contexto español, la investigación sobre temas LGTBIQ+ previa a la ola de popularización del feminismo y el movimiento LGTBIQ+, se basaba en analizar el trato jurídico y la represión como recogen los libros de Arturo Arnalte (2003) o Armand de Fluvià (2003). La *Ley de Vagos y Maleantes* de 1933 le siguió la *Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social*, aprobada el 4

---

<sup>30</sup> Se considera la primera organización que luchó a favor de los derechos de los hombres gays. Fue fundada por Harry Hay con Rudi Gernreich, Bob Hull, Chuck Rowland y Dale Jennings en 1950 pero no fue registrada oficialmente hasta que en 1954 un grupo diferente tomó la dirección.

de agosto de 1970. Esta ley trajo unas diferencias sutiles. En lugar del hecho que “los homosexuales” son peligrosos (como en la ley de 1954), ahora lo son los hombres que ejercen “actos de homosexualidad”. Una sentencia de la Sala de Apelación de Peligrosidad de Madrid del 22 de diciembre de 1971 explicó y precisó, que “sólo una repetida realización de actos merecedores de ser catalogados como homosexuales revela la perversión sexual generadora de una antisocial conducta” (Pérez Cánovas, 1996, 19). En Barcelona, el bar La Sal, fue el centro de operaciones de las mujeres artistas y lesbianas (Alfarache, 2014), que crearon la primera editorial feminista de todo el estado español y propiciaron que las mujeres pudiesen ver sus reflexiones y creaciones culturales publicadas. En un contexto más general, el cine y la música popular crearon formas de representación LGTBIQ+ con personajes como el “marica” un elemento fijo del argumento. Algunos ejemplos son *No desearás al vecino del quinto* de Ramón Fernández (1970) la homosexualidad “como un significante de esa modernidad que produce en los personajes curiosidad y miedo. El espectador, por su parte, puede mantener secretamente la curiosidad mientras que toda posible ansiedad se disuelve en carcajada” (Mira, 2006, 367). La novela *El joc de mentider* de Lluís Maria Todó (1979) describe la escena gay juvenil barcelonesa en la mitad de los años setenta cuando las posturas homófobas y las leyes restrictivas aún estaban en vigor.

### **5.3. Ultraderecha y movimientos *alright* como amenazas a los derechos LGTBIQ+**

En los últimos años, los derechos LGTBIQ+ se han visto amenazados por la creciente fuerza conseguida por los partidos de derecha y ultraderecha en Europa y por los movimientos *alright* en Estados Unidos. Paralelamente a la visibilización del movimiento LGTBIQ+ y a la popularización del feminismo (Gill, 2008), los postulados más reaccionarios han cuestionado este giro en las políticas sociales y los derechos conseguidos. En el estado español, las elecciones andaluzas de diciembre de 2018 significaron la vuelta de la ultraderecha española a las instituciones democráticas del estado español. En este proceso de emergencia ultra y de consolidación política del partido Vox, las cuestiones de género han sido una herramienta política esencial. En Estados Unidos en agosto de 2017, se llevó a cabo la multitudinaria manifestación llamada Unite the Right en la pequeña ciudad universitaria de Charlottesville, Virginia. Un grupo de hombres blancos con antorchas gritaban: “¡No nos reemplazarán!” y “Las vidas blancas importan” en torno a una estatua del exconfederado Robert E. Lee, ubicada en la Universidad de Virginia (Heim, 2017). El movimiento *alright* o derecha alternativa se originó en los Estados Unidos aunque también ha logrado establecerse en otros países. Los grupos identificados como de derecha alternativa defienden el supremacismo blanco, algunos defienden el separatismo blanco, el populismo de derecha, el racismo, el negacionismo del Holocausto, la xenofobia, la homofobia, el antisemitismo, el anticomunismo, el neonazismo, el

neofascismo y la islamofobia. En un caótico debate presidencial de 2020 que sostuvieron el expresidente Trump y su contendiente Biden, el moderador preguntó a Trump si estaba dispuesto en ese foro nacional a condenar la supremacía blanca y a las milicias tras las confrontaciones que habían acontecido en las ciudades de Kenosha y Portland. La contundente respuesta del presidente fue “Proud boys: retrocedan y esperen” (Cruz Lera, 2021).

Internet ha supuesto que estos grupos de extrema derecha utilicen los mismos mecanismos que la ideología de izquierdas para difundir sus mensajes elaborando manifiestos, creando memes, grupos culturales especializados, o directamente desacreditando a los medios de comunicación mainstream (Cruz Lera, 2021). También potencian que se propaguen *fake news* (Hawley, 2019) o a través de la creación de *trolls* se dedican a promover la discordia en los foros de Internet. Un claro ejemplo es la apropiación de Pepe de Frog en 2016 como símbolo del movimiento de supremacía blanca.

También en los últimos tiempos, el movimiento viral de las *tradwives*<sup>31</sup> significa un movimiento reaccionario de ultraderecha y supremacista blanco en las redes sociales. Las *tradwives* (de la unión entre *traditional* —tradicional— y *wives* —esposas— en inglés) remiten al ideal de “mujer española” del franquismo: austera, servicial, pasiva y abnegada. Un fenómeno que ha llegado al estado español con otros perfiles como por ejemplo el de Roro (@roro.bueno en TikTok supera los 860 mil seguidores) un estilo de mujer que encaja con la mujer española del franquismo que debía ser familiar y servicial y estar dedicada al cuidado de sus hijos y su marido, y, para ello, se las formaba a través de la educación tutelada por el Estado y la Iglesia, especialmente bajo las enseñanzas de la Sección Femenina de la Falange Española, fundada por Pilar Primo de Rivera.

## 6. El parentesco y la familia: vinculación de los afectos con la heteronorma

La nuclearización de la familia está relacionada con una sociedad centrada en los intereses privados y el aislamiento social, construida desde la perspectiva financiera, que hace que las criaturas vivan encarceladas en familias nucleares y no puedan gozar de otras formas de apoyo social (hooks, 2021). En este sentido, acceder a las grabaciones domésticas de los adolescentes LGTBIQ+ nos permite acceder a la comunicación familiar y a como la ideología se traduce en prácticas o diálogos concretos.

“Family communication has largely assumed the ideology of the heterosexual, nuclear, white, middle-class family. Until recently, sexual orientation was rarely mentioned in top-tier family studies

---

<sup>31</sup> <https://www.elsaltodiario.com/redes-sociales/influencers-del-hogar-tradwives-hacen-pasar-trabajo-amor>

journals, and despite growing interest in LGBTQ+ families propelled by shifting social configurations, such exclusions have continued” (Chevrette, 2013, 174).

### **6.1. Pensamiento occidental y orden natural de la familia nuclear**

El concepto de familia nuclear se vio reforzado en el siglo XVIII y XIX por una serie de pensadores hombres y blancos que respaldaron desde el punto de vista intelectual la esencia y la función de la familia. Rousseau en el *Contrato Social* (1762) ya decía que la familia era la más antigua de todas las sociedades y la única natural, un punto de vista que también compartía Durkheim (1976) que abordó el concepto de familia como un “hecho social”. En *L’organisation de la famille* (1871) Le Play sitúa la familia alrededor de un matrimonio legal y vitalicio, con exclusividad de servicios sexuales entre un hombre y una mujer, con hijos, donde el hombre es el que mantiene materialmente a la familia. También desde la antropología, Levi-Strauss (1956) en su estudio *La famille* sitúa a la familia como un ente “natural” justificando que esta estructura se da en prácticamente todas las sociedades humanas. El antropólogo aseguraba que en la historia del género humano no se conoce prácticamente ninguna sociedad en la cual la familia elemental -nuclear- no haya cumplido un papel importante.

Uno de los primeros aportes críticos va a cargo de Engels que, en *El origen de la familia, la propiedad privada y el estado* (1884) traza la relación entre las distintas instituciones sobre las que se estructura la sociedad heteropatriarcal, apuntando al origen romano del término familia y a la genealogía de sus abusos. Engels (2024) aseguraba que el concepto de familia lo inventaron los romanos para designar un nuevo organismo social, cuyo jefe tenía bajo su poder a la mujer, a los hijos y a cierto número de esclavos y añadían que la familia moderna contiene en germen, no solo la esclavitud sino también la servidumbre, y desde el comienzo mismo guarda relación con las cargas en la agricultura. Este texto es revelador puesto que ya alude a que la familia, encierra, en miniatura, todos los mecanismos que se desarrollan más adelante en la sociedad y en su Estado. En 1969, Louis Althusser publica el texto *Ideología y Aparatos ideológicos de Estado*. En este artículo propone el concepto “el aparato del Estado”, desde donde, según él operan, los Aparatos Represivos del Estado (ARE) de los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE). Los primeros comprenden el gobierno, la administración, la policía, los tribunales, las cárceles, etc. y son considerados represivos ya que funcionan fundamentalmente mediante la violencia, tanto física como simbólica (por ejemplo, la censura). Los segundos actúan a través de la ideología, y comprendería instituciones como la escuela o la familia, mediante las cuales se van transmitiendo unos valores culturales concretos. En esta misma línea crítica, encontramos a Jacques Lacan, quien en su breve libro *La familia* (1978) reconoce en la familia un órgano privilegiado de la coacción del adulto sobre el niño reconociendo también que la familia humana es

una institución, apartándose así de los tratados filosóficos o psicológicos que reducen la familia humana a un hecho biológico o a un elemento teórico de la sociedad.

## **6.2. La familia como eje regulador heteronormativo**

De la misma forma que la sexualidad se articula como un mecanismo discursivo, los contextos afectivos tendrán también este poder en la construcción de subjetividades y se situarán como un eje regulador del proyecto político heteronormativo. Como señalan muchos autores queer, sexualidad, afecto y familia son estamentos que tradicionalmente se han retroalimentado en la medida que unos condicionan a los otros y ofrecen un marco donde desarrollarse (Foucault 1976, Halberstam 2008, Newton 1996, Wetson 1998).

De Lauretis (1991) habla de cómo la tecnología del sexo establece un conjunto de técnicas para maximizar la vida que han sido desarrolladas y desplegadas por la burguesía desde finales del siglo XVIII para asegurar su supervivencia de clase y su hegemonía permanente. Esas técnicas involucran la elaboración de discursos acerca de cuatro figuras privilegiadas u objetos de conocimiento: la sexualización de los niños y del cuerpo femenino, el control de la procreación y la psiquiatrización del comportamiento sexual anómalo como perversión. Estos discursos implementados a través de la pedagogía, la medicina, la demografía y la economía, fueron fijados o sostenidos por las instituciones del estado y se tornaron especialmente focalizados en la familia. Es decir, la familia era la que debía contribuir a salvaguardarlos. El sexo se convirtió en una materia que requería del cuerpo social en su totalidad y virtualmente de todos sus individuos, que se pusieran a sí mismos bajo vigilancia.

“No hay ningún aspecto de la sexualidad que no sea estudiado, discutido, demostrado. Hay cursos de introducción a cualquier dimensión de la sexualidad, incluso a la masturbación. Pero no hay escuelas de amor. Se da por sentado que todo el mundo sabe instintivamente cómo amar. Y seguimos considerando que la familia es la primera escuela de amor, aunque todo parece contradecir dicha asunción. Los que no aprenden a amar en la familia también esperan conocer el amor romántico. Pero el amor a menudo se nos escapa, y, de hecho, nos pasamos toda la vida tratando de borrar el daño causado por la crueldad, el abandono y las diversas formas de falta de amor que se experimentan en la familia de origen y en las relaciones sentimentales en las que no sabemos cómo actuar” (bell hooks, 2021, 25).

Aunque como argumentan Beck y Beck-Gernsheim (2003) toda la estructura de los vínculos familiares se encuentra en estos momentos bajo la presión de la individualización, y está emergiendo de una nueva familia negociada, provisional, compuesta de múltiples relaciones: la “posfamilia” la

familia nuclear de origen continúa marcando el devenir emocional de los individuos de las sociedades occidentales, en cuanto ejerce de célula básica de organización social y afectiva.

### 6.3. La abolición de la familia

No es hasta la emergencia de la Teoría Queer, donde este concepto se reformula desde un enfoque claramente crítico, desmontando la supuesta “objetividad científica” con la que se había analizado esta estructura social desde las ciencias sociales más positivistas y machistas. De hecho, la Teoría Queer muchas veces ha repudiado el concepto *familia* como objeto de análisis, ya que consideran que hablar de *familia* lo único que hace es perpetuarla como forma básica de organización.

“La familia como concepto es utilizado en la cultura popular contemporánea, así como en la cultura académica para dar brillo a una visión de la interacción humana profundamente reaccionaria: quizá va llegando el momento en que nos olvidemos de la familia en nuestras teorizaciones de género, sexualidad, comunidad y política, y adoptar el olvido como una estrategia de subversión de la regularidad de la transmisión edípica” (Halberstam, 2018, 81).

En la misma línea lo expresa Preciado (2002) que asegura que la sociedad contrasexual demanda la abolición de la familia nuclear como célula de producción de reproducción y de consumo. Y también como estructura que gestiona los afectos en el núcleo más íntimo y las primeras iniciaciones al reconocimiento social. Así pues, académicas queer y autoras feministas asumen que la reformulación de la sociedad, y el cuestionamiento heteronormativo, requiere también una reformulación de los sistemas de parentesco (Newton 1979, Preciado 2011, Haraway 2020, M.E. O’Brien 2023), un término que no conllevaría tanta carga política como el de familia.

Vinculándolo también con el trasfondo presentado anteriormente sobre el Giro Afectivo, Elías (2021), permite vislumbrar la paulatina privatización de las emociones en la familia nuclear occidental con la siguiente reflexión en su estudio *El proceso de civilización*:

“Una vez que la familia nuclear ha ido convirtiéndose paulatinamente en el único y exclusivo enclave legítimo de la sexualidad y de las funciones íntimas en general, tanto para el hombre como para la mujer, pasa después a difundirse por toda la sociedad con el mismo carácter de exclusividad, como el órgano primario de que se vale la sociedad para inculcar las costumbres instintivas y los modos de comportamientos admitidos en los adolescentes” (Elías, 2011, 227).

La discusión sobre la importancia de la familia como estructura clave en la transmisión de valores a través de los códigos emocionales que impactan en nuestros cuerpos es central en este marco teórico porque vincula el pensamiento hegemónico a nivel estructural con nuestra interiorización del ideal de

vida. En este sentido, la familia actúa como objeto de felicidad (Ahmed, 2004). Así, cuando esta transmisión está vinculada a unos lazos de afecto, protección y pertenencia, el cuestionamiento de esta creencia puede suponer un riesgo a la pérdida de este apoyo íntimo y este es el conflicto íntimo que queremos abordar en el primer estudio de caso. Ahmed asegura que la familia es un lugar de herencia, que organiza y da forma a lo que está próximo al niño o la niña. “Un hijx queer no perpetúa la herencia familiar por medio de la reproducción de su línea. Se trata de un fracaso afectivo, que la convierte en una causa-de-infelicidad” dice Ahmed en *La Promesa de la Felicidad* (2010, 203). La autora en su disertación sobre este sentimiento de la felicidad asegura que la palabra "infelicidad" se empleaba en un principio para hacer alusión a aquellas personas que causaban problemas o traían mala suerte, no a aquellas que se sentían tristes o desdichadas. En este sentido, la infelicidad tenía un carácter de maldición pero también contenían una potencia política interesante.

Así, la heteronormatividad funciona como una forma de confort público, en la que los cuerpos se encajan en espacios perfectamente diseñados para ellos, así que no existe ruptura, ni incomodidad, sino más bien una sensación de encajar (Ahmed, 2009). La asunción de que un miembro de la familia no responde a estos valores heteronormativos supone precisamente una ruptura con el aparente flujo espontáneo de los acontecimientos entre generaciones. La familia, entendida como sistema, tiene que gestionar la evidencia que existen cuerpos no normativos y por tanto que muchas de las asunciones o ritos vinculados con la heterosexualidad merecen ser revisados.

Por consiguiente, el amor, el sexo y las familias son instituciones centrales para organizar y naturalizar las divisiones de género, razón por la que la ley analiza y regula con tanto detalle la política de la carne, siendo siempre objeto de control por los Estados (Illouz, 2020). Esto nos enfrenta a la pregunta que planteó Michael Warner (1999) en el debate sobre los matrimonios entre personas del mismo sexo. Él se preguntaba si el intento de pasar a ser reconocibles en el marco de las normas de legitimidad existentes exigía subscribir una práctica que ilegítima las vidas sexuales que están estructuradas fuera del matrimonio y de la presunción de monogamia. Por otro lado, aceptando que el matrimonio y las alianzas familiares deberían ser opciones disponibles, no nos desvincula de estar atentas a convertirlas en modelo para la legitimidad sexual, constriñendo la socialización del cuerpo a una forma aceptable (Butler, 2006).

Las vidas queer buscan desconectar el cambio de formas de la familia y de la herencia presuntamente orgánicos e inmutables (Halberstam, 2018). Se insta o bien a queerificar la institución familiar (Trujillo y Burgaleta, 2014) o directamente a olvidar a la familia como el principal recurso para olvidar la tradición y poder empezar de nuevo. De hecho, Haraway en su reciente libro *Seguir con el problema, generar parentesco en el Chthuluceno* (2020) lo expresa de manera reveladora: “Pariente

[kin] es una categoría salvaje, cuya domesticación es intentada por personas de todo tipo” (2020, 21). Así, en su argumento propone que el término “pariente” signifique algo diferente a entidades ligadas por los ancestros o la genealogía. En la misma línea lo reivindica M.E. O’Brien:

“Una llar també pot ser una família escollida per un mateix i, en aquest cas, pot adoptar la forma d’amics propers, persones amb llaços de parentiu complexos o membres d’una comunitat compartida que viuen junts” (M.E. O’Brien, 2023, 35).

## 7. La vergüenza de sí y la teoría del apego

La vergüenza de sí vinculada en este capítulo con la teoría del apego nos habla del vínculo que existe entre la imagen que tenemos de nosotros mismos y las relaciones que han conformado nuestras etapas más tempranas. Y como un sistema de pensamiento heterosexual, entendido como lo que supuestamente se debe ser, se inserta en nuestro cuerpo casi como una sensación física. Los procesos de normativización actúan en silencio, controlando las acciones desde dentro, guiando a través del ideal del yo (Chasseguet-Smirgel, 1991) las conductas. El no corresponder con la imagen idealizada, nos lleva a sentirnos inválidos, pequeños, a querer desaparecer por no ser lo que la sociedad espera de ti. El colectivo LGTBIQ+ se ha visto con la necesidad de elaborar una genealogía del afecto queer que no pase por alto los sentimientos negativos, vergonzantes y difíciles que han ocupado un lugar tan relevante en la existencia queer a lo largo del siglo pasado (Love, 2007).

### 7.1. Exclusión del linaje

John Bradshaw en el ensayo *Crear amor* (1995) dice que él creció creyendo que el amor iba unido a las relaciones de sangre, que era normal querer a cualquier miembro de la familia, porque el amor que le enseñaron estaba hecho de deberes y obligaciones. La familia enseña las reglas de la cultura, y aunque con las mejores intenciones, los padres a menudo confundían el amor con algo que hoy llamaríamos maltrato (Bradshaw, 1995).

La presunción de heterosexualidad (Rubin, 1975) en los contextos cotidianos no se da sólo a través de la transmisión de unas creencias o unos valores concretos, más bien es una narrativa que se consolida a través de las emociones que moldean los cuerpos (Ahmed, 2004), también de las palabras dichas y la gestión de los silencios. Las propias biografías queer, tanto desde la academia como fuera de ella, muestran una tensión permanente entre el olvido y la aceptación del linaje, como si la única forma realmente definitiva de vivir en paz fuera la aceptación del propio transcurso de la historia, y el reconocimiento de todas las figuras con las que existe un vínculo biológico. Elisabeth Roudinesco (2002) en esta línea asegura en su libro *La familia en desorden* que las personas LGTBIQ+ han tenido

a buscar la integración en este universo simbólico familiar. Roudinesco asegura que, aunque la familia sea una invención en el sentido de ficción, no quiere decir que sea “ilusoria”. Así, asegura que existe entre las personas LGTBIQ+ la sensación de no encajar en aquel medio donde fueron inscritas, y el compromiso a estar condenados a una sensación de exclusión por no poder continuar el linaje, hecho que les lleva a querer desear ser parte de una familia o ser capaces también de construir una.

## 7.2. Mecanismos psíquicos del poder

Según Sedgwick (1999), el problema de la teoría contemporánea es que tiende a realizar “lecturas paranoicas” de lo social, es decir, lecturas únicamente interesadas en exhibir las prohibiciones y las violencias normativas que nos constriñen. Ella no quiere mostrar sólo que el poder y el discurso moldean y limitan nuestras experiencias sino también detenerse en aquellos afectos, como por ejemplo la vergüenza, que pueden llegar, incluso, a reestructurar lo social.

“Qué vergüenza! es performativamente eficaz puesto que su gramática, que admito que es de alguna forma enigmática, es una gramática transformacional: tanto al nivel de la posición del pronombre, tal como lo he esbozado, como al nivel de la gramática relacional del sentimiento de la vergüenza en sí mismo. Como lo describió Tomkins, quien hasta ahora ofrece la teoría y la fenomenología más productiva de este sentimiento, la vergüenza se esconde a sí misma, la vergüenza señala y proyecta, la vergüenza se convierte en el lado externo de la piel; vergüenza y orgullo; vergüenza y despliegue, vergüenza y exhibicionismo son dos lados diferentes de un mismo guante: la vergüenza, podría finalmente ser dicha, la vergüenza transformacional, es *performance*” (Sedgwick, 1999, 202).

¿Cuál es la forma psíquica que adopta el poder? se preguntaba Judith Butler en *Mecanismos psíquicos del poder* (2001). Esta pregunta marca un punto importante en este marco teórico ya que representa un enlace de dos de las perspectivas de análisis que proponemos. ¿Dónde está la conexión entre el poder y el sujeto? Butler evita caer en la dicotomía de que el sujeto siempre está sometido al poder o siempre está en oposición a él. Esta pregunta la obligó a elaborar una teoría de la psique para acompañar a la teoría del poder, un enfoque que ni los foucaultianos ni los psicoanalíticos habían hecho. Según Butler, el poder subordina de una forma tan efectiva que incluso crea el objeto para ser subordinado. Así, los mandatos son interiorizados por los niños y ellos acaban pensando que estos mandatos constituyen lo real, hecho que marca su comportamiento, y mediante este comportamiento lo reitera. Así los mecanismos psíquicos del poder consisten en la asunción de la ley por el sujeto mediante la performatividad.

Para la autora, la psique transforma la ley porque la habita. Así para Butler (2001) siempre se abre un espacio de resistencia, y como la norma siempre toma un cuerpo, una performatividad, y está en

interacción con el entorno, siempre puede cambiar. En este sentido, las Teorías del Apego nos proporcionan una base teórica para entender estos vínculos primarios. Esta interacción íntima que se da en la infancia y que se replicará, en parte, manteniendo las mismas dinámicas en la edad adulta. En este apartado, consideramos necesario hablar de fenómenos muchas veces poco visibles ya que entrañan la confluencia entre los aspectos sociales y culturales -descritos hasta ahora- y también la intersubjetividad que se da en los procesos relacionales. La relación entre padres/madres e hijos, su diálogo consciente e inconsciente, empieza en una época muy temprana. En el mismo momento del nacimiento -algunos autores incluso hablan de un proceso perinatal- los progenitores negociarán con el hijo el lugar que ocupa en el mundo. Como explica la teoría del apego contemporánea, será a través de la interacción con las figuras parentales como los recién nacidos sentirán que ocupan un lugar en el mundo y empezará su desarrollo como sujetos familiares, sociales y, por qué no, también políticos. “Donde circula el amor es donde se construye una gran parte de la identidad” (Singly, 2000).

Por lo tanto, la mayor amenaza de una persona LGTBIQ+ es perder el amor familiar, ser la causa de la felicidad de la familia y de todo aquello que esto promete traer consigo. Sara Ahmed relata este episodio de la película *Un Pozo de Soledad* (1928) en su libro *Una promesa de Felicidad* (2019). Una de las escenas más potentes de la película es aquella en que las tres protagonistas escriben cartas imaginarias a sus madres: Paulie a la madre que no conoce y la dio en adopción, Mouse a su madre muerta, cuyo rostro lucha por recordar, y Tori a su madre viva y siempre presente. Tori, una de las protagonistas asume que para ella ser queer sería insoportable. Más tarde le confiará a Mouse: "No conoces a mis padres. Son súper, súper heterosexuales. Mi madre sería capaz de no hablarme nunca más. No soportaría perderlos. Amo a Paulie. Sabes que la amo. Pero hay una vida que tengo que vivir. Mi madre y mi padre tienen un sueño para mí. Y aunque esto me esté matando, no puedo volver con Paulie nunca, nunca jamás" (Ahmed, 2019, 217).

Este hecho podría dificultar algunos procesos de “resistencia” al poder (Butler, 2002) en el sentido que el hijo/a en algunos casos podría sentirse responsable de causar malestar en sus padres, hecho que motivaría una inversión entre las figuras paternas/maternas con el objetivo de sostener la fragilidad de los progenitores ante un posible fenómeno desestabilizador.

### **7.3. El trauma en las personas LGTBIQ+ y los pánicos morales**

Ann Cvetkovich (1995) desarrolla un enfoque queer del trauma ya que relaciona el vínculo entre nuestro sistema afectivo y la historia a través del trauma de las personas queer, afirmando que la historia es un archivo de sensaciones.

“Trauma is a window onto the study of how historical experience is embedded in sensational experience and how affective experience can form the basis for culture” (Cvetkovich, 1995, 285).

La vergüenza ha sido, por tanto, una de las sensaciones corporales que más ha marcado a las personas no heterosexuales a lo largo de su infancia y juventud. La teoría psicoanalítica y las teorías de género se unen en este punto, a través del análisis de las emociones.

“La infancia de los homosexuales occidentales del siglo XX fue melancólica. Ante todo, desde la primera niñez, tuvieron la sensación de pertenecer a otra raza. A continuación, la terrible certeza de que la inclinación maldita jamás podría sofocarse. Por último, la necesidad de la confesión, la obligación de decir a unos padres incrédulos y a veces violentamente hostiles que habían engendrado un ser sin porvenir, condenado a una sexualidad vergonzosa y salvaje y, sobre todo, incapaz de brindarles una descendencia” (Roudinesco, 2002, 213).

La vergüenza asociada a una identidad que no se ajusta a lo esperado también la describe Sara Ahmed en *La Política Cultural de las Emociones* (2015). La vergüenza se siente como estar expuesta -otra persona ve lo que he hecho, que es malo y por lo tanto vergonzoso-, pero también involucra un intento de esconderse, una ocultación que requiere que el sujeto le dé la espalda al otro, y se gire hacia sí mismo” (Ahmed, 2015, 164).

Para Jeffrey Weeks (1993) los pánicos morales son el "momento político" del sexo, durante los cuales las actitudes difusas son canalizadas hacia la acción política y de allí al cambio social. En las narrativas de los medios de comunicación se ha tendido a estigmatizar a algunos colectivos asociándolos a enfermedades, vidas rotas o fragmentadas, y a la imposibilidad de desarrollar un proyecto de vida (Rubin, 1975). Así, estas narrativas se han visto reforzadas por la aplicación de ciertas leyes que en muchos países han perseguido a las personas LGTBIQ+ e incluso las persiguen hoy en día. Es decir, no es sólo ser alguien “vergonzoso” sino alguien que está fuera de la ley. En el contexto español, la conocida como *Ley de Vagos y Maleantes* (1933-1970) que después se llamó de *Peligrosidad Social* (1970-1995) ponía al mismo nivel personas LGTBIQ+ con proxenetas. Los textos jurídicos pretendían “limpiar la calle de problemas sociales” (Gasol, 2022). Entre las fichas de la policía, y debajo de las clásicas fotos frontales y laterales, había un cuestionario básico en que se desgranaban los aspectos identitarios del individuo<sup>32</sup>. Al final del texto y a modo de conclusión, llegaba el que sería el diagnóstico. “Sexualidad: homosexualidad // Alcohol: habitual // Drogas: sin síntomas de intoxicación // Dependencia: nada a señalar. Diagnóstico provisional: peligroso social.

---

<sup>32</sup> Documentos recuperados por el artista Daniel Gasol en su proyecto de la exposición *Orden público: Vagos, Maleantes y Peligrosidad Social* expuesta en la sala Chiquita Room (Barcelona)

La exploración psíquica permite de calificarlo de temperamento y carácter feminoide. La anterior relación de hechos que se declaran probados sitúa el expedientado [aquí iría el nombre] en la categoría de sujeto socialmente peligroso porque se aprecia su condición de holgazán habitual y homosexual.” Así pues, la herencia social de esta percepción no desaparece cuando la homosexualidad deja de ser ilegal. En cierta manera, continúa el estigma como un miedo latente. Sara Ahmed en *La Política cultural de las emociones* (2004) habla del miedo como una experiencia desagradable que se puede vivir en presente pero que también se anticipa en el futuro como un posible daño. El concepto de la obediencia en la sociedad occidental se estructura alrededor de una supuesta autoridad que debe garantizar un contexto seguro. En cambio, el miedo es la amenaza de que algo nos puede ser arrebatado. En la misma línea, Ahmed cita a Freud diciendo que el psicoanalista austríaco vinculó el miedo con la pérdida del objeto de amor.

Pero es cierto que no todas las personas sienten la vergüenza de la misma manera aún y teniendo una historia política y social compartida. ¿Por qué no todas las personas LGTBIQ+ sienten lo mismo? ¿Qué determina que nos quedemos atrapados en la vergüenza o que por el contrario recuperemos la agencia y la expresión?

#### **7.4. Teoría del apego**

Rosa Velasco (2005) asegura que la vergüenza es un sistema emocional complejo que regula el vínculo social, señalando trastornos en el estado del *self* dentro de un orden social: lo que uno es ante sí mismo y ante los otros; el estatus de uno mismo, su importancia o falta de esta: el ser o no querible, sentirse aceptado, o un inminente rechazo, tanto visto ante el ojo del otro o ante el ojo auto-evaluador del propio *self*. Velasco (2005), gracias a su experiencia clínica, sostiene que la vergüenza es una emoción relacional, ya que nadie nace avergonzado, sino que la vergüenza se genera en el vínculo, y sobre todo en aquellos vínculos primarios que nos devuelven la imagen de lo que somos.

De hecho, Bowlby (1973) estudió estos estadios primarios de vinculación con las figuras parentales como Teoría del Apego diciendo que es una forma de conceptualizar la tendencia de los seres humanos a crear fuertes lazos afectivos con determinadas personas en particular y un intento de explicar la amplia variedad de formas de dolor emocional y trastornos de personalidad, tales como la ansiedad, la ira, la depresión y el alejamiento emocional, que se producen como consecuencia de la separación indeseada y de la pérdida afectiva. El mismo autor afirmó que existe una fuerte evidencia de que la forma que adquieren estos modelos operativos internos está basada en las experiencias reales de la vida de los niños, es decir, de las interacciones del día a día con sus padres.

Así pues, las teorías actuales de la investigación en apego, como señalan Garriga y Molist (2020) defienden que la mente está construida intersubjetivamente entre las figuras parentales y la criatura y en diálogo con la cultura y el entorno de manera que el apego funciona como el modo de transmisión de las vivencias y los códigos.

“Antes de reconocer a las personas que lo cuidan, el recién nacido responde a la actitud afectuosa de quienes se ocupan de él, devolviéndoles gorjeos o miradas de placer. Al crecer, responde a las muestras de afecto dando también él afecto, haciendo gorgoritos al ver a una persona bienvenida. El afecto, sin embargo, no es el único componente del amor. Para amar de verdad tenemos que aprender a combinar varios elementos: cuidado, afecto, reconocimiento, respeto, compromiso y confianza, amén de una comunicación clara y sincera” (bell hooks, 2021, 31).

Alice Miller en *El cuerpo nunca miente* (2004) expone la genealogía occidental que marca el respeto absoluto a los progenitores y como todavía ahora entre los sectores LGTBIQ+ hablar de las relaciones familiares antes o después del *coming out* es un tema tabú, pues nos enfrentamos a la ambivalencia entre la fidelidad al linaje y el derecho a no reprimir las propias emociones.

## 7.5. La resolución del trauma

Si acudimos al diccionario de la RAE a buscar la palabra trauma, nos aclara que procede del vocablo griego τραῦμα que significa herida. El diccionario ofrece, además, tres definiciones. Lesión duradera, choque emocional que produce un daño duradero; emoción fuerte y duradera. Durante siglos el trauma psíquico se ha sentido tan peligroso que siempre se ha achacado a posesiones demoníacas o en las mujeres a convulsiones uterinas. Seres considerados vulnerables o raros.

La resolución del trauma implica recuperar la sensación de agencia después de un período en que se revisa y se reconoce el daño sufrido y se restaura la sensación de víctima para convertirse en un superviviente. Esta elaboración que puede darse en un marco terapéutico o relacional implica tanto una restauración discursiva, a través de la razón, como racional. En estos casos, hablar sobre uno mismo en las redes sociales sirve para reelaborar el discurso, reconocer el daño sufrido y, de esta manera, desactivar el trauma potencial. Podríamos traducirlo en una sensación de volver a sentirnos bajo control, y por tanto, implica también una sensación corporal de estar en nuestro cuerpo, de poder respirar completamente y acceder a nuestras sensaciones interiores (Van der Kolk, 2014). La resolución del trauma supone superar la disociación entre lo que se siente y lo que se debe representar. En lugar de estar “fuera del cuerpo” y desaparecer”, la presencia en las redes sociales otorga volver a conseguir una sensación de integración.

“La sensación de agencia, cuando nos sentimos bajo control, se siente también en el cuerpo y en sus ritmos: cuándo nos despertamos, cuándo dormimos, cómo comemos, nos sentamos y caminamos, define los contornos de nuestros días. Para encontrar nuestra voz, debemos estar en nuestro cuerpo, poder respirar completamente y acceder a nuestras sensaciones interiores. Esto es lo opuesto a la disociación, a estar “fuera del cuerpo” y desaparecer” (Van der Kolk, 2014, 376).

Las redes sociales con su capacidad para difundir mensajes a través de múltiples formatos contribuyen a la agencia subjetiva de quién los emite (Cavalcante, 2016 Jenzen, 2017, Tortajada; Caballero; Willem, 2019). También en el caso de las creaciones digitales que buscan conseguir reacciones de subversión. Por ejemplo, la reivindicación del insulto se sitúa como el lugar político de la transgresión. Jugar con aquello que te hizo daño desarticula su poder para afectar o más bien invierte la afectación para convertirla en nueva fuerza. Una buena manera es que a través de actos retóricos estos insultos sean reapropiados y pierdan su poder paralizador. El uso de las imágenes para subvertir su significado intrínseco se ha convertido en uno de los fenómenos digitales más populares, demostrando la capacidad de agencia de este colectivo gracias al acceso a las plataformas digitales. Así, la creatividad se ha puesto al servicio de la creación de nuevos imaginarios para comunidades tradicionalmente repudiadas en los imaginarios familiares y sociales.

Así lo señalamos en el artículo sobre el caso Gaysper, a lo largo de los últimos cincuenta años, podemos acercarnos a diferentes casos de estudio en los que la comunidad LGTBIQ+ ha tomado un término o símbolo, usado en su contra a modo de insulto, para apropiárselo y dotarlo de un nuevo significado. Así ha ocurrido con los insultos marica o bollera que antes representaban la injuria y la vergüenza y ahora representan unos términos subversivos más allá del concepto médico “homosexual” promovido por las instituciones médicas.

“En el momento que el insulto no te afecta, no te duele, no te importa, no te clasifica o no te caracteriza, pierde toda su fuerza. Es por ello importante entender que quien insulta se caracteriza a si mismx y no a ti” (Galindo, 2022, 176).

El camino hacia una integración sana de nuestra identidad es no tener que guardar secretos. No tener que guardar secretos sobre nosotros mismos, sobre nuestra historia, o sobre los mecanismos que nos han ayudado a sobrevivir.

## 7.6. ¿Confesar significa obedecer a alguien?

Podemos también interpretar que estas producciones digitales se dan en una sociedad donde es importante la idea de la confesión íntima tanto en el ámbito público como el privado. Nuestra cultura occidental se ha estructurado alrededor del concepto de obediencia en muchas de sus instituciones, hecho que implica una confesión con la intención de revelar la verdad sobre uno mismo. Foucault en *Obrar mal, decir la verdad (2021)* desarrolla la genealogía de este imperativo a obedecer a la autoridad paterna y en consecuencia a todas las otras instituciones del estado.

“El principio de la confesión perpetua está, desde luego, directamente ligado a este principio general de la obediencia. La obediencia indefinida, la obediencia formal, la obediencia que debe llevar a un estado de obediencia *-humilitas, patientia, subditio-*, todo esto implica necesariamente la verbalización. Y creo que con ello tenemos algo fundamental en la historia de la cultura occidental: lo que podríamos llamar inversión del eje de verbalización en la relación de dominio” (Foucault, 1981, 156).

Como dice Foucault (2021), si en la Antigüedad la verbalización se hace desde el maestro hacia el discípulo, que es la instancia de la escucha, en la relación de obediencia desarrollada por las instituciones monásticas tendremos una estructura totalmente invertida. En este mecanismo, para obedecer, o para mantenerse en el estado de obediencia, hay que hablar. Hay que hablar de uno mismo. Así, según el filósofo francés para poder hablar hacen falta dos cosas: primero autoexaminarse, y segundo, efectivamente decirlo en un acto verbal. Esta autoexaminación implica un acto de revisión de conciencia, una práctica no sólo religiosa sino también habitual en la Antigüedad pagana. También en *La voluntad de saber*, Foucault (1976) realizó una crítica a lo que denominó “hipótesis represiva”. Para este autor, las relaciones de poder, lejos de haber tendido a reprimir la sexualidad, construyeron la red por la cual se sostuvo hasta el presente un imperativo: decir la verdad del sexo. En el centro de todos los procedimientos que procuran producir la articulación entre discursos, sexo y verdad, se encontraría la técnica de la confesión, que, transformada, llegaría hasta el psicoanálisis.

También desde la historia del psicoanálisis abordaron el tema de la confesión muchas veces en el marco de la relación terapéutica, una lectura que puede extrapolarse a otros tipos de relación. En su ya clásica obra *El descubrimiento del inconsciente* (Ellenberger, 1970) afirmaba que si bien “la psiquiatría ha excluido de forma radical de su vocabulario la palabra *pecado* [...] la moderna psiquiatría dinámica la ha redescubierto, si no como pecado, al menos en el sentido de *sentimiento de culpa*. Ellenberger destacaba también “el efecto terapéutico de la confesión”(1970, 44). Desde su perspectiva, la absolución del pecado se volvió superación de la culpa.

La potencia de lidiar con las preguntas erigidas por las teorías feminista y queer residen justamente en esa disposición a ser continuamente subversivo, en esa tendencia a desobedecer. El acto de la desobediencia significa cuestionar los mandatos o las normas de conducta establecidas. También la desobediencia es una forma performática vinculada a los elementos de la contracultura y que muchas veces implica represalias. Es por eso que la desobediencia no es un espacio de confort, sino más bien un lugar que te pone en riesgo pero que otorga la potencia para replantear el *status quo*. “La subversión, en este caso, no siempre es bienvenida. Pero a veces acontece y puede representar oxigenación (flores, 2008).

## 8. Los medios digitales como nuevo refugio afectivo

Internet supone la primera oportunidad para que las experiencias personales y grupales trasciendan la ubicación local y se inscriban en una red planetaria de información y relaciones. Las redes sociales como hemos venido explicando a lo largo del marco teórico son un espacio para las prácticas colaborativas. En este sentido, las redes sociales son un entorno para la construcción paralela de las identidades y de las comunidades (Cavalcante, 2016, Jenzen, 2017) en el que se producen nuevas formas de conexión (Shapiro, 2004; Raun, 2016) que no habían sido posibles antes.

En la segunda década del siglo XXI encontramos muchas referencias bibliográficas que se especializan en diferentes manifestaciones queer en las redes sociales. De hecho, las expresiones de identidad sexual online están totalmente vinculadas a las específicas ‘plataformas vernáculas’ (Gibbs et al., 2015). Las redes sociales son un objeto de estudio inestable ya que sus dinámicas están marcadas por los cambios y por su naturaleza tanto top-down -grandes corporaciones que difunden sus contenidos a través de esta plataforma-, como bottom-up - personas individuales que cuelgan su contenido generando comunidades digitales cohesionadas por un fuerte sentimiento identitario.

El colectivo LGTBIQ+ siempre ha encontrado en las representaciones culturales o mediáticas un potencial remedio a su marginalización y fragmentación. Tener una buena red de apoyo digital, como ocurre en el mundo offline, constituye la protección más poderosa contra la soledad y el malestar. La seguridad y el terror son incompatibles (Van der Kolk, 2014, 237).

### 8.1. La subpolítica

El concepto de subpolítica se refiere a la política al margen de las instituciones representativas del sistema político del estado-nación. La subpolítica se acercaría a una acción política directa. Sería

hacer política desde abajo. En este caso, la forma de consensuar o posicionarse se hace más abierta y capaz de reconfigurarse con nuevos vínculos (Beck, 1998, 61-62) Esta democracia directa ya no tiene lugar entre los obreros de la fábrica sino a través de los símbolos culturales que se escenifican primero en los medios de comunicación de masas y después en las redes sociales.

Las redes sociales ciudadanas presenciales y digitales impactan en la movilización política vista como acción colectiva y contribuyen a la organización tanto de prácticas activistas offline, como manifestaciones, asambleas ciudadanas u otras agrupaciones políticas. Las redes sociales facilitan la movilización tanto en el interior de colectivos sociales, en su articulación y en la incorporación masiva de ciudadanos a la movilización (Castells, 2012). En este espacio surgen los llamados contrapúblicos (Tortajada et al., 2019) que, como los públicos, no son organizaciones formales, sino que se constituyen mediante la circulación de textos y de la interacción en contextos específicos. Sin embargo, a diferencia de los públicos, los contrapúblicos surgen en los márgenes, en la oposición a al pensamiento hegemónico como, por ejemplo, el contexto vinculado a la lucha LGTBIQ+. Por tanto, los contrapúblicos son intrínsecamente espacios políticos.

A finales de los años noventa y a principios de los 2000 empiezan a proliferar los artículos que argumentan que la llamada *world wide web* puede suponer una revolución liberadora para el colectivo LGTBIQ+ que va a permitir conectarse, visibilizarse e intercambiar experiencias con otras personas. Uno de los primeros autores en escribir sobre el tema fue, como hemos venido explicando, el mismo Alexander (2002) que planteaba algunas cuestiones como cuáles son las construcciones identitarias performadas por las personas LGTBIQ+ en internet y si existían diferencias entre las performances personales y las que tienen una carga política, una cuestión que abordo en el segundo estudio de caso que presento en esta tesis.

Desde entonces, los medios digitales han aumentado la variedad de representaciones posibles y se han convertido en centrales en la performatividad de la identidad sexual en la vida social contemporánea, sobre todo para las personas jóvenes (Drushel, 2010). A pesar de esto, la socióloga feminista Suzanna Walters (2003) aseguraba que una mayor visibilidad del colectivo LGTBIQ+ no implicaba necesariamente que se le conociera mejor y que precisamente los jóvenes LGTBIQ+ tenían que vivir con la certeza de no haber nacido en con una identidad cerrada sino de tener que buscar activamente esta identidad a través de los referentes y de la creación de una comunidad de iguales. Sin embargo, la presencia de producciones LGTBIQ+ en las redes sociales no garantiza sólo la buena salud del movimiento, sino que puede ser también síntoma de la utilización intencionada de estas narrativas con fines comerciales, como explicamos en el capítulo 9 de este marco teórico y desarrollo con el cuarto estudio de caso de esta tesis.

## 8.2. Prosumidores

Nos hemos convertido en productores en las redes sociales, todas aspiramos a crear nuestra pequeña o gran obra, nuestra *historia del yo*. En esta potencia creativa quedan marcadas muchas narrativas individuales (Giddens, 1991), que se contagian con las otras que también existen en la red. El concepto prosumidores (Toffler, 1980; Ritzer, 2015) surge de la fusión entre consumidores y productores. En este momento, el término se refería más bien a la intervención de los consumidores en el proceso de producción de los bienes materiales. En el mundo capitalista (Ritzer, 2015) se ha superado la división binaria entre producción y consumo y las actividades de producción implican siempre el consumo de bienes mientras que, cuando consumimos, estamos también contribuyendo a la producción de lo consumido en la medida que incorporamos trabajo para que el producto sea utilizable. La aparición de internet ha supuesto una revalorización de este concepto puesto que el prosumidor se ha convertido en un agente fruto de las redes colaborativas que añadían valor a los procesos de producción. El surgimiento de las redes sociales supuso que los individuos se convirtieran tanto en productores como consumidores en la construcción de las identidades sexuales (Tortajada, Caballero-Gálvez, Willem, 2019). Así, identidades consideradas hasta el momento minoritarias entraron en la batalla por la representación y saltaron de los márgenes a una cierta centralidad política. Si antes de la época digital, la agenda de los temas posibles se marcaba desde las grandes corporaciones de medios de comunicación, con una presencia elegida y limitada de los testigos reales, las redes sociales humanizan las cuestiones sociales con testimonios y experiencias reales. Y se produce el efecto contrario. Temas candentes en las redes sociales que se convierten en *trending topic* se trasladan a las portadas de los medios de comunicación analógicos y digitales.

Los prosumidores actúan como comunidad política de apoyo en las prácticas deliberativas referentes a las subjetividades LGTBIQ+ (Raun, 2016; Alexander y Losh, 2010), el mercado, a su vez, utiliza la visibilización y la lucha LGTBIQ+ como estrategia para sus estrategias publicitarias y para aumentar el brillo de sus eslóganes, fenómeno que abordaremos en profundidad en la parte final de este marco teórico.

## 8.3. Ensamblaje cultural global

Además, otro fenómeno de las narrativas digitales es que surgen en diferentes partes del planeta y comparten unos mismos dispositivos técnicos, hecho que favorece un ensamblaje cultural global compuesto de millones de caras, idiomas y mensajes. Las culturas se mezclan, se uniformizan y se fragmentan en un gran festival contracultural, inédito en la era predigital. Esta globalización digital y tecnológica promueve que podamos conocer historias generadas en distintos contextos culturales o

políticos y que personas con subjetividades o luchas compartidas, puedan conectarse de manera instantánea (Beck, 1998).

“En la alta modernidad, la influencia de los sucesos distantes en eventos próximos y en las intimidades del yo, se ha convertido en un lugar común. Los medios, impresos y electrónicos, juegan un papel importante al respecto. La experiencia mediada, desde la primera experiencia de escritura, ha influenciado tanto la identidad personal como la organización básica de las relaciones sociales” (Giddens, 1991, 4)

El fenómeno del *coming out* ya era analizado más allá de las redes sociales desde el punto de vista del origen cultural de sus protagonistas (Ramos, 2013) y diversas investigaciones señalaban la complejidad de este proceso dependiendo del marco cultural y familiar. También los desplazamientos y los exodos fuera del país de origen favorecían que una persona pudiera asumir una nueva identidad con mayor espontaneidad.

“En el trabajo de campo se han obtenido muchos datos que nos pueden hacer pensar que, por lo general, en los países de América Latina, con las salvedades comentadas, es relativamente complicada la salida del armario de las personas LGTBIQ+ en relación a sus familias. Pero lejos de crear un estereotipo se puede decir que existen paralelismos en el Estado español, especialmente en zonas rurales o pequeñas provincias, o también en familias con mentalidad conservadora; muchas veces relacionadas con un profundo sentimiento religioso y pertenencia a grupos sectarios” (Ramos, 2013, 15).

En el caso de las redes sociales, la presencia de *coming out* creados en diferentes puntos de la geografía mundial favorece que muchas prácticas de la red viajen rápidamente de un continente a otro e impacten en sociedades que antes se regían por unas corporaciones de comunicación propias. El fenómeno de los *coming out videos*, que tiene lugar en todos los continentes ha sufrido este efecto “contagio” que produce millones de formatos replicados y que se extiende desde el ámbito local a lo global.

La globalidad nos recuerda el hecho de que, a partir de ahora, nada de los que ocurra en nuestro planeta podrá ser un hecho localmente delimitado (Beck, 1998). Tanto las victorias como las catástrofes que se produzcan en cualquier lugar serán rápidamente comunicadas y tendrán la capacidad de afectar a todo el mundo. Lo mismo con los testimonios de personas e historias de vida compartidas.

## 8.4. Espacio propio para los adolescentes

En el caso de los adolescentes, donde todavía se comparte vivienda y espacios cotidianos con los progenitores, internet y las redes sociales se dibujan como un refugio donde sentir su agencia, donde socializar y aprender de forma colaborativa. En estas redes agrupadas por temas y afinidades, los jóvenes encuentran reafirmación y el sentimiento de pertenencia a una comunidad digital LGTBIQ+ (O’Riordan y Phillips, 2007; Raun, 2016) en la que podrán hacerse visibles, compartir relatos y construir entornos seguros de expresión (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015).

Como comenta Sarah Banet-Weiser (2004) estas actividades online de los menores retan la percepción que romantiza y desexualiza la infancia, introduciéndolos en un relato social del que aparentemente estaban excluidos. Para estos jóvenes, las redes sociales representan un espacio seguro y, muchas veces, terapéutico, donde poder reparar la soledad y la marginación -o incluso la violencia LGTBIQfóbica- que sufren en sus contextos locales, sobre todo en momentos donde se limitan sus relaciones offline como por ejemplo durante la pandemia (López-Sáez y Platero, 2022).

En la etapa donde los jóvenes se preguntan quiénes son y cómo me ven los demás, en lo que suben y omiten se preguntan qué quieren que los demás sepan de ellos. Cuentan sobre ellos pensando en las audiencias y esperan respuestas que les validen. Es un aprendizaje en dos direcciones: aprenden sobre sí en relación a los demás. Además, las redes sociales dan autonomía. Si antes los jóvenes se emancipaban a través del trabajo y el matrimonio, ahora la conectividad es un espacio de separación de los adultos, un territorio propio, donde sienten que no hay limitaciones (Morduchowicz, 2012).

Teniendo en cuenta que en muchas ocasiones las personas menores de edad no pueden disfrutar de autonomía legal, estos espacios digitales les permiten establecer relaciones estrechas y compartir anhelos y preocupaciones. Además, en situaciones quizás más radicales, de soledad o violencia doméstica, estos espacios digitales accesibles proporcionan refugios donde encontrar un poco de afecto.

“Cada día en nuestra sociedad, miles de niños son maltratados física o verbalmente, cuando no torturados, asesinados o muertos por inanición. Sin voz colectiva ni derechos reconocidos, son auténticas víctimas del terrorismo privado. Los niños son, y siguen siendo, propiedad de los adultos que, en su papel de padres, pueden hacer con ellos lo que quieran” (bell hooks, 2021, 45).

## 8.5. Confusión entre el carácter político o el yo autorreferencial

La frontera entre el carácter político de estas representaciones digitales y su carácter de entretenimiento es objeto de análisis constante desde la academia preocupada por el secuestro que la propia industria del entretenimiento hace de los relatos donde se muestra la intimidad como espectáculo (Sibila, 2008). Antes esto que era intencionadamente literario -autobiografías, memorias, libros de viaje- y que en cierta manera estaba considerado como un producto artístico o cultural ahora se ha convertido en una práctica cotidiana, que juega, como apuntábamos al principio, con los límites de realidad y ficción. La gran diferencia difícil de delimitar recae en la intencionalidad y el valor artístico de estas piezas. Aunque evidentemente estas producciones digitales tienen un gran peso político, la propia dinámica de las redes, enfocadas a aumentar la popularidad de sus prosumidores pone en cuestión la intencionalidad real de estas producciones y difumina su potencial de lucha (Caballero, Willem, Tortajada, 2017). A través de prácticas de autoficción cumplimos un doble objetivo; aumentar nuestra visibilidad y también a proyectar una cierta imagen deseada. Esta imagen se ve correspondida con el aplauso o los *likes* del público.

“La pasión, como el deseo, como la fe para quién la tiene, moviliza. La pérdida (de la pasión como de la fe) punza como el reverso del deseo” (Zafra, 2017, 28).

La sobreexhibición íntima esconde el peligro de convertir un material privado en una marca o un producto preparado para consumir. Sentimos placer al escuchar los testigos íntimos de los otros, del mismo modo que hay cierta tentación de fabricarse un personaje público a base de dosis constantes de experiencias íntimas (Sibila, 2008). La exhibición de este material privado suministra materia prima a la máquina del sistema. De hecho, los llamados youtuberos o influenciadores, rol que hoy en día se ha convertido en una profesión, idean sus contenidos en muchas ocasiones con la intención de que sean atractivos (Banet-Weiser, 2011) para así aumentar su número de seguidores. Esto implica que tanto los youtuberos, como las grandes corporaciones mediáticas como las propias marcas persigan relatos íntimos sabiendo la enorme audiencia que estos generan por su propio carácter “de secreto”, como desarrollaremos en el punto 9.

## 8.6. Batalla por la autenticidad

La autenticidad es uno de los valores al alza en las producciones digitales LGTBIQ+ (Caballero-Gálvez, Willem, Tortajada, 2017). En su análisis de la presentación de la persona en la vida cotidiana, Goffman (1983) considera que el sí mismo de los individuos cuando se presentan en público es el resultado de un proceso denominado manejo de impresiones a través del cual los sujetos tratan de

utilizar las impresiones que emiten o comunican a los otros en la situación de interacción, con la finalidad de que se formen una imagen del sí mismo, de su *yo* conforme a sus deseos.

Una de las impresiones más efectivas en el proceso de construcción del *yo* es la de la naturalidad. En efecto, uno de los resultados más valorados del manejo de las impresiones es el de transmitir a los otros que, así como me presento, así como me comporto en público, así es como yo soy naturalmente. La batalla por la autenticidad les impulsará a intentar mostrar cada vez un aspecto más singular y espontáneo, una carrera que en muchas ocasiones puede llevar a exagerar la propia dramaturgia de la escena. De hecho, estas producciones digitales se inscriben en una serie de discursos que premian “el exhibicionismo” y la revelación de secretos privados como se evidencia en las típicas frases que sitúan algunos de los relatos contemporáneos que más éxito de audiencia tienen. “Las cinco cosas que no sabías sobre mi” (boyd et al, 2006) sería un ejemplo paradigmático de esta afición por autodescribirse y generar así expectación mediática.

En esta línea, estas producciones digitales LGTBIQ+ tienen lugar en un contexto social donde prima la búsqueda del auténtico yo, donde aquella persona que se atreve es obsequiada con la admiración de los demás. Así pues, la carrera por construir una personalidad sana, sólida y exitosa -que sea admirada por los demás- también impulsa a realizar actos de exhibición pública, una forma más de obtener el reconocimiento social que anhelamos. Para Genz (2015), la autenticidad se acerca al concepto de marca propia, pues conecta el empoderamiento y el orgullo del colectivo LGTBIQ+ con la actividad de consumo.

## **9. Homonormatividad en las producciones culturales de las redes sociales**

Recientemente, diferentes autores (Valverde, 2006; Croce, 2015) han reflexionado sobre el proceso que ha llevado de una lucha política LGTBIQ+ por cuestionar los valores tradicionales a una creciente asimilación de estos a través de diferentes formas de la llamada homonormatividad. La homonormatividad o cishomonormatividad (Duggan, 2003) es un término que hace referencia a la asimilación de los ideales y construcciones heteronormativos en la cultura e identidad individual LGBTQ+. El activismo queer y también la academia han alertado del proceso de desactivación de las luchas LGTBIQ+ a través de la inclusión en la sociedad mainstream promovida por los contextos neoliberales (Enguix, 2019).

Las categorías heteronormativas se han infiltrado en la cultura LGTBIQ+ y por eso tiñen muchas de las producciones digitales alrededor del colectivo en cuestión. Vemos en Instagram o Tiktok parejas

de lesbianas con hijes en casas de lujo preciosas con piscina y perros, hijes pidiendo perdón a sus padres por no ser heterosexuales. Una estética que reproduce en gran medida las narrativas vinculadas a la familia nuclear tradicional y al éxito de clase. Los espacios y las puestas en escena inciden en los hogares, como sedes de lo privado, como espacios donde se cocina este proceso de transmisión de significados. Escenas de paternidades/maternidades armoniosas y un sentido de superación personal en hogares con una decoración de estilo escandinavo, desayunos con platos saludables y coloridos y niños vestidos de lino, que se suman a la mezcla con una brillante bandera del arcoíris. Hechos como la pandemia y el aislamiento de los jóvenes LGTBQ+ (Platero Méndez y López Sáez, 2020) también sitúan el espacio doméstico -oculto, semioculto pero visible gracias a las redes sociales- en un espacio central, donde se reproducen los valores que marcan la vida de los jóvenes y adolescentes. Los logros personales tanto en la vida personal como laboral se producen en el ámbito doméstico (Gorman-Murray y Nash, 2017). Después de una larga historia de represión y de, en muchos casos, aislamiento personal, las producciones digitales persiguen que esta autorrepresentación de la propia imagen convierta al colectivo LGTBIQ+ en seres “aceptables” y como buenos ciudadanos, buenos padres, buenos profesores y buenos políticos dentro del orden social ya existente (Brookes, 2009).

En esta carrera por la construcción de una autoimagen que proporcione cierta comodidad, las redes sociales se sitúan como un medio para la representación pública de “lo correcto”, hecho que favorece que la identidad personal y las historias de vida se conviertan en un artefacto estético y retórico pensado para la legitimación. Esta voluntad personal convive con un contexto neoliberal también de celebración del amor libre. Si somos libres para ser quiénes queremos ser, también somos libres para amar a quiénes queramos y tenemos libertad económica en un paisaje de libre mercado. La libertad se convierte en un eslogan tendencioso que esconde en muchas ocasiones una constante privatización de la lucha social y de los derechos LGTBIQ+. Estos mismos contextos neoliberales promueven la celebración de las identidades LGTBIQ+ vinculándolas a las desfiladas festivas y a cuestiones estéticas (Enguix, 2019) que se convertían en un atractivo turístico y de ocio en las ciudades donde tenían lugar y involucraban en muchas ocasiones a los consistorios, a los patronatos de turismo y a una buena lista de empresas interesadas en el ocio y el turismo.

“Las manifestaciones de 2005 en celebración del matrimonio, del EuroPride de 2007 y del WorldPride en 2017 convirtieron el Orgullo en lo que es hoy” (Enguix, 2019, 40)

## 9.1. Prescripción, *influencers* y marketing emocional

El hecho de mostrar la identidad LGTBIQ+ como una historia de vida de superación (Plummer, 1996), valentía y triunfo ha captado el interés de los publicistas, que buscan maneras de narrar atractivas y emocionales, en un panorama donde se difumina cada vez más la frontera entre las historias reales y las que persiguen difundir un mensaje vinculado a una marca.

Las historias individuales, con el propio brillo de las narrativas-imágenes y los eslóganes, pujan por sobresalir, en un contexto donde el reconocimiento se traduce en forma de *likes* y *followers*, así como también en un rendimiento monetario. En el caso de Instagram, esta mezcla entre los contenidos comerciales y personales es cada vez más evidente, puesto que los *influencers* se convierten en prescriptores de productos a través de incorporarlos en su estilo de vida (Sanz y Fernández, 2018). Si hay un colectivo especialmente vinculado con esta forma de proceder es el público joven, los denominados *millennials* (Ruiz Cartagena, 2017), que encuentran en el espacio digital la plataforma perfecta para dar a conocer sus conocimientos u opiniones al respecto de temas sobre los que se sienten legitimados.

En este caso, también las grandes corporaciones y administraciones, utilizan la imagen épica del colectivo LGTBIQ+ para mejorar su imagen social y vestirse con un traje amable. El *pinkwashing* (lavado rosa) es una maniobra de marketing con fines estratégicos que usan las empresas con el objetivo comercial o político de presentarse públicamente como espacios pro-derechos del colectivo LGTBIQ+. Su asociación simbólica persigue ofrecer una imagen amigable e inclusiva con las personas socialmente subalternizadas como la población LGTBIQ+ (Spade, 2015) para obtener beneficios políticos, sociales o económicos y mostrar una imagen de apertura hacia el colectivo. Estas estrategias comerciales, a menudo son catalogadas de superficiales ya que más que favorecer un cambio en los protocolos de la empresa, o una lucha activa contra la LGTBIQfobia, su intención es distraer la atención de aquellos aspectos agresivos y discriminadores del mercado capitalista -como los sueldos bajos, la discriminación de género o los despidos- a los que normalmente han sido vinculadas algunas empresas (Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020). Por otro lado, el *queerbaiting* (Ng, 2017) que se podría traducir como reclamo LGTBIQ+ o cebo *queer* es una técnica de mercadotecnia para atraer a la audiencia LGTBIQ+ o heteroaliados, ofreciendo contenido que les pueda resultar atractivo para el clic. Este recurso surgió y se ha popularizado a través de discusiones en *fandoms* de internet desde principios de la década de 2010.

Más que pensar en adquirir productos, pensamos en acumular más posesiones simbólicas, y parece que comprando la conseguimos. La búsqueda de la satisfacción emocional ha llegado a formar parte de nuestro discurso y de nuestro deseo de realización personal. El capitalismo ha transformado las

emociones en *commodities -emodities-* (Illouz, 2019). Así que compramos *commodities* no sólo por lo que hacen, sino por lo que significan o dicen de nosotros. Si el capital simbólico (Bourdieu, 1979) es exclusividad o singularidad, el *branding* o gestión de marcas, es crucial “dada la dificultad inherente en diferenciar productos que carecen de diferencias físicas” (Berry, 2000, p. 128). Esta asociación sirve para construir una imagen fuerte de marca, que sea identificable, recordada y valorada a través del tiempo (Fernández Cavia, 2009).

## 9.2. Desactivación de las luchas sociales

Esta visibilidad del colectivo a través de las redes sociales y la popularización de la imagen LGTBIQ+, como pasa con el feminismo, corre el riesgo de dejar la lucha colectiva y política en un segundo plano. Ya que son dos procesos que se dan de forma paralela pero que se afectan a través de sus respectivos capitales simbólicos.

Los derechos conseguidos en los últimos años y la institucionalización de los derechos civiles ha provocado que muchas personas del colectivo LGTBIQ+ se sientan satisfechas con los retos conseguidos, mientras otras, quizás de generaciones más jóvenes reclamen una igualdad que todavía no se ha conseguido, como la integración de la igualdad en todas las políticas, legislación y los programas de financiación de la UE, incluida la identidad o expresión de género y las características sexuales.

La legalización del matrimonio LGTBIQ+ a partir del 2003 en el Estado Español y paralelamente en muchos países occidentales significó que la representación LGTBIQ+ transformó unos individuos en lucha en los márgenes a miembros de respetables familias tradicionales (Valverde, 2006). El ciclo “from the street to the court” (Croce, 2018) resultó en tolerancia hacia las parejas respetables del mismo sexo y la promoción de sus identidades y uniones en las redes sociales (Gras-Velázquez, Maestre-Brotons, 2021). La Ley para la igualdad de las personas trans y para la garantía de los derechos LGTBIQ+, más conocida como Ley trans, se aprobó a lo largo de la elaboración de esta tesis doctoral, concretamente el 16 de febrero de 2023. La ley permitió la autodeterminación del género a partir de los 16 años, y prohibió las terapias de conversión. Fue aprobada en el Congreso de los Diputados con 191 votos a favor, 60 en contra y 91 abstenciones, tras un prolongado debate de más de medio año en el que grupos conservadores, sectores del feminismo transexcluyente y parte de la cúpula del PSOE —opuestos al principio de autodeterminación— se enfrentaron a fuerzas progresistas y pro-LGBTI, como relatamos en el caso de estudio 2.

En el estado español, actualmente conviven en el mismo espacio-tiempo ciudadanos directamente represaliados por las legislaciones del franquismo y el postfranquismo con los que vivieron el

progresivo desmantelamiento de unas legislaciones que habían desarrollado políticas de persecución pero que todavía sufrieron el abandono social y la falta de luz pública a sus identidades. Hasta bien entrado el siglo XXI aunque el panorama jurídico ya había dejado atrás ciertas formas de represión, la centralidad de la cultura de la cisheteronormatividad continuaba siendo una realidad dentro de los marcos progresistas. Los discursos sobre la diversidad y la luz pública sobre el colectivo se han dado, en parte, a través de la normalización inclusiva de los posicionamientos LGTBIQ+ como un conjunto de subjetividades discretas y discernibles que pasan a ser “aceptables” siempre y cuando se ajusten a ciertos modos de sujeción relacionados con construcciones sociales clave como la familia y la nación (Puar, 2018).

Al analizar el panorama actual del reconocimiento de las relaciones entre personas del mismo sexo, se constata un progreso considerable no sólo en el ámbito del matrimonio entre personas del mismo sexo, sino también en el de las formas alternativas de reconocimiento, incluidas las parejas de hecho, las uniones civiles y los beneficiarios recíprocos. Mariana Valverde reflexiona sobre la pareja respetable del mismo sexo (a la que ella asigna el acrónimo "RSSC"). Este modelo de pareja representa una nueva estructura institucional. Ella argumenta que, si el soldado medieval acusado de sodomía no era "un homosexual", como sostenía Foucault, también podemos argumentar que la pareja respetable del mismo sexo no son dos personas LGTBIQ+ sumadas (Valverde, 2006). Ella argumenta que el RSSC con préstamos bancarios, facturas de floristería, cuentas bancarias conjuntas, casas renovadas en el centro de la ciudad y preocupaciones por los familiares son las piezas que componen la nueva entidad post-gay, caracterizada por la mitigación del conflicto y la simpatía con el grupo dominante (Ghaziani, 2011). Parece que los logros legales suponen también una cierta institucionalización del movimiento que lo sitúa en un espacio “normalizado” que elimina la potencia (Croce, 2018). Valverde sugiere que las condiciones para el surgimiento de esta nueva entidad residen en la economía y la política neoliberales, en las prácticas de consumo que confieren identidad, en particular, así como en los esfuerzos de los activistas gays y lesbianas y de otras personas que desean vivir la vida de "la pareja respetable del mismo sexo". Siguiendo a Valverde (2006), también puede ser fructífero pensar más en cómo pueden cambiar otros regímenes de la vida social y cultural a medida que se evapora la división entre heterosexualidad y homosexualidad tal y como se ha solidificado en el derecho matrimonial, la economía y la cultura.

“En el campo educativo se impulsa mayoritariamente un proyecto de normalización que, desde una perspectiva liberal, insiste en la necesidad de elaborar un currículo que transmita valores como tolerancia, armonía y respeto a la diversidad cultural y sexual. Esta política pedagógica deja intactas las relaciones de poder que están en la base de la producción de las diferencias. La tolerancia implica superioridad, relaciones jerárquicas (alguien tolera y alguien es tolerada/o); por eso, las diferencias

deben ser permanentemente puestas en cuestión, sometidas al escrutinio de la mirada crítica para develar las relaciones de poder que las producen” (flores, 2008)

De este modo, en las redes sociales proliferan las narrativas asimilacionistas donde se celebran las uniones monógamas basadas en el amor romántico, la escenificación del matrimonio como gran fiesta social, en detrimento de otras fórmulas de vínculos o sexualidad más dispersos o combativos y, tradicionalmente, invisibilizados por quedar ocultos en estructuras no reconocibles. El éxito vital o el fracaso se rige por el cumplimiento o no con estos imperativos, y también, con la necesidad de mostrarlos para que quede un testimonio palpable de que efectivamente ocurrieron. Así pues, existe un cierto proceso de legitimación mediante el cual las políticas heteronormativas afectan y se camuflan en la cultura LGTBQ+ para hacerla cada vez más blanda, más amable y menos crítica.

De hecho, la homonormatividad es un concepto que guarda muchas similitudes con otras fórmulas de desactivación de las luchas sociales. La autora Jasbir Puar (2004) introduce el concepto de homonacionalismo para hablar de aquel sentimiento de superioridad que tienen algunos países para demostrar que respetan unos valores superiores. Países que promueven las libertades más que otros menos desarrollados. Estos estados se presentan como una ficción de la modernidad, de superioridad a los territorios que albergan cuerpos blancos LGTBQ+. Esto también implica la promoción de un mercado, la promoción del *pinkwashing*; es decir, la promoción de todo un sistema capitalista de consumo a partir de la idea de los valores humanos LGTBQ+.

Así pues, en un marco neoliberal donde se incorporan las luchas, se promueve más que la reivindicación colectiva, la marca personal. Las narrativas en las redes sociales se convierten en mecanismos que individualizan la lucha, y buscan el reconocimiento individual de unas vidas que, lejos de la infamia del pasado, ahora sí, son legítimas y respetables, incluso ofrecen la superioridad moral de haber logrado vencer una adversidad. Así, relatos individuales por la diversidad sexual y de género pugnan por posicionarse públicamente sin quedar demasiado clara cuál es la voluntad última de su visibilidad, si la reivindicación de los derechos LGTBQ+ o la voluntad de demostrar el logro de la superación personal y la consecución de la tan ansiada felicidad permanente. El concepto de la felicidad se ha transformado radicalmente. Las redes potencian que esta esté determinada por la voluntad, como el resultado de controlar nuestra fuerza interior y nuestro auténtico yo, como el único objetivo que hace que la vida merezca ser vivida. Vivimos en una *happycracia* en que la felicidad está relacionada con lo que es un buen ciudadano (Cabanas, Illouz, 2019). Si el amor heterosexual suponía la posibilidad de un final feliz (Ahmed, 2019), ahora el amor homosexual también. Según Ahmed (2019), la idea de que la desviación trae infelicidad cumple una importante función como promesa perversa (si haces esto, te pasará aquello), y constituye al mismo tiempo una amenaza (¡así

que ni se te ocurra hacerlo!). Los guiones de felicidad hacen sentir su influencia, aunque nos rehusamos a seguirlos. Los guiones de felicidad nos alientan a evitar las infelices consecuencias de la desviación por medio de la explicitación de tales consecuencias.

### 9.3. Imperativo de la autorrealización

En el contexto de la cultura digital, la autorrealización se subordina a la conquista de la identidad (Espluga, 2021). Así, los discursos del coaching empresarial y autoemprendimiento feliz han penetrado en todas las esferas del mundo laboral y, todavía más, de cómo se han erigido como una tecnología del yo que funciona también -y sobre todo- fuera del mundo laboral. En este contexto neoliberal, del *si quieres puedes*, es habitual preguntarnos ¿Quién queremos ser en la vida? Ante esta pregunta, las personas emprendemos la tarea de identificar quiénes somos y separarnos así de las identidades que no nos representan.

“Bajo el neoliberalismo, las personas no existimos sino como un proyecto de perfeccionamiento infinito, y nuestro estar en el mundo se ha convertido en una forma de autoproducción constante. La vida biológica se redefine como pura pulsión de rendimiento: ser (uno mismo) es optimizar (se)” (Espluga, 2021, 79).

Así, el acto retórico que en principio nos tenía que situar en proyecto político colectivo, se convierte en un acto de reafirmación personal individual encaminado a la propia visibilidad. Una voluntad que conecta con la mentalidad de una época basada en el desarrollo personal. “El nuevo plan de vida incluye un compromiso con el crecimiento personal, un repensar y reconstruir el pasado y el reconocimiento del riesgo” (Giddens, 1991, 217).

Además, en una vida conectada hay recursos para crear como práctica habitual y conseguir con ella una remuneración o una vida emancipada (Zafra, 2017) hecho que supone en muchas ocasiones que las fronteras entre la necesidad expresiva y la necesidad de generar contenidos para poder aumentar la audiencia y así los réditos económicos sea muy difusa.

“Las economías neoliberales y sus micropolíticas, que actúan sobre nuestra subjetividad, se afanan por volver rentable todo aspecto de la vida” (flores, 202, 118).

No podemos olvidar que la heteronorma actúa como un espacio también de reposo, donde la forma de un cuerpo tradicionalmente considerado “inadecuado” parece encajar con el entorno, con los espacios y los objetos que allí se dan. Porque nuestros cuerpos en cierta manera ya tomaron la forma del mundo (Ahmed, 2019). En muchos casos encontrar nuestro camino responde a alejarse del camino marcado o de encontrar cierta “orientación” en algunos de los modelos instalados de la heteronorma.

Y es que *lo normativo* no es otra cosa que la repetición de ciertas acciones corporales a lo largo del tiempo, y, por tanto, la construcción de un sistema de significados estable en una determinada sociedad. La negociación entre la representación de una identidad nueva, o considerada disruptiva en el escenario donde se produce, y la aceptación de la misma en el engranaje social, promueve ciertas estrategias de *normalización* que se van afianzando en el sistema de pensamiento y consumo del mundo capitalista. El mundo capitalista genera un constante mecanismo de normalización que domestica las fórmulas que en un primer momento se presentaban como disruptivas. Actualmente el imperativo de la autorrealización se enfoca en una óptica individualista que está muy relacionada con el placer propio y el hedonismo, fórmulas que encajan bien con la lógica de consumo neoliberal.

# Capítulo 5. Resultados

# 1. Introducción

En el primer estudio de caso, expongo mis primeras inquietudes sobre la cuestión de la verbalización de la identidad en el contexto familiar. De hecho, es un aporte que forma parte de la primera etapa de investigación doctoral en la que mi objetivo era realizar una tesis monográfica sobre los *coming out* vídeos. En este artículo, me centré en el momento crítico en que se ponen en juego los valores heterosexuales y, por tanto, la validación de la propia institución familiar, a través del acto del *coming out*. Elijo YouTube para profundizar sobre un subgénero documental que tuvo el origen en esta red social y que ha sido reconocido tanto en los medios de comunicación como en la academia (Lancaster, 1996; Gray, 2009; Alexander; Losh, 2010; Wuest, 2014; Raun, 2016; Lovelock, 2019; Doyle y Campbell, 2020). Este estudio de caso representa el origen de mi investigación y se desarrolla en distintas fases entre 2020 y 2024.

En el segundo estudio de caso continuamos explorando las subjetividades digitales a través de las biografías, inmersas en las convenciones narrativas de una cultura y de una época (Plummer, 1995), contribuyen a vincular las acciones humanas con historias socialmente comprensibles (Polkinghorne, 1988; Butler, 1991). Los relatos biográficos LGTBIQ+ en España han vivido en los últimos cuarenta años una rápida transformación. De una construcción biográfica LGTBIQ+ hecha a través del control social en forma de expedientes policiales durante la dictadura y postdictadura, a la eclosión de las llamadas narrativas del *self* (Ellis, 1991), *mysteries* (Ulmer; Koro-Ljungberg, 2015) o ‘autoetnografía’ en las redes sociales. Internet ha supuesto para las personas LGTBIQ+ una oportunidad de generar y desarrollar un yo consistente (Beck; Beck-Gernsheim, 2003) al mismo tiempo que se ha puesto de manifiesto su significación política (De Ridder; Van Bauwel, 2015) en un contexto social donde la identidad LGTBIQ+ es plenamente legal pero se inscribe todavía en un contexto social heteronormativo (Butler 1991; Santore 2011). Tomando como casos de estudio las cuentas de *Elsa Ruiz Cómica* y *Dulceida* pretendemos explorar el momento histórico en el que se emancipa el relato autobiográfico LGTBIQ+ digital en España. Este estudio de caso fue redactado entre 2022 y 2023 con la colaboración de Iolanda Tortajada Giménez y Cilia Willem. El día 4 de julio de 2024 fue aceptado con modificaciones leves para su publicación en la revista *Política y Sociedad* de la Universidad Complutense de Madrid.

En el tercer estudio de caso, la idea es abordar las subjetividades LGTBIQ+ a partir de la reapropiación del insulto en las redes sociales. Insultos tradicionalmente usados en modo despectivo como “marica” o “bollera”, son empleados ahora por el propio colectivo gay y lésbico respectivamente para autodenominarse con un matiz que aporta radicalidad a la lucha social y lo vincula también con la lucha anticapitalista. Lo mismo sucedió con el triángulo rosa invertido, usado

por los nazis para señalar las personas homosexuales y, convertido en un símbolo del colectivo a partir de la década de los 70 (Plant, 2000). Así, exploramos las subversiones y apropiaciones que se han producido en las redes sociales a través del análisis de los debates sobre el caso Gaysper. Este estudio de caso fue redactado en otoño de 2019 e invierno de 2020 junto con Iolanda Tortajada Giménez y Antonio A. Caballero Gálvez. Se publicó en 2021 en un Monográfico titulado *Feminismo, misoginia y redes sociales* en la revista *Investigaciones Feministas* (ISSN-e: 2171-6080) de la Universidad Complutense de Madrid.

En el cuarto estudio de caso exploramos cómo la representación de la identidad LGTBIQ+ se ha convertido en un valor al alza en las redes sociales. Las marcas comerciales aprovechan las fechas como el Día del Orgullo LGTBIQ+ para representar su apoyo a la diversidad con distintas campañas vinculadas sobre todo con el público juvenil. La reivindicación de esta identidad por parte de *influencers* en internet ha seducido a las empresas que buscan asociarlo a una serie de valores como la libertad o la autorrealización en una clara estrategia de *pinkwashing*. Este estudio de caso fue redactado en junio y julio de 2022 junto a Inmaculada J. Martínez y Alejandra Hernández Ruiz y publicado en otoño de 2022 en el libro colectivo *Feminismos, violencias y redes sociales. Prácticas y estrategias iberoamericanas contra los discursos del odio en las redes sociales* editado por Inmaculada Postigo Gómez, Teresa Vera Balanza y Ruth de Frutos García.

## **2. Estudio de caso 1**

# *Coming out* juvenil en YouTube y la presunción de heterosexualidad en el contexto familiar

## Resumen

La presunción de heterosexualidad (Rubin, 1975), como eje de la familia nuclear, marca el tránsito a la vida adulta y la reproducción de los códigos de conducta aprendidos. De hecho, la heteronormatividad se vuelve el valor que liga lo familiar con lo global (Ahmed, 2004) en los procesos de transmisión de valores. En este artículo, nos centramos en el análisis del diálogo de los *coming out videos* (Doyle and Campbell, 2020) y entrevistas (Machin, 2002) a los autores de cinco de estos vídeos (Alexander y Losh, 2010; Cover, 2013) de YouTube en que los jóvenes LGTBQ+ salen del armario en directo frente a sus progenitores. Este acto performativo en el espacio doméstico, que va de lo íntimo a lo político, señala cómo se articula el deseo de homonormalización en un espacio regulador heteropatriarcal (Wetson, 1991, Roudinesco, 2004). En este contexto, la comunidad digital supone una nueva oportunidad de apoyo afectivo y emocional y abre una nueva perspectiva a la gestión de los afectos en espacios seguros (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015) y con parentescos elegidos.

**Palabras clave:** salir del armario; vídeo, familia; heterosexualidad; jóvenes; YouTube.

## Abstract

The presumption of heterosexuality (Rubin, 1975), as the axis of the nuclear family, marks the transition to adult life and the reproduction of learned codes of conduct. In fact, heteronormativity

becomes the value that links the familiar with the global (Ahmed, 2004) in value transmission processes. In this article, we focus on discourse analysis (Doyle and Campbell, 2020) and interviews (Machin, 2002) with the authors of five *coming out videos* (Alexander and Losh, 2010; Cover, 2013) on YouTube in which young people LGTBIQ+ come out of the closet live in front of their parents. This performative act in the domestic space, which goes from the intimate to the political, indicates how the desire for homonormalization is articulated in a heteropatriarchal regulatory space (Wetson, 1991, Roudinesco, 2004). In this context, the digital community represents a new opportunity for affective and emotional support and opens a new perspective for the management of affections in safe spaces (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015) and with chosen kinships.

**Keywords:** coming out; video; family; heterosexuality; youth; Youtube.

## 1. Introducción

La plataforma YouTube ha dado origen al fenómeno de los *coming out videos*, en que jóvenes de todo el mundo utilizan esta red social (Strangelove, 2010) para compartir sus historias de vida sobre el acto de hacer pública su orientación sexual. Este fenómeno ha propiciado que miles de personas en diferentes plataformas y redes sociales compartan sus vivencias y motiven a otros públicos a visibilizar este momento. Estos vídeos de autoproducción nos permiten acceder de manera abierta a los diálogos de estos jóvenes con sus progenitores y, por tanto, asistimos de primera mano a un registro de una conversación que se ha dado tradicionalmente en la opacidad del ámbito doméstico. La salida del armario ante los progenitores o las figuras de apego ha sido una conversación habitualmente oculta que pocas veces se ha socializado en el seno de una comunidad política mayor. Internet ha supuesto una ventana abierta a esta negociación de significados donde entran en juego las emociones vinculadas a la necesidad de pertenencia a un núcleo afectivo.

El documental *Out* (Parrot, 2018) me puso en alerta de este fenómeno en las redes sociales y de este conjunto de historias grabadas con medios caseros donde se observaban las diferentes reacciones -des de la violencia a la indiferencia o la integración- de los familiares al hecho de salir del armario. En un contexto de riesgo, donde el miedo a no encajar y el autoodio ha impulsado a muchos jóvenes a quitarse la vida o vivir experiencias de marginación social -muchos cuentan que rezaban por las noches para que a la mañana siguiente pudieran ser normales- es necesario señalar estos diálogos

como un espacio óptimo para la negociación identitaria. El género del *coming out* pone evidencia la prevalencia de la heteronorma y cómo los actos cotidianos actúan como frenos o reproductores a las historias de vida no heterosexuales (Ahmed, 2019).

## 1. Marco teórico

### 1.1. La performatividad de la identidad en los contextos heteronormativos

El acto de salir del armario -*coming out* en inglés- representa en las subjetividades de muchas personas LGTBIQ+ un momento crítico (Thomson; Bell; Holland; Henderson, 2002) en que se produce una enunciación donde se manifiestan emociones como el miedo o la liberación tras la verbalización de lo que hasta ahora no había podido ser nombrado. Llamarse o identificarse como LGTBIQ+ constituye la adopción de una nueva identidad (Butler, 1991) que pugna por ser comunicada. Es un acto performativo (Foucault, 2014), en que a través de un elemento retórico se genera una revelación en un contexto donde se intuye que es necesario expresarlo ya que existe una presunción de heterosexualidad (Rubin, 1985). Val flores (2008) lo define como una experiencia vital de la disidencia sexual, que los diversos discursos sociales no han considerado relevante.

El episodio de salir del armario en el contexto de las familias de origen ha sido históricamente, para muchas generaciones, uno de los momentos de más intensidad emocional en las historias de vida de las personas no heterosexuales (Weston, 1997) según explican las personas LGTBIQ+ en sus relatos autobiográficos (Plummer, 1994). En esta transmisión de las subjetividades LGTBIQ+ se combina el miedo a no ser aceptado con la necesidad de expresar y reivindicar una identidad personal que no coincide con los preceptos culturales que se presuponen. Un acto íntimo y solitario que se hace público en este contexto primario y que tendrá un impacto político (Bernstein; Reiman, 2001) ya que, en muchos casos, supone un punto de inflexión vital.

El valor de la heterosexualidad, como eje de la estructura familiar, define todavía nuestro tránsito a la vida adulta y la reproducción de los códigos de conducta aprendidos. De hecho, la heterosexualidad obligatoria se vuelve el factor que liga lo familiar con lo global (Ahmed, 2004). La familia -entendida en el sentido clásico e intencionado del parentesco sanguíneo- ha sido tradicionalmente el espacio donde se ha dado la trasmisión de valores a través de un pensamiento hegemónico que interiorizamos como un ideal de vida (Chasseguet-Smirgel, 1991). Así, cuando esta transmisión está vinculada a unos lazos de afecto, protección y pertenencia, el cuestionamiento de esta creencia, o valor hegemónico, puede suponer un riesgo a la pérdida de este apoyo íntimo. Los jóvenes LGTBIQ+ se

ven ante la disyuntiva de poner en duda esta presunción, interfiriendo así, en la expectativa de los progenitores.

La carga emocional de la salida del armario es una experiencia física que podemos etiquetar como de ansiedad, de miedo a perder el control, de estar siempre alerta ante el peligro o la incapacidad de abrir nuestro corazón a otro ser humano. Estas narrativas afectivas consolidan y fijan los valores a través de procesos que están más vinculados a las emociones y sensaciones corporales (van der Kolk, 2014) que se dan entre los cuerpos que a un proceso racional (Atlas, 2022). Teniendo en cuenta que, en la mayoría de los países del mundo, más del 90% de la población ve “natural” que los hijos amen a los padres y madres independientemente de cuál sea la actitud de éstos hacia ellos (Riera, 2019), el terror a decepcionarlos o a causarles dolor marca el tránsito de esta autoafirmación. Incluso en personas LGTBIQ+ con una identidad social cohesionada, el ámbito familiar continúa siendo un espacio de tensión donde se tiene la habitual sensación de no ser suficientemente adecuada.

Desde las teorías queer, se está cuestionando también la obligatoriedad de salir del armario (Trujillo, 2022) y que este hecho represente verdaderamente un acto emancipador. Según las pedagogías queer, más que reforzar el *out and proud* -fuera y orgullosos-, la idea sería favorecer múltiples identificaciones que no tengan que corresponder necesariamente a la asimilación del discurso de corte liberal que persigue una identificación cerrada con el fin de normalizar las identidades LGTBIQ+. Identificaciones que supongan la apertura a nuevas maneras de existir i de organizarse colectivamente. Recientemente, diferentes autores (Valverde, 2008; Croce, 2015) han reflexionado sobre el proceso que ha llevado la lucha política LGTBIQ+ a una creciente asimilación de estos a través de diferentes formas de “homonormatividad” que buscan desactivar el carácter subversivo del movimiento y, en cambio, contribuyen a reforzar un contexto neoliberal en un marco cada vez más individualista, en el cual la homonormatividad se produce y responde en el ámbito doméstico (Gorman-Murray, 2017).

## **1.2. El *coming out* en los espacios cotidianos**

La tecnología y las redes sociales nos sitúan ante la posibilidad de poder grabar momentos fortuitos de la vida cotidiana que antes estaban destinados a la intimidad del espacio doméstico y que ahora, a través de las redes sociales, pasan a ser públicos (Strangelove, 2010). La democratización y el acceso a la tecnología de grabación, así como la ventana abierta a la distribución de este material permite que los usuarios puedan ser emisores y receptores de los distintos contenidos. Así, los espacios cotidianos se convierten en escenarios y los interlocutores en coprotagonistas del diálogo. Las piezas *amateurs* (Zimmerman, 1995) que eran calificadas como poco interesantes para el análisis, revelan muchos aspectos de la vida social de una época, ya que ponen en juego los valores morales. Los

lugares en los que se desarrolla nuestra vida están llenos de inscripciones morales. Los jóvenes experimentan adultismo y presión para seguir las expectativas familiares cisheteronormativas. El poder adulto y el dominio cisheterosexual se combinan y se convierten en rechazo, violencias, invalidación. (Pascual-Bordas, 2024). El hecho de que los jóvenes decidan instalar su dispositivo móvil en estos espacios es una manera de visibilizar un territorio tradicionalmente opaco al que ellos ponen luz a través de su dispositivo.

De esta manera, *los coming out videos* explicitan, de una manera más evidente que otros productos audiovisuales, de una subjetividad política, estética y retórica de la época contemporánea. Se convierten en *encuadres* o *frames* (Goffman, 1964) que, en definitiva, no son otra cosa que construcciones de la realidad que se articulan entre sí y que adquieren sentido al relacionarse unas con otras. La noción de *frame* —que también se podría traducir como *marco*—se vuelven independientes de las intenciones individuales, se articulan entre sí y se pueden engranar y clasificar.

Este artículo aborda esta acción retórica a través de los registros audiovisuales de los llamados *coming out videos* de YouTube, un género documental que tuvo el origen en YouTube y que ha sido tratado tanto en los medios de comunicación como en la academia (Alexander; Losh, 2010; Wuest, 2014; Raun, 2016; Lovelock, 2019; Doyle y Campbell, 2020). Así, hablar de *coming out videos* nos sitúa frente a una nueva categoría audiovisual que nace de la hibridación de formatos y prácticas en la sociedad red. Estas prácticas digitales nos permiten acceder a un conjunto de discursos e interacciones que proporcionan una gran cantidad de información sobre la creación de significado en un contexto contemporáneo. Como apunta Ardèvol (2012), internet constituye también un campo de estudio ‘etnográfico’.

Alexander y Losh (2010) en uno de los primeros artículos académicos sobre este fenómeno “*A YouTube of One’s Own?: “Coming Out” Videos as Rhetorical Action* los define como formatos audiovisuales «de naturaleza retórica, ya que contienen la presencia de un destinatario; están orientados a un acto discursivo transformador, responden a discursos sobre construcción de comunidad, y reconocen ambigüedades en la construcción del género, la sexualidad y la orientación sexual». (2010, 48)

Una de las características de los productos de YouTube es su “carácter de diálogo” (Strangelove, 2010) ya que está basado en un intercambio de testimonios y experiencias que después se extienden a través de los comentarios de los seguidores o de las comparticiones generadas en la red. Así, estas producciones digitales están relacionadas con las técnicas y estéticas de la autorrepresentación en dicha plataforma (Lovelock, 2019) pionera al mismo tiempo en generar personas-marca a través de potenciar una historia de vida de superación marcada por un halo de autenticidad. De esta manera,

los *coming out* de YouTube han sufrido un proceso de homogeneización que los ha unificado en estructuras y narraciones similares (Burgess; Green, 2009). En el caso de las redes sociales, la presencia de *coming out* creados en diferentes puntos de la geografía mundial favorece que muchas prácticas de la red viajen rápidamente de un continente a otro e impacten en sociedades que antes se regían por unas corporaciones de comunicación propias. El fenómeno de los *coming out videos*, que tiene lugar en todos los continentes ha sufrido este efecto “contagio” que produce millones de formatos replicados y que se extiende desde el ámbito local a lo global. La globalidad nos recuerda el hecho de que, a partir de ahora, nada de los que ocurra en nuestro planeta podrá ser un hecho localmente delimitado (Beck, 1998).

De hecho, los youtuberos empiezan la grabación diciendo que tienen un secreto, o algo que confesar e inician un monólogo o un diálogo que supondrá un repaso y evaluación de muchos episodios importantes de su vida. Este autor nos abre una vía a pensar que el secreto del sexo forma parte de la mecánica misma de las incitaciones: una manera de dar forma a la exigencia de hablar, una fábula indispensable para la economía indefinidamente proliferante del discurso sobre el sexo. Lo propio de las sociedades modernas no es que hayan obligado al sexo a permanecer en la sombra, sino que ellas se hayan destinado a hablar del sexo siempre, haciéndolo valer, poniéndolo de relieve como el secreto (Foucault, 1976).

Aunque las producciones de *coming out videos* tienen su origen en los Estados Unidos, y la creación de vídeos está marcada por el acceso a la tecnología que continúa siendo mayoritariamente de personas cis y blancas, el deseo de salir del armario públicamente ha dado la vuelta al mundo y estos contenidos han ido proliferando de norte a sur y de este a oeste, formando una gran comunidad virtual de experiencias compartidas. En el año 2018, según estadísticas de la plataforma de YouTube, más del 50% de dichas producciones ya eran de habla no inglesa (Bulbul, 2018), aunque continuaban sin hacer muchas referencias al contexto local y geopolítico desde donde se estaban generando.

En estas producciones proliferan los vídeos en que los jóvenes invitan a escena a sus progenitores como coprotagonistas del relato que se disponen a grabar. De esta manera, tenemos por primera vez un registro de esta conversación y, por tanto, de las estrategias de transmisión intergeneracional de la heteronormatividad en los espacios que antes quedaban opacos. Así, la performatividad de las identidades y el género es llevada a la práctica y corporizada (Butler, 1993; Cover; Prosser, 2013), un acto que introduce una palanca disruptiva en la presunción de “heterosexualidad obligatoria” (Rubin, 1975) o el “esencialismo sexual” (Rubin, 1984), precursores de la llamada heteronormatividad (Jackson, 1998). Desde esta perspectiva, el momento de salir del armario no

significa solamente verbalizar una identidad, sino que la construye y la hace real a través del propio discurso (Sedgwick, 1990).

La resolución del trauma implica recuperar la sensación de agencia después de un período en que se revisa y se reconoce el daño sufrido y se restaura la sensación de víctima para convertirse en un superviviente. En estos casos, hablar sobre uno mismo en las redes sociales sirve para reelaborar el discurso, reconocer el daño sufrido y, de esta manera, desactivar el trauma potencial. Podríamos traducirlo en una sensación de volver a sentirnos bajo control, y, por tanto, implica también una sensación corporal de estar en nuestro cuerpo, de poder respirar completamente y acceder a nuestras sensaciones interiores (Van der Kolk, 2014). La resolución del trauma supone superar la disociación entre lo que se siente y lo que se debe representar. En lugar de estar “fuera del cuerpo” y desaparecer”, la presencia en las redes sociales otorga volver a conseguir una sensación de integración.

El colectivo LGTBIQ+ siempre ha encontrado en las representaciones culturales o mediáticas un potencial remedio a su marginalización y fragmentación. Tener una buena red de apoyo digital, como ocurre en el mundo offline, constituye la protección más poderosa contra la soledad y el malestar.

## 2. Metodología

A través de los *coming out videos* trataremos los mecanismos mediante los cuales la presunción de heterosexualidad (Rubin, 1984) moldea lo que es posible que hagan los cuerpos y les obliga a posicionarse ante unas normas que estructuran la herencia familiar y que se han repetido a lo largo del tiempo en distintas sociedades (Ahmed, 2004). Nuestro punto de partida es considerar que los *coming out videos* donde tiene lugar un diálogo entre progenitores y hijos son un recurso óptimo para analizar:

- La autonarración como elemento político (Plummer, 1994; Alexander y Losh; 2010; Strangelove, 2010; Cover, 2013)
- La gestión de los afectos y la negociación cultural de la heterosexualidad obligatoria con los progenitores (Rubin, 1984; Roudinesco, 2004; Ahmed, 2014)
- La construcción de comunidades de apoyo en las redes sociales (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015)

La aproximación cualitativa representa una perspectiva adecuada para avanzar en conseguir puntos de vista más profundos sobre las vivencias de los jóvenes LGTBIQ+ y sus experiencias relacionales

en el marco familiar. Tal como apuntaba Ardèvol (2012), internet, como el cine o la televisión, es un espacio óptimo para proceder a investigaciones de corte sociológico a partir de la información ‘etnográfica’ que nos proporcionan las imágenes, totalmente legítimas desde un punto de vista social y cultural.

La metodología de este artículo se basa en un análisis crítico de las escenas y los diálogos que se dan en esta conversación de *coming out* grabada entre progenitores e hijos (Doyle and Campbell, 2020) y las entrevistas en profundidad (Machin, 2002) a sus protagonistas para recabar información sobre cómo vivieron este momento y su salida del armario ante sus padres o madres. Por eso, hemos considerado delimitar una muestra corta pero suficientemente representativa para el análisis, como detallamos a continuación.

Se ha realizado un muestreo intencional a partir de los motores de búsqueda de YouTube a través del concepto #comingout que aparece tanto en las etiquetas como en los títulos de los vídeos. Esta búsqueda ha supuesto algunas limitaciones para conseguir el acceso a estos vídeos, muchas veces irrecuperables debido a los algoritmos de la red social en cuestión, que tienden a priorizar la visibilización de material de procedencia estadounidense. Para evitar este sesgo, también realizamos este rastreo a través de otras plataformas online, como Google, utilizando las palabras clave *coming out video*; *coming out*; *coming out to my parents*; *coming out to my mum*; *coming out to my father*; *coming out live* y alternando diferentes idiomas como el francés, el castellano o el italiano. La búsqueda se ha limitado a aquellos vídeos producidos por youtuberos jóvenes, de 17 a 30 años para configurar una muestra representativa que recoge: la presencia del padre o la madre en escena; que exista una conversación entre jóvenes y adultos; que no responda a un vídeo profesional y que busque rédito comercial; que sea representativo de diferentes identidades de género LGTBIQ+; que tenga, en la medida de lo posible, un enfoque interseccional que contemple procedencias de distintos países con marcos sociales y políticos diferentes.

Así, y después de la revisión de más de 300 *coming out* videos producidos entre 2009 y 2020, hemos escogido para el análisis los casos de Gominuke (España); Marlon Trujillo (México); Casey Denelauser (Estados Unidos); Silvia Olivier (Italia); y Moa (Japón). Las cinco piezas *coming out* analizadas – Georgia Elliot -alias Gominuke- *La meva sortida de l'armari* (199.050 visualizaciones); Marlon Trujillo *Saliendo del closet con mi mamá* (119.144 visualizaciones); Casey Denelauser *Coming out to my father* (151.958 visualizaciones); Silvia Olivier *Ciao mamma! Sono gay!* (284.854 visualizaciones); Moa *Coming out to dad | This is dad's reaction* (2.754.904 visualizaciones) – constituyen un segmento limitado de toda la producción existente, pero son muy útiles para abordar en profundidad los diferentes aspectos que orientaran el análisis cualitativo como: los escenarios

cotidianos donde se desarrolla el *coming out* y la planificación de formato (Strangelove, 2010); el análisis crítico de la interacción entre las figuras paternas y maternas y los hijos según los supuestos de la heteronormatividad (Raun, 2016; Lovelock, 2019); y finalmente cómo este diálogo aporta claves sobre el apego familiar y la búsqueda de aceptación (Foucault, 1981; Rubin, 1984; Bowlby, 1988; Plummer, 1995; Roudinesco, 2004) y la posibilidad de que éste actúe como agente facilitador o represor de la continuidad o ruptura con la presunción de heterosexualidad en el contexto familiar.

Las visualizaciones de los vídeos de YouTube se complementan con entrevistas en profundidad (Machin, 2002) y semiestructuradas (SSI) realizadas a lo largo de 2021 a los youtuberos analizados. Las entrevistas se concertaron después de analizar y seleccionar algunos de los *coming out videos* que parecían más adecuados para encarar la investigación. De hecho, en este sentido, observamos una cierta dificultad metodológica, ya que no siempre es fácil localizar a los youtuberos -ya que a menudo utilizan *nicknames* que pueden ser ficticios y en la página de YouTube puede no constar sus datos de contacto-. Las entrevistas combinan preguntas cerradas y abiertas, transcurriendo como una conversación espontánea donde se persigue comprender cómo interpretan los protagonistas su salida del armario, su decisión de grabarla en vivo y de difundir este momento en la red YouTube. La ventaja más importante de las entrevistas en profundidad es que nos permiten superar la superficie y movernos entre las sensaciones y emociones que provoca este momento crítico. Además, el hecho de que los informantes se sientan involucrados con el carácter político de la investigación favorece la discusión de los planteamientos.

<b>Paradigma</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Participantes</b>
Análisis crítico de los diálogos (Doyle and Campbell, 2020)	Análisis de los diálogos de los vídeos (AD1, AD2, AD3, AD4, AD5)	Cinco vídeos del YouTube
Interpretación crítica (Machin, 2002)	Entrevistas semiestructuradas en profundidad (SSI1, SSI2, SSI3, SSI4, SSI5)	Cinco entrevistas a youtuberos

Nombre Youtubero	Identificación en el diálogo	Identificación en la entrevista
Georgia Elliot (Gominuke)	AD1	SSI1
Marlon Trujillo	AD2	SSI2
Casey Denelauser	AD3	SSI3
Silvia Olivier	AD4	SSI4
Moa	AD5	SSI5

Fuente: elaboración propia

### 3. Resultados

#### 3.1. La autonarración como elemento político

La plataforma de YouTube es una red social óptima para la difusión de historias de vida personales donde, el *coming out* representa un acto retórico paradigmático en que una conversación íntima pasa a ser pública a través de un formato audiovisual (Sibilia, 2008; Doyle; Campbell, 2020). Así, las subjetividades LGTBIQ+ llegan de muchos contextos y orígenes diferentes. Surgen en diferentes partes del planeta y comparten unos mismos dispositivos técnicos, hecho que favorece un ensamblaje cultural global compuesto de millones de caras, idiomas y mensajes. Esta globalización digital y tecnológica promueve que podamos conocer historias de vida generadas en distintos contextos y que personas con subjetividades o luchas compartidas puedan conectarse de manera instantánea (Beck, 1998). En los *coming out videos* que analizamos de YouTube un hecho destacable es que los *coming out* representan la expresión de un momento íntimo que se convierte en político, así pues, la narración es autobiográfica.

De hecho, para hablar de *salir del armario* un elemento imprescindible es que debe ser uno mismo quién emita este mensaje, es decir, uno mismo tiene que reconocer la autoría de esta declaración (Wetson, 1998). De hecho, el formato audiovisual está vinculado a una subjetividad donde generalmente se incluyen elementos comunes en dichas historias de vida que culminan con un *coming out*: referencias al pasado y el origen de la identificación como LGTBIQ+; los momentos de sufrimiento; la catarsis y finalmente la aceptación de una nueva identidad (Class, 1975; Plummer, 1994). En este artículo, el interés recae en la interacción con las figuras maternas y paternas, ya

que identifico esta interlocución cómo una performatividad que cuestiona la presunción de heterosexualidad en el contexto familiar.

«Marlon: Mami, estuve 17 años de mi vida esperando este día. Y tranquila que todo está bien conmigo, sólo que he decidido amar. Mami, soy gay.

Madre de Marlon: ¿Y qué me ibas a decir?

Marlon: Eso.

Madre de Marlon: No pasa nada mi amor.

Marlon: Ay, es muy difícil para mí.

Madre de Marlon: ¿Por qué es difícil? ¿Te digo una cosa? Yo ya lo esperaba. Yo ya lo sabía, nada más estaba esperando a que tú me lo dijeras. Y todo tiene su momento.

Marlon: Te lo digo ahora no porque sea un momento de vulnerabilidad, sino porque me siento más fuerte» (AD2).

En la misma línea que supone la confesión, expresan la dificultad para afrontar en solitario este momento concreto de sus vidas donde dejarán de tener la identidad que se les presupone y se definirán como parte de una nueva identidad LGTBIQ+. En este sentido, como expresa Marlon, esta declaración se produce en el momento que ha conseguido reunir suficientes fuerzas para expresarse abiertamente. Esta exposición pública ha significado una verdadera revolución contemporánea, pero sigue implicando un riesgo para aquellos que deciden poner su experiencia al servicio. De hecho, si sigue siendo un acto político es porque la persona que lo verbaliza se expone a una serie de contrapartidas como pueden ser el rechazo o las agresiones psíquicas o físicas. En este caso, Gominuke habla de los cambios y los riesgos del proceso de visibilización pública a través de las redes sociales.

«Yo llevo 10 años en YouTube. Desde que empecé ya estaba con mi actual pareja, y desde el primer momento tuve que tomar esta decisión en una época donde en internet la gente no salía del armario. Por si te veía un jefe. La gente vivía detrás de seudónimos o avatares que no eran ellos» (SS11).

En este caso, la agencia en la autorrepresentación en un contexto doméstico está vinculado con la agencia subjetiva que se da en un contexto social cada vez más politizado. Las prácticas intersubjetivas familiares que tienen lugar en los espacios online, como por ejemplo YouTube, están

vinculadas a la creencia o la sensación de querer contribuir a un refuerzo de las comunidades políticas digitales, en un impulso de conectar una experiencia personal con un movimiento político que tiene tal vez su máxima expresión en la calle. El proceso de visibilización de una identidad está muy relacionado con nuestras subjetividades contemporáneas que se configuran a través de un proyecto reflexivo del yo (Giddens, 1991) en el que nuestra propia narrativa biográfica -como nos autodenominamos- se convierte en el principal artefacto regulador de nuestros comportamientos, nuestra moral y nuestros objetivos en la vida. La manera en la que nos definimos a través de las palabras, la imagen o el discurso marca nuestra identidad.

«Yo creo que me defino como LGTBIQ+ en 2019, en la primera Pride en la que participé. Cuando volví a casa me sentí libre. Como si me hubiera quitado de encima un gran peso. Entonces pensé en hacer un vídeo en YouTube donde explicaba que era lesbiana, y se lo puse a mis padres. Pensé que era una buena manera que lo supieran, sin tener que hacer un discurso con ellos, sola. Entonces les hice ver el video diciéndoles que yo estaba muy contenta porque por fin podía ser yo misma. Ellos me apoyaron especialmente mi madre, que es también mi mejor amiga. Y después hice un vídeo con el que comentamos el *coming out*» (SSI4).

En este sentido, identificarse como lesbiana supone poner nombre por primera vez a una experiencia que no había podido ser enunciada. El ritual de la grabación y de la conversación supone añadir un *frame* creativo a este momento.

Los youtuberos eligen el escenario, el registro -más formal o informal-, y después aplican una postproducción que facilite la identificación con el mensaje. En el caso de los *coming out* objeto de nuestro estudio, los jóvenes invitan a sus progenitores a participar en la narración. El espacio doméstico, muy vinculado con los roles de género, y la disposición espacial de la heteronormatividad en el contexto familiar, supone una escenografía con una gran carga simbólica a la transmisión de significados entre adultos y adolescentes (Strangelove, 2010). La desigualdad de poder presente en la casa familiar se traslada también al uso de los espacios de la casa, lo que provoca que las jóvenes tengan un control bajo o nulo en los espacios compartidos con el resto de familiares con los que conviven (Pascual-Bordas, 2024). Esta grabación con dispositivo permite recuperar la visibilidad de las relaciones que se dan en el contexto doméstico. Concretamente estos vídeos son grabados en espacios como dormitorios, cocinas, comedores o incluso en vehículos, en el intento de performar un diálogo en que se pueda salir del armario y que este momento pueda ser grabado en muchos casos por el propio teléfono móvil. El propio youtubero dispone la escenografía concreta para inmortalizar un momento crítico que en muchas ocasiones todavía no sabe si hará público. En este sentido, la escena actúa como una forma de etnografía expandida (Ardèvol, 2012) donde las estancias

domésticas refuerzan la genealogía familiar. Es habitual encontrar comedores con retratos familiares, con imaginarios religiosos, incluso con electrodomésticos como un televisor que marca el ocio familiar alrededor de un mismo punto de fuga. Generalmente son vídeos que oscilan entre los 4 y los 15 minutos, un tiempo adecuado para la visibilización en estas plataformas, ya que contiene en sí mismo una estructura narrativa, que va del planteamiento, el clímax y la resolución.

La calidad formal del registro audiovisual depende del grado de profesionalización de cada youtubero, así como de ciertas elecciones de interacción con la audiencia, en el caso, que se haya previsto de antemano una difusión. Algunos youtuberos optan por la elaboración de caretas de entrada y de salida, cortes en los planos, o mensajes en forma de inscripciones en la pantalla que realzan el contenido que quieren transmitir. En el caso de Moa, añade la palabra 'Secret' justo en la figura de su padre para enfatizar que se acerca el momento de la declaración y dar fuerza dramática a la confesión. Esta palabra viene a dejar claro que estas creaciones digitales nos permiten compartir un gran secreto en abierto como si lo hiciéramos en la soledad de una conversación íntima, sin ponernos en riesgo de manera presencial, pero con una declaración que tiene un inconmensurable abasto social. Las confesiones suponen el acceso a un submundo que articula las relaciones sociales públicas y en cierta manera las condiciona. Estas confesiones activan un mecanismo dual enfocado tanto al cambio social como, a su efecto contrario, la asimilación o normalización (Jones, 2006). En el caso de Silvia Olivier, introduce el vídeo con la madre con un monólogo donde manifiesta algunos de sus señas de identidad personal como youtubera, en forma de saludos y frases hechas. Por ejemplo, Marlon Trujillo introduce el vídeo a través de texto que se puede leer en pantalla. «Hola amigos, este vídeo es algo diferente ya que decidí salir del *closet* con la persona que más amo en este mundo: mi mamá». Seguidamente, introduce al vídeo en vivo en el que performa el *coming out* ante su madre. En este caso, hace referencia al propio proceso de mediación y también cómo veremos en el siguiente apartado a como las emociones sentidas en el cuerpo intervienen en la autonarración de este momento crítico. «Tengo miedo. Le he hecho una carta a mi mamá y he tratado de dársela desde ayer. Voy a limpiar la cámara. Les pido paciencia porque esto es nuevo para mí y me tiene con una ansiedad bien fea» (AD2).



Imagen 1: Marlon Trujillo, *Saliendo del closet con mi mamá* (119.144 visualizaciones).

De hecho, el *coming out* siempre implica una petición, unas ganas de comunicar un mensaje, y por eso, también existe una preparación. La madre de Silvia, que ha sido invitada por la youtubera, se dirige a la audiencia de su famosa hija youtubera por primera vez. Este preparar el terreno para una conversación que se prevé que será importante muestra la relevancia de la misma como momento crítico (Thomson; Bell; Holland; Henderson, 2002). Este momento crítico nos permite tomar este acto retórico y considerarlo como un ritual de paso en el curso de vida del adolescente. “Marlon: Mami, estuve 17 años de mi vida esperando este día” (AD2). Para Giddens (1991), la importancia del momento crítico recae en la interacción que existe entre el riesgo y la oportunidad que se representa en la declaración, y en la necesidad que tiene el individuo que lo emite de superarse a través de un proyecto reflexivo del self. Las nuevas tecnologías sirven para expresar la cohesión identitaria que implica un cambio de vida. Ya sea la salida del armario, como una mudanza, o una ruptura sentimental. Esta expresión favorece el desarrollo del sentimiento comunitario y la búsqueda de redes de apoyo.

«Silvia: ¿Estás preparada para enfrentarte a esto?»

Madre de Silvia: Estoy preparada. Totalmente.» (AD4)

En el momento que su madre entra en el coche donde se encuentra el youtubero, se inicia el diálogo improvisado del *coming out*.

«Marlon: Oye, ma.

Madre de Marlon: ¿Qué, mi amor?

Marlon: Te hice una carta

Madre de Marlon: Ah, okey» (AD2)

En el caso de Casey Denelauser, no hace introducción a la audiencia y el *coming out video* se inicia con una llamada por teléfono a su padre en la que le pregunta por su disponibilidad, hecho que demuestra que el *coming out* es un género donde interviene la espontaneidad del momento.

«Casey: ¿Te puedo decir algo?

Padre de Casey: Sí, claro.

Casey: ¿Me prometes que me quieres?

Padre de Casey: ¿Que te prometa que te quiero?

Casey: Sí

Padre de Casey: Yo siempre te quiero. ¿Qué pasa?

Casey: Papá, soy gay» (AD3)



Imagen 2: Casey Denelauser, *Coming out to my father* (151.958 visualizaciones).

Los *coming out videos*, como buena parte de la producción de los youtuberos LGTBQ+, son contenidos que muestran la agencia de los adolescentes para narrarse desde los márgenes, más allá de los mensajes que surgen en un contexto hegemónico (Fraser, 1990). De esta manera, los *coming out videos*, aunque cada vez más comparten unas ciertas convenciones que los homogenizan, son considerados espacios que retan la reproducción de ciertos mensajes de normatividad heteropatriarcal que se dan en medios de difusión más convencionales (Tortajada et al., 2019). Forman parte de unos contenidos digitales donde prima la intencionalidad política, más allá de la voluntad de difundir vídeos comerciales basados en el entretenimiento o en la marca personal. En los cinco vídeos que analizamos en este artículo, los youtuberos ponen a disposición de una audiencia global una experiencia personal, encarnada y performada en su propio cuerpo, para reivindicar y sumarse a la visibilización del colectivo LGTBQ+ (Wuest, 2017) y también para promover la acumulación de voces individuales que se aglutinan alrededor de una causa política. Sin embargo, la alta carga emotiva y espontánea de los vídeos supone un riesgo a la propia autenticidad, ya que los jóvenes son conscientes que estos contenidos serán muy vistos en su canal y, previsiblemente, les aportaran nuevos seguidores. De hecho, en el marco de toda la producción audiovisual de los youtuberos LGTBQ+, el *coming out video*, ocupa un lugar privilegiado entre sus vídeos con más visualizaciones e interacciones en el apartado de comentarios.

«A mí siempre se me han hecho curiosos los *coming out videos*. Creo que sí que hay un punto que espectaculariza, y otro punto que quiere demostrar algo. Cuando subes un vídeo siempre hay un mensaje detrás. ¿Cuál es el mensaje de cada persona que sube un *coming out*? No te sabría decir. Subir un *coming out* sólo para ganar visitas me parecería muy extraño, creo que el mensaje es: sal del armario que no pasa nada o denuncia cómo se han comportado tus padres». (SSI1)

«Yo en un principio no quería colgar mi salida del armario en mi canal de YouTube. Sólo quería grabar la reacción de mis padres, porque la salida del armario sólo se da una vez en la vida. Pasado el tiempo, pensé que quizás este vídeo podría ayudar a otra gente que estaba en mí misma situación, y decidí subirlo a internet». (SSI5)

Declararse a una misma como lesbiana o gay -o LGTBIQ+- es potencialmente político (Jackson,1998) porque supone adoptar una identidad opuesta a la norma existente; y es precisamente la discriminación histórica del colectivo LGTBIQ+ la que le otorga su potencial político. Por primera vez en la historia, la comunidad digital ampara estas subjetividades hasta el momento fragmentadas en los contextos locales. Las redes sociales, como un gran repositorio de biografías, las acoge y las hace suyas, compartiendo un mismo código. En el caso de Georgia Elliot introduce el vídeo corroborando la existencia del género de vídeos *coming out* entre la comunidad LGTBIQ+.

«Sí, este vídeo va a ser exactamente lo que te esperas. Esta es mi experiencia saliendo del armario» (AD1).

En el caso del vídeo de Silvia Olivier, tanto madre como hija colaboran en la elaboración de un discurso en defensa de la diversidad. Así, el diálogo se constituye como una cocreación de un posicionamiento político. Aunque el *coming out video* no recoge el momento de la confesión, está directamente vinculado a esta verbalización.

### **3.2. La gestión de los afectos y la negociación cultural de la heterosexualidad obligatoria**

De la misma forma que la sexualidad se articula como un mecanismo discursivo, los contextos afectivos tendrán también este poder en la construcción de identidades y se situarán como un eje regulador del proyecto político heteronormativo. Como señalan algunos autores queer, sexualidad y familia son dos estamentos que se retroalimentan en la medida que uno condiciona el otro y le ofrece un marco legítimo donde poder desarrollarse (Halberstam 2008, Wetson 1998). Así pues, los cinco vídeos analizados dan cuenta de cómo la sexualidad se convierte en un asunto que se aborda en el núcleo familiar (Ahmed, 2004) y que se concreta a través de una conversación mediada.

De Lauretis (1991) habla de cómo la tecnología del sexo establece un conjunto de técnicas para maximizar la vida que han sido desarrolladas y desplegadas por la burguesía desde finales del siglo XVIII para asegurar su supervivencia de clase y su hegemonía permanente. Las familias, independientemente de su contexto cultural y social, son protagonistas, como muestran estos *coming out videos*, de la elaboración de discursos acerca de las figuras que tradicionalmente se han construido como objetos de conocimiento. La sexualización de los niños y del cuerpo femenino; el control de la procreación y la psiquiatrización del comportamiento sexual considerado anómalo. En los cinco vídeos analizados vemos como esta confesión se da en un marco fijado o sostenido por estas premisas. Así, los jóvenes con su propio cuerpo y experiencia se enfrentan y retan todo un entramado de significados muy consolidados.

Podemos interpretar que estas producciones digitales se dan en una sociedad donde es importante la idea de la confesión tanto en el ámbito público como en el privado. La cultura occidental se ha estructurado alrededor del concepto de obediencia en muchas de sus instituciones, también en la familiar, hecho que implica la intención de revelar la verdad sobre uno mismo. Foucault en *Obrar mal, decir la verdad* (2014) desarrolla la genealogía de este imperativo a obedecer a la autoridad paterna y en consecuencia a todas las otras instituciones del estado. En este sentido, el *coming out* representa la corroboración de esta transparencia en el espacio doméstico, donde los adolescentes deberán mostrar su intimidad ante sus progenitores.

«Madre de Georgia: Para mí, salir del armario, significa decir la verdad. Seguir tus sentimientos y tus emociones. Cuando Georgia me dijo que era gay, sí me sorprendió, pero era Georgia, mi hija» (AD1).

Así, la verdad se considera un requisito para optar a una relación honesta con uno mismo y con la sociedad.

«Tenía miedo a ser rechazado porque yo vengo de una familia italoamericana y los italianos son un poco homófobos. Un día hice mis maletas y me fui a la universidad más libre que encontré. El profesor me dijo una frase que me impactó: el mundo se acaba en la verdad. Y yo pensé: ¡Tiene razón! Si yo no vivo mi verdad con todos los que me rodean, ¿qué sentido tiene vivir? Entonces pensé que, si la gente no sabe que esto es una parte de mí, les estoy engañando. Y engañarlos a ellos, significa engañarme a mí. Yo no soy religioso, pero creo que decidí hacer aquel vídeo porque tuve una especie de mensaje del universo que me decía: ¡Ahora es el momento!». (SSI3)

En la mayoría de los casos, el *coming out* tradicional, y este hecho se reproduce también en las versiones digitales que nos ocupan, está marcado por un fuerte sentimiento de vergüenza y de amenaza (Velasco, 2006). La vergüenza se siente como estar expuesta -otra persona ve lo que he hecho, que es malo y por lo tanto vergonzoso-, pero también involucra un intento de esconderse, una ocultación que requiere que el sujeto le dé la espalda al otro, y se gire hacia sí mismo” (Ahmed, 2015, 164). En este caso el miedo global se convierte en un miedo concreto ante la no aceptación de la identidad por parte de los progenitores, que constituyen el núcleo primario de socialización de los adolescentes. En los vídeos, los jóvenes aseguran que se enfrentan a este momento con el miedo de no ser digno de ser amado por parte de aquellas figuras que han representado su sustento emocional y simbólico a lo largo de sus vidas. Según Ahmed, este sentimiento de miedo está muy relacionado con la historia de la pérdida, puesto que lo que se teme es la pérdida del objeto de amor. Jeffrey Weeks (1993) lo denominó "pánico moral". El pánico moral es el "momento político" del sexo, en los cuales actitudes difusas o consideradas íntimas son canalizadas hacia la acción política y el cambio social. En las narrativas de los medios de comunicación se ha tendido a estigmatizar a algunos colectivos asociándolos a enfermedades, vidas rotas o fragmentadas, y la imposibilidad de desarrollar un proyecto de vida (Rubin, 1975). Como demuestran las vivencias vinculadas a este momento, el miedo es una de las sensaciones experimentadas en el cuerpo que más cargan con el peso de estas asociaciones simbólicas llenas de humillación.

«Aproveché para esconder el celular detrás del coche. Se subió mi mamá. Ella no sabía nada. Decidí expresarle mi sexualidad y también el amor que sentía hacia ella. Mi corazón iba a mil por segundo. Incluso se me había olvidado que estaba grabando. Se lo conté todo todo y sentí una sensación inexplicable, como si por fin pudiera ser yo mismo”». (SSI2)

«Tenía mucho miedo. Creo que estos vídeos me han dado mucha fuerza. De hecho, he visto tanto los vídeos en que los jóvenes son aceptados como los que no, los que explican que se sienten frustrados porque su familia no los acepta». (SSI4)

El buen apego (Bowlby, 1988) se caracteriza por la sensibilidad de los padres y madres hacia las necesidades de la persona más joven, hecho que favorece una construcción segura de la personalidad. Este apego se va articulando a medida que el hijo va recibiendo aquel aporte emocional que necesita y también comprueba que sus progenitores pueden sostener su inseguridad aportándole ellos la fortaleza necesaria para construir una personalidad sólida. De hecho, la aceptación e integración de la singularidad personal, sin que esta sea percibida como un elemento desorganizador o amenazante, es una de las principales necesidades para esta articulación sana del componente relacional.

En general, esta sensación de seguridad se da cuando los progenitores, ya en una edad temprana, tienen la habilidad de regular las intensidades de la reacción emocional, de hacerles sentir que sean como sean, serán aceptados y no correrán ningún riesgo de ser abandonados. En consecuencia, el apego se desarrolla como un modelo mental interno, que se da en la interacción cara a cara, y que marcará el desarrollo cognitivo y la estabilidad emocional de la persona adulta. En este sentido, algunas de las interacciones que nos ocupan, demuestran esta predisposición a ofrecer un entorno seguro de expresión, donde la persona que quiere hablar no será ridiculizada, ni habrá silencios que puedan interpretarse como una duda o un ser “dejado al descubierto”. Este hecho propiciará el buen desarrollo y autoconfianza de los jóvenes en una sociedad donde todavía la normalidad se asocia con la heterosexualidad.

«Madre de Marlon: Si tú te quieres abrir con la familia, abraza hijo, no pasa nada. Créeme que en nosotros no vas a ver ningún rechazo. Nunca jamás. Y el día que alguien te rechace se las va a ver conmigo». (AD2)

En esta misma línea se muestra el caso de Casey, en el que el padre muestra su afecto de manera incondicional y no en relación a las expectativas que pueda tener sobre su hijo.

«Casey: ¿Quieres decir que estás de acuerdo con esto?

Padre de Casey: Que esta decisión sea tuya. Yo siempre te quiero de la misma manera» (AD3).

En los casos de mal apego, es habitual que se produzca una inversión de roles. Mientras que las figuras que tendrían que tranquilizar a los jóvenes serían los progenitores, en estos casos puede pasar lo contrario. Ante la desorganización que supone la amenaza de romper el orden simbólico heterosexual, los hijos, con su propio *coming out*, intentan tranquilizar a sus padres y madres ante el miedo que pueda suponer esta revelación. Son los jóvenes los que buscan suavizar el desasosiego para quienes han vivido en un contexto histórico donde una identidad no heteronormativa representaba no sólo una amenaza personal, sino también una amenaza legal. La verbalización del *coming out* supone para padres y madres la intemperie de romper con el esquema de inclusión heredado y así, poner en riesgo la integración al grupo social. La presión por un modelo de vida heterosexual se ve reflejado en la manera en que los jóvenes se enfrentan a este diálogo, asegurando que su condición sexual no afectará la continuidad de la línea familiar. Según Ahmed (2019) la cotidianidad de la heterosexualidad obligatoria es también su afectividad, que está envuelta en muchas ceremonias y rituales cotidianos que unen a familias, como por ejemplo asistir a la boda de un familiar, las comidas de los domingos en familia, etc. En el caso de Moa, es evidente la intención de tranquilizar a los progenitores explicando que aunque sea homosexual podrá tener descendencia y

formalizar un matrimonio, requisitos imprescindibles sobre los que se sustenta la cultura heteronormativa alrededor de la estructura de la familia nuclear. Él mismo en este diálogo les informa a sus padres que él ya cuenta con el conocimiento de cuáles son las vías posibles para lograr reproducir estos modelos heteronormativos. En este punto, se hace explícito la voluntad por parte de las personas LGTBIQ+ de asegurar su pertenencia a la institución familiar como espacio de normatividad, de decencia (Roudinesco, 2004) incluso de descanso.

«Mis padres son muy estrictos, y siempre han dicho que las personas LGTBIQ+ son raras y asquerosas cuando las veían en la televisión, por lo tanto, yo pensaba que no me podrían aceptar. De hecho, me sorprendió mucho que lo hicieran». (SSI5)



Imagen 3: Silvia Olivier, *Ciao mamma! Sono gay!* (284.854 visualizaciones).

En este caso, la madre de Marlon le agradece la sinceridad y también expone cómo la identidad de su hijo había sido un asunto que se había comentado en el marco de la familia con otros parientes cercanos, hecho que demuestra la heterosexualidad que se presupone.

«Madre de Marlon: Y esto te hace más fuerte, el haberme expresado con tu madre. Yo te lo agradezco de todo corazón, me da gusto que te hayas abierto y que hayas tomado la decisión de decir lo que tú en realidad querías. De hecho, esto ya lo platicamos con tus tías el día que fuimos a las Pampas». (AD2)

Casey Denelauser expresa el miedo a no corresponder las expectativas de su padre, que corresponden a los estereotipos vinculados a una masculinidad normativa, y a los que él, a lo largo de su vida, no ha logrado corresponder. Según Butler, el poder subordina de una forma tan efectiva que incluso crea el objeto para ser subordinado. Así, los mandatos son interiorizados por los niños y ellos acaban pensando que estos mandatos constituyen lo real, hecho que marca su comportamiento, y mediante este comportamiento lo reitera. Así los mecanismos psíquicos del poder consisten en la asunción de la ley por el sujeto mediante la performatividad.

«Casey: Yo tenía miedo a decírtelo porque tú eres mi padre y ya sabes, creía que quizás no estaba cumpliendo tus expectativas. Que quisieras tener un hijo que juegue a béisbol, y claro yo no hago esto. No quería traicionar tus expectativas.

Padre de Casey: ¿Mis expectativas? Mis expectativas solo han sido que tú seas un niño feliz. Si tú estás bien contigo mismo es lo único que quiero». (AD3)

En el caso de Silvia Olivier, se apunta a la presunción de heterosexualidad en el ámbito familiar y a la violencia homófoba que se da en muchos hogares, donde los progenitores aplican una visión patologizadora a la visibilización de la identidad mostrada por los jóvenes. En este sentido, la madre de Silvia apunta a que las identidades no normativas ejercen una función transformadora en una sociedad todavía eminentemente heteropatriarcal.

«Madre de Silvia: Decir que los homosexuales son enfermos es un prejuicio, un tabú. Que no está basado en nada. Para mí no solo no son enfermos, sino que son personas mucho más evolucionadas que el resto, más que nosotros, porque no forman parte de este tabú, de este cliché. Yo creo que muchos padres y madres no aceptan a sus hijos gays porque tienen miedo de qué dirán los otros. Tu como padre tienes que poner siempre por delante los deseos de tu hijo, no aquello que dirán» (AD4)

### **3.3. La construcción de comunidades de apoyo en las redes sociales**

En este diálogo también se pone de manifiesto el valor político y terapéutico que tienen estos vídeos para los jóvenes que forman parte de la comunidad LGTBIQ+ (Aun, 2016; Lovelock, 2019). Internet se presenta como un espacio de socialización entre un sector que tradicionalmente ha estado marginalizado y aislado (Jones, 2016). El hecho de ver esta verbalización en otras personas significa un contagio de esta sensación de confort, de poder sentirse parte de un colectivo. Este hecho supone la recuperación de la agencia, de sentirse bajo control, implica también una sensación corporal de

estar en nuestro cuerpo, de poder respirar completamente y acceder a nuestras sensaciones interiores (Van der Kolk, 2014).

La resolución del trauma implica recuperar la sensación de agencia después de un período en que se revisa y se reconoce el daño sufrido y se restaura la sensación de víctima para convertirse en un superviviente. Superar la disociación entre lo que se siente y lo que se debe representar. En lugar de estar “fuera del cuerpo” y desaparecer”, la presencia en las redes sociales otorga volver a conseguir una sensación de integración. Así pues, el *coming out* supone una reparación de la disociación entre lo que se siente y la posibilidad de existir en un contexto de presunción de heterosexualidad. La aceptación en una comunidad donde se comparten valores supone dejar de estar “fuera del cuerpo” para volver a conseguir una sensación de integración.

«Los humanos nos sentimos felices cuando pertenecemos a algún grupo que nos quiere, nos cuida y nos acepta. Yo creo que pensar si es necesario el *coming out* depende de muchos otros factores. Te voy a decir una cosa. Yo creo que la relación con mi madre fue exponencialmente mejor y con más confianza desde que se lo dije». (SSI3)

Este *coming out*, esta declaración de una persona concreta se convierte en un recurso disponible para aquellas personas que necesiten encontrar referentes en su *coming out* que les sirvan como comunidad de apoyo. En este sentido, los *coming out* se van acumulando en un archivo digital que tiene la función de servir como herramienta de visibilización y construcción progresiva de la identidad de muchos otros jóvenes. En este sentido, los jóvenes son conscientes de que su contenido ayuda a otras personas.

“Georgia: ¿Quieres decir algo mamá, por si podemos ayudar a alguien a salir del armario?”  
(AD1)



Imagen 4: Georgia Elliot —alias Gominuke—, *La meva sortida de l'armari*(199.050 visualizaciones).

La centralidad, todavía hoy de la cisheteronormatividad dentro de los marcos progresistas (discursos sobre la diversidad) es posible a través de la normalización inclusiva de los posicionamientos LGTBIQ+ como un conjunto de identidades discretas y discernibles que pasan a ser “aceptables” siempre y cuando se ajusten a ciertos modos de sujeción relacionados con construcciones sociales clave como la familia. Así pues, los colectivos queer se plantean si es necesaria o no la salida del armario en los términos de una identificación cerrada. Kath Weston (1997) en su reflexión sobre la familia, también aborda el hecho que las personas LGTBIQ+ en el proceso de su salida del armario, se encuentran también ellos mismos reproduciendo ciertos roles de la estructura heteropatriarcal y hablando tanto sobre el parentesco como sobre la sexualidad. María Valverde (2006) argumenta que esta pareja LGTBIQ+ respetable con préstamos bancarios, facturas de floristería, cuentas bancarias conjuntas, casas renovadas en el centro de la ciudad y preocupaciones por los familiares compone la nueva entidad *postgay*.

«Moa: Entonces sí, voy a ir a Canadá pronto. Quería aprovechar esta oportunidad para decirte algo. Le dije a mamá primero. Me atraen los hombres.

Padre de Moa: Ya me lo imaginaba. Como padres, eso es algo que descubrimos. Tenemos tres hijos y te conocemos. Si fueras padre, tú también lo sabrías.

Moa: Sólo me gustan los hombres, y no es imposible casarse y hay maneras de tener hijos» (AD5).



**Imagen 5:** Moa, *Coming out to dad* | *This is dad's reaction* (2.754.904 visualizaciones).

Cabe decir que las narrativas de *coming out* digitales son plurales y suponen un cierto riesgo interpretativo ya que la mayoría de las veces activan un mecanismo dual enfocado tanto al cambio social como, a su efecto contrario, la asimilación o normalización (Jones, 2016). Asumiendo la dificultad de un término, el *coming out*, que siempre implica una experiencia momentánea e inacabada (flores, 2008). En este sentido, a través de la reflexión sobre el *coming out video*, los jóvenes entrevistados se cuestionan si es necesario identificarse como una persona LGTBIQ+ y sigue teniendo sentido el hecho de salir del armario.

«Quiero que la gente no me considere una lesbiana, sino que soy muchas otras cosas». (SSI1)

«Algunos dicen que no quieren salir del closet porque los heteros no lo hacen. Y tienen mucha razón. Yo creo que las nuevas generaciones no pasen por el dolor y los nervios que yo pasé. Se siente muy feo, se siente horrible, solo de pensar que te puedan rechazar. Espero que en el futuro solo tengas que decir: mamá, papá, ésta es mi pareja». (SSI2)

«Yo creo que hay una generación que ya le empieza a dar igual salir del armario. A la generación zeta se la repampinfla, a excepción de las condiciones sociales en las que vivas. No es lo mismo que seas de ciudad o de pueblo. Sobre todo ahora que estamos pensando en las personas racializadas sabemos que hay muchas más culturas y momentos, pero sí que es verdad que la clase media urbana ya es mucho más sencillo. Llegará un punto en que no haga falta tanto el momento *coming out*, aunque sigan existiendo las etiquetas». (SSI1)

## 4. Discusión y conclusiones

La eclosión y popularización de los mecanismos de grabación y difusión promueven que las voces y las subjetividades se multipliquen. Los *coming out* de YouTube se enmarcan en un acto retórico encaminado a que puedan oírse sectores de la población que tradicionalmente han estado marginalizados. Hablar de *salir del armario* es recuperar un espacio perdido o recuperarlo como territorio para decidir de qué manera nos autodefinimos. Esta globalización digital y tecnológica promueve que podamos conocer historias generadas en distintos contextos culturales o políticos y que personas con luchas similares puedan conectarse.

No podemos abordar el *coming out* en el contexto de las subjetividades digitales desde un punto de vista único, ya supondría dejar de lado múltiples complejidades acerca de este proceso de visibilización de las identidades LGTBIQ+. No es lo mismo salir del armario en un país que en otro, en una ciudad o en un pueblo, en una familia o en otra, y finalmente con un carácter expansivo o introspectivo. Los condicionantes que afectan e influyen en este ritual de paso son muchos.

El *coming out* a menudo ocurre durante la adolescencia o la primera juventud, en un espacio doméstico que articula los valores que rigen una sociedad y la pertenencia o no a una cierta comunidad de sentido. En estas producciones digitales, el intercambio dialogado con las figuras parentales aporta luz sobre la negociación generacional y las formas de resistencia o subordinación al orden simbólico implícito que todavía pervive en la familia nuclear. Los hijos LGTBIQ+ ponen en conflicto el ideal heteropatriarcal de los padres y madres desde el cual se estructura la familia tradicional, y demuestran al mismo tiempo la pervivencia de la institución familiar como espacio de aceptación y validación.

Muchos jóvenes, conscientes de la importancia de la aceptación de las personas del núcleo más íntimo se esfuerzan en transmitir a sus padres que su identidad no afectará los cimientos de una estructura familiar e, incluso, contribuirán a su preservación y mantenimiento, casándose o teniendo descendencia. Así pues, la identidad LGTBIQ+ revelada se inserta en el diálogo familiar con la pretensión de no molestar demasiado, de no representar una ruptura radical que ponga en riesgo una de las instituciones garantes de los valores heteropatriarcales (Butler, 1990; Preciado, 2002; Halberstam, 2018). Así, muchas personas LGTBIQ+ buscan emular estas mismas manifestaciones tradicionalmente vinculadas con la cultura heterosexual. Los diálogos de los jóvenes con sus progenitores muestran cómo las categorías heteronormativas se han infiltrado en la cultura LGTBIQ+, y estos *coming out* pueden significar en algunos casos el anhelo de estas personas LGTBIQ+ por ser buenos ciudadanos, buenos padres, buenos profesores y políticos dentro del orden social ya existente. Esta representación nace, en parte, en un marco cada vez más doméstico y

privado, en el cual la homonormatividad se produce y responde en el ámbito doméstico (Gorman-Murray, Nash, 2017).

La autonomía de los jóvenes para autorrepresentarse parte del vínculo afectivo construido. De hecho, la calidad de esta interacción se hace explícita a través del diálogo entre progenitores y hijos. De hecho, el diálogo del *coming out* da nota de la consistencia y fortaleza de la relación paternofilial. Es a través de este sostén en el núcleo de socialización primaria, desde el cuál los jóvenes podrán acceder a elegir una identidad plena, sin temor por la pérdida del amor de sus padres por no ser como ellos esperan, el principal miedo al que se enfrentan cuando deciden verbalizar su identidad (Riera, 2019).

Así, las redes sociales se dibujan como un espacio de socialización y aprendizaje colaborativo donde los jóvenes encuentran una segunda oportunidad de reafirmación y el sentimiento de pertenencia a una comunidad digital (O'Riordan; Phillips, 2007; Raun, 2016) en la que podrán hacerse visibles en entornos seguros de expresión (De-Ridder; Van-Bauwel, 2015) y acceder a un nuevo parentesco elegido.

Aunque la teoría queer ha puesto en entredicho el acto de salir del armario como estrategia de normalización de una identidad, ya que supone otra vez la categorización de las identidades, que puede favorecer que otras queden otra vez fuera de campo, el acto de salir del armario existirá mientras sea necesario ofrecer una respuesta a la presunción de heterosexualidad.

### Referencias bibliográficas

Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. Edinburgh. Edinburgh University Press.

<https://doi.org/10.4324/9780203700372>

Ahmed, S. (2019). *Fenomenología queer. Orientaciones, objetos, otros*. Ediciones Bellaterra.

Alexander, J. & Losh, E. (2010). A YouTube of one's own?: "Coming out" videos as rhetorical action. In C. Pullen y M. Cooper (Eds.). *LGBT identity and online new media* (pp. 37–50). New York, NY: Routledge.

Ardèvol, E. (2012). *Virtual/Visual Ethnography: Methodological Crossroads at the Intersection of Visual and Internet Research*. *Advances in Visual Methodology*, London, Sage, pp. 74-94.

Atlas, G. (2022). *Emotional inheritance*. Hachette Book Group.

Bernstein, M. & Reiman, R. (2001). *Queer families, queer politics: Challenging culture and the state*. Columbia University Press.

Bowlby, J. (1988). *A secure base: Parent-child attachment and healthy human development*. Basic Books.

Bulbul, C. (2018). 'Los videos sobre #ComingOut: por qué son tendencia y qué les enseñan a las marcas», en *Thinking with Google*' <https://bit.ly/3JH6fpF>

Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.

Butler, J. (1990). *Gender trouble*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203902752>

Butler, J. (1993). *Bodies that matter*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203828274>

Cass, V. (1979). Homosexual identity formation: A theoretical model. *Journal of Homosexuality*, 4(3), 219–235. [https://doi.org/10.1300/J082v04n03\\_01](https://doi.org/10.1300/J082v04n03_01)

Chasseguet-Smirgel, J. (1991). Acerca del acting out. *Libro Anual de Psicoanálisis*, (6), 49-58.

Cover, R. & Prosser, R. (2013). Memorial accounts: queer young men, identity and contemporary coming out narratives online. *Australian Feminist Studies* 28(75): 81–94.

Croce, M. (2015). Homonormative dynamics and the subversion of culture. *European Journal of Social Theory*. <https://doi.org/10.1177/136843101453434>

De Lauretis, T. (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Indiana University Press.

De-Ridder, S. & Van-Bauwel, S.(2015). Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites. *Communications. The European journal of communication research*, v. 40, n. 3, pp. 319-340.  
<https://doi.org/10.1515/commun-2015-0012>

Doyle P.C. & Campbell William K. (2020). Linguistic Markers of Self-disclosure: Using Youtube Coming Out Videos to Study Disclosure Language *PsyArXiv*, <https://doi.org/10.31234/osf.io/tvgs9>

Flores, V. (2008). El armario de la maestra tortillera. Políticas corporales y sexuales en la enseñanza. <http://escritoshereticos.blogspot.pt/2009/07/el-armario-de-la-maestra-tortillera.html>

Foucault, M. (1976). Historia de la sexualidad. Siglo XXI.

Foucault, M. (2014). Obrar mal, decir la verdad. Siglo XXI.

Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social text*, n. 25/26, pp. 56-80. <https://doi.org/10.2307/466240>

Gorman-Murray, A. & Nash, C. (2017) Transformations in LGBT consumer landscapes and leisure spaces in the neoliberal city. *Urban Studies*, vol. 54, no 3, p. 786-805.

Giddens, A. (1991). Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Cambridge: Polity.

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. Nueva York: Harper & Row.

Goltz, D. (2013). It gets better: queer futures, critical frustrations and radical potentials. *Critical Studies in Media Communication* 30(2): 135–151. <https://doi.org/10.1080/15295036.2012.701012>

Gray Mary, L. (2009). Negotiating identities/queering desires: coming out online and the remediation of the coming-out story. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14: 1162–1189. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01485.x>

Halberstam, J. (2018). El arte queer del fracaso. Egales.

Lancaster, R. (1996). Coming-Out Stories: Recent Videos on Gay and Lesbian Themes. *American Anthropologist*, 98(3), new series, 604-616. <https://doi.org/10.1525/aa.1996.98.3.02a00130>

Lovelock, M. (2017). Is every YouTuber going to make a coming out video eventually? Youtube celebrity video bloggers and lesbian and gay identity. *Celebrity Studies* 8(1): 87–103. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1214608>

Lovelock, M. (2019). My coming out story: Lesbian, gay and bisexual youth identities on YouTube”. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 70–85.

Machin, D. (2002). *Ethnographic research for media studies*. Arnold.

Mohr, J. & Fassinger, R. (2003). Self-acceptance and self-disclosure of sexual orientation in lesbian, gay, and bisexual adults: An attachment perspective. *Journal of Counseling Psychology*, 50(4), 482–495. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.50.4.482>

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology and politics*. Oxford University Press.

Pascual-Bordas, J. (2024). Resisting and transgressing cisheteronormativity at home: LGBT+ youths' active strategies. *Sexualities*, 13634607241248892.

Plummer, K. (1995). *Telling sexual stories: Power, change and social worlds*. London: Routledge.

Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual. Prácticas subversivas de identidad sexual*. Opera Prima.

Raun, T. (2016). *Out Online: Trans Self-representation and Community Building on YouTube*. Routledge.

Riera, R. (2019). *L'herència emocional: Viatge als sentiments invisibles*. Penguin Random House Grupo Editorial.

Roudinesco, E. (2004). *La familia en desorden*. Editorial Anagrama.

Rubin, G. (1984). Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality. In *The Lesbian and Gay Studies Reader*, edited by Henry Abelove, Michele Aina Barale, and David M. Halperin, 3–44. New York: Routledge, 1993.

Russell S. & Fish, J. (2016). Mental health in lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) Youth. *Annual Review of Clinical Psychology*, 12, 465–487. [https://doi.org/10.1146/annurev-clinp\\_sy-021815-093153](https://doi.org/10.1146/annurev-clinp_sy-021815-093153)

Sedgwick, E. K. (1990). *The epistemology of the closet*. University of California Press.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.

Strangelove, M. (2011). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. University of Toronto Press.

Tolson, A. (2010). A new authenticity? Communicative practices on YouTube. *Critical Discourse Studies* 7(4): 277–289. <https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511834>

Tortajada, I., Caballero-Gálvez, A. y Willem, C. (2019). Contrapúblicos en YouTube: el caso del colectivo trans. *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280622. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.22>

Thomson, R., Bell, R; Holland, J. Henderson, S., McGrellis, S. & Sharpe, S. (2002). Critical moments: choice, chance and opportunity in young people's narratives of transition. *Sociology*, 36(2) pp. 335–354. <https://doi.org/10.1177/0038038502036002006>

Troiden, R. (1989). The formation of homosexual identities. *Journal of homosexuality*, 17. [https://doi.org/10.1300/J082v17n01\\_02](https://doi.org/10.1300/J082v17n01_02)

Trujillo, G. (2022). *El feminismo queer es para todo el mundo*. Editorial Catarata.

Van-Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Sage.

Raun, T. (2016). *Out online: trans self-representation and community building on YouTube*. Routledge. <https://doi.org/10.14321/qed.7.2.0115>

Valverde, M. (2006). A new entity in the history of sexuality: The respectable same-sex couple. *Feminist studies*.

Van der Kolk, B. (2015). *El cuerpo lleva la cuenta. Cerebro, mente y cuerpo en la superación del trauma*. Eleftheria.

Velasco, R. (2008). La Vergüenza en la Deconstrucción y Construcción del Sentimiento de Sí. *CEIR*, Vol 2, nº 1.

Weeks, J. (1993). *El malestar de la sexualidad*. Talasa.

Weston, K. (1991). *Families we choose: Lesbians, gays, kinship*. Columbia University Press.

Wuest, B. (2014). Stories like Mine: Coming Out Videos and Queer Identities on YouTube. En PULLEN, Christopher (Ed.) (pp. 19-33). *Queer Youth and Media Cultures*. Palgrave Macmillan, (Reino Unido). [https://doi.org/10.1057/9781137383556\\_2](https://doi.org/10.1057/9781137383556_2)

Zimmermann, P. R. (1995). *Reel families: A social history of amateur film*. Indiana University Press.

### **3. Estudio de caso 2**

# Las biografías LGBTQ+ en España, de los expedientes policiales a YouTube

## Resumen

Las biografías, inmersas en las convenciones narrativas de una cultura y de una época (Plummer, 1995), contribuyen a vincular las acciones humanas relevantes con historias socialmente comprensibles (Polkinghorne, 1988; Butler, 1991). Los relatos biográficos LGBTQ+ en España han vivido en los últimos cuarenta años una rápida transformación. De una construcción biográfica LGBTQ+ gubernamental en forma de expedientes policiales durante la dictadura y postdictadura, a la eclosión de las llamadas “narrativas del self” (Ellis, 1991), “mystories” (Ulmer y Koro-Ljungberg, 2015) o “autoetnografía” en las redes sociales. Internet ha supuesto para las personas LGBTQ+ una oportunidad de generar y desarrollar un yo consistente (Beck y Beck-Gernsheim, 2003) al mismo tiempo que se ha puesto de manifiesto su significación política (De Ridder y Van Bauwel, 2015) en un contexto social donde la identidad LGBTQ+ es plenamente legal, pero se inscribe todavía en un contexto social heteronormativo (Butler 1991; Santore 2011). Tomando como casos de estudio las cuentas de *Elsa Ruiz Cómica* y *Dulceida* pretendemos explorar el momento histórico en el que se emancipa el relato autobiográfico LGBTQ+ digital en España. A partir de una reflexión crítica (Van Zoonen, 1994) queremos poner el foco en elementos como la autoría de las cuentas; los momentos críticos que articulan el relato; así como el montaje y la estética de la mediación tecnológica, que desvelan las estrategias de reapropiación de las narrativas LGBTQ+ en un contexto histórico donde todavía conviven personas LGBTQ+ vivas cuyas biografías policiales siguen en los archivos, como pruebas de su reciente condición (Gasol, 2022).

## Palabras clave

Biografía; Autoetnografía; LGBTQ+; Identidad; YouTube; Comunicación; Medios sociales; España.

## **Abstract**

Biographies, embedded in the narrative conventions of a specific culture (Plummer, 1995), help to link human actions with socially understandable stories (Polkinghorne, 1988; Butler, 1991). LGTBIQ+ biographical stories in Spain have experienced a fast transformation in the last forty years. From an LGTBIQ+ biographical construction made through social control from police files during the dictatorship and post-dictatorship, to the emergence of the “narratives of the self” (Ellis, 1991), “mystories” (Ulmer y Koro-Ljungberg, 2015) or “autoethnography” on social media. For LGTBIQ+ people, social media have provided an opportunity to generate and develop a consistent self (Beck y Beck-Gernsheim, 2003), and at the same time its political significance has been revealed (De Ridder y Van Bauwel, 2015) in a social context where LGTBIQ+ identity is fully legal but is still part of a heteronormative social context (Butler 1991; Santore 2011). Taking the accounts of Elsa Ruiz Cómica and Dulceida, we intend to understand the historical moment in which the digital LGTBIQ+ autobiographical story was emancipated in Spain. From a critical point of view (Van Zoonen, 1994) we want to focus on elements such as the authorship of the accounts; the critical moments that articulate the story; as well as the audiovisual production and aesthetics of technological mediation, which reveal the reappropriation strategies of LGTBIQ+ narratives in a historical context where LGTBIQ+ people whose police biographies are still in the archives, still live together with teenager youtubers (Gasol, 2022).

## **Keywords**

Biografía; Autoetnografía; LGTBIQ+; Identidad; YouTube; Comunicación; Medios sociales; España.

## Introducción

Las redes sociales han permitido que las personas LGTBIQ+ se apropien de sus representaciones identitarias, trasciendan parte del pánico moral (Weeks, 1993) y difundan sus propias subjetividades a través de un discurso biográfico que pone voz, nombre y cara a la experiencia vivida en primera persona (Giddens, 1995). Las narraciones biográficas suponen en cierta medida una cartografía sobre lo que es posible ser dicho y lo que no en el desarrollo de los momentos críticos de una vida. Así, estas narraciones repetidas en el tiempo configuran el alcance de lo normativo (Ahmed, 2018). En estos discursos biográficos las nuevas tecnologías se convierten en la actualidad en dispositivos para articular un relato propio. En este caso, por lo que se refiere a las historias de vida, configuran un verdadero paisaje erotópico (Plummer, 1995), donde los argumentos vinculados con las revelaciones afectivas o sexuales encajan perfectamente con la narrativa del progreso que se nutre de relatos agónicos, apocalípticos o redentores protagonizados por héroes o heroínas (Torres, 2019) que han encontrado mecanismos de autosuperación. Según Plummer (1995), nos hemos convertido en *storytellers* sexuales y vivimos en una época en que la ilusión de verdad nos permite creer que a través de esta revelación podremos vencer nuestros miedos más profundos. Y es que decir soy LGTBIQ+ en pleno siglo XXI y en España no es un enunciado soberano sino una inversión performativa, un poner de manifiesto la injuria del pasado (flores, 2019) que se ha vivido a través de diferentes formas de represión política y social. Los cuerpos que parten de esta herencia represiva histórica, también en el caso español, construyen ahora discursos en primera persona que son generadores de conocimiento (Ahmed, 2018) y elaboran una historiografía LGTBIQ+ contemporánea y autogestionada a partir de las narraciones cotidianas (Ellis, 1991). Estos testimonios actúan a través de redes de acción colaborativas (Beck, 1998) y actúan como grupos de presión de las instituciones y de los partidos políticos representados en el Congreso. Unos discursos que han explotado con fuerza en las redes sociales ya que encajan perfectamente con las lógicas de los relatos donde hay una serie de elementos constitutivos destinados a la expiación o la superación. Una historia de vida señala los acontecimientos importantes según contribuyan a hacer más inteligible la historia contada (Ricoeur, 1978) incluyendo la sexualidad o la expresión de género en el relato social y la memoria individual (Plummer, 1995; Polkinghorne, 1988: 13). En las redes sociales, toma la forma de relato de vida más que de historia de vida propiamente dicha, porque es una historia de una vida tal como la cuenta la persona que la ha vivido, y no explicada por un tercero (Denzin, 1970).

YouTube se ha situado en los últimos quince años en una red óptima para analizar las subjetividades LGTBIQ+ (Alexander y Losh, 2010) en parte, porque las narrativas personales encajan perfectamente con las lógicas de esta red social basadas en una identidad personal que se potencia a través de las revelaciones sobre el auténtico yo y la vida íntima, recogiendo la herencia cultural occidental

confesional presentada a través de diferentes formatos artísticos analógicos como podían ser diarios personales, cartas o memorias (Sibilia, 2003). A partir del año 2006, YouTube se convierte en un espacio digital de libre acceso donde los jóvenes empiezan a hacer sus primeros *coming outs*, es decir, confiesan delante de las cámaras que son LGTBIQ+. A partir de este momento inicial, representado por este ritual de confesión (Alexander y Losh, 2010), sus cuentas se convertirán en un documento autobiográfico que supondrá por primera vez hasta el momento la agencia en el auto relato público, así como su edición, estética y montaje. Estos documentos de no ficción ideados y realizados por estos colectivos marginalizados se convierten en actos identitarios marcados por una gran urgencia (Renov, 2004). Aunque recientemente otras redes sociales como Instagram y Tiktok han seducido al público joven, las características de YouTube -una plataforma en la que los usuarios podían subir, publicar y ver vídeos sin tener grandes competencias técnicas, y con un software y una conexión sencillas (Burgess y Green, 2009)- continúa atrayendo al público joven a la hora de colgar vídeos más largos y con un contenido más reflexivo.

En un ecosistema mediático donde todavía proliferan las exhibiciones de roles de género clásicos, que tienden a celebrar los valores hegemónicos de los medios de comunicación mainstream y corroborar los estereotipos masculinos y femeninos, los vídeos que hablan sobre cuestiones LGTBIQ+ ofrecen la posibilidad de validar o refutar la manera de entender el sexo, la sexualidad y el género (Raun, 2016). Así pues, a partir de las llamadas introspecciones sociológicas del *self* (Ellis, 1991), *mystories* (Ulmer y Koro-Ljungberg, 2015) o autoetnografía en las redes sociales estas autorrepresentaciones se convierten en un elemento simbólico (Van Bauwel, Ridder, 2015) que parte de lo personal, para convertirlo en un ejercicio de subpolítica (Beck, 1997). Una acción digital que se produce al margen de las instituciones políticas tradicionales y que, aunque nace en las narrativas particulares las trasciende y pone en cuestión aquellos aspectos identitarios relevantes a la hora de clasificar los relatos de vida normativa (Halberstam, 2018). De hecho, como revela Plummer (1995) las historias son dichas cuando empieza a haber un crecimiento de consciencia.

Las biografías contemporáneas se estructuran alrededor de las autorías y de los momentos críticos que tienden a marcar el relato. Este hecho es relevante ya que a menudo una historia de vida se organiza alrededor de alguna tensión o crisis, a lo que Denzin (1989) llamó epifanía. Dan McAdams también pone el enfoque en estos episodios importantes que pueden ser descritos como “eventos autobiográficos específicos” que son interpretados para asumir una posición preponderante en el transcurso de la narración vital, estas las catalogan como líneas temáticas debido a que se reconocen estereotipos o historiotipos (McAdams, 1985). En las biografías LGTBIQ+ los momentos críticos se debaten entre personales y políticos, entre aquellos que refuerzan el orden heteropatriarcal y los que lo desafían. Entre los momentos críticos más habituales en la esfera personal encontramos la asunción

de la identidad, el *coming out* ante familiares y amigos, el momento de encontrar pareja, la boda, la separación, o la decisión de dejar el relato en redes sociales. Así pues, las biografías LGTBIQ+ son relatos que también tendrían sus ceremonias o ritos de paso que conectan la individualidad con la comunidad. Desde el punto de vista político, señalamos algunos momentos críticos en la participación en alguna forma colectiva de activismo o el vínculo con algunos debates importantes que afectan el contexto político nacional o internacional como pueden ser la aprobación de leyes en favor de los derechos LGTBIQ+ o las agresiones LGTBIQfobas, así como el posicionamiento en relación con las propias redes sociales.

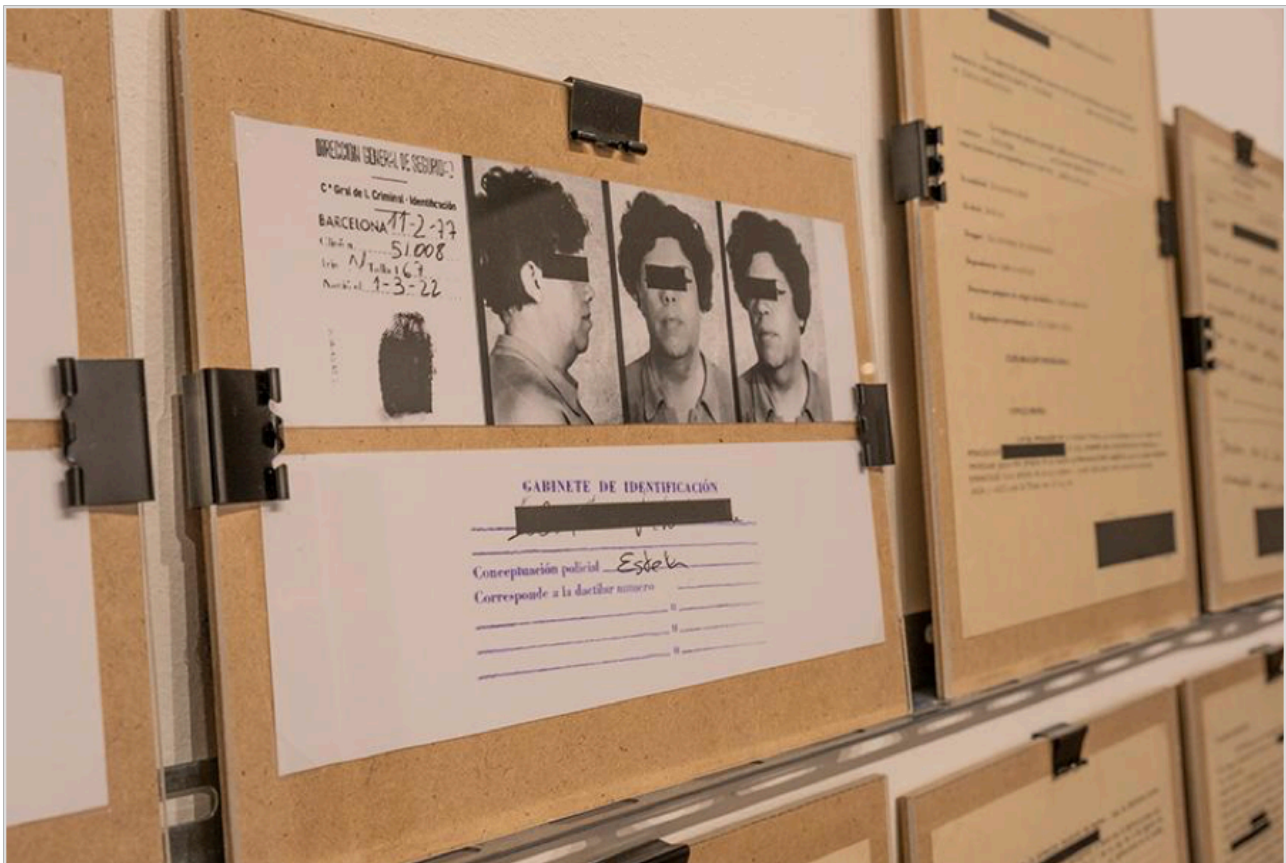


Imagen 1: *Orden público: Vagos, Maleantes y Peligrosidad Social de Daniel Gasol (Galería Chiquita Room)*

<https://chiquitaroom.com/event/orden-publico-vagos-maleantes-y-peligrosidad-social-2>

En España, la necesidad de la autoafirmación identitaria LGTBIQ+ actual, y en consecuencia la aparición de estas biografías digitales es, en parte, una respuesta a la represión narrativa sufrida en los años precedentes. Las biografías o historias de vida LGTBIQ+ elaboradas por los cuerpos policiales han sido una práctica habitual de control social basada en el mapaje de las características físicas o psicológicas individuales. Las biografías son actos performativos que autorizan, enunciados que al ser pronunciados también realizan cierta acción y ejercen un poder vinculante (Butler, 1991). El control estatal de las biografías LGTBIQ+ en la época contemporánea se remonta a *La Ley de*

*Vagos y Maleantes* (1933-1970), después convertida en *Ley sobre Peligrosidad y Rehabilitación Social* (1970-1995) que significó una herramienta legal de control narrativo de las personas LGTBIQ+ - y otras personas discriminadas por ser consideradas peligrosas sociales - desde 1933 hasta el año 1995. Los expedientes oficiales reales recogen en forma de fichas biográficas los aspectos biográficos supuestamente objetivos considerados relevantes para la detención -lugar de origen; expresión sexual o de género; ocupación; así como la descripción física en torno a su feminidad o masculinidad-. Estos documentos biográficos médicos y judiciales salieron a la luz en 2008, cuando un Decreto Ley abrió estos archivos al público investigador como ha mostrado recientemente el artista Daniel Gasol (2022) en su trabajo *Orden público: Vagos, Maleantes y Peligrosidad Social*. Con la derogación de la ley en 1995, se desarticula progresivamente el protagonismo del Estado en la gestión biográfica LGTBIQ+ y se inicia un proceso de descentramiento que conduce inevitablemente a dejar de ser el actor principal que dirime en los conflictos sociales (Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, 2003) también vinculados con la identidad sexual y de género.

Paralelamente, desde la clandestinidad, la comunidad gay empezó a organizarse para intentar erradicar estas leyes represivas y en 1970 nació el Movimiento Español de Liberación Homosexual (MELH). De esta organización surgiría el Front d'Alliberament Gai de Catalunya fundado el 1975 (de Fluvià, 2013) y, en Barcelona, el bar La Sal, como centro de operaciones de las mujeres artistas y lesbianas (Alfarache, 2014). En los años 90, el gobierno socialista del PSOE comenzará a sensibilizarse y de este modo promulgará leyes que defendían los derechos de las personas LGTBIQ+ como la Ley de Arrendamientos Urbanos del año 1994 donde se contemplan por primera vez las parejas no heterosexuales. En el nuevo código penal de 1995 se reconocerá el concepto de orientación sexual. En los últimos años de la década de los 90, los colectivos LGTBIQ+ vuelven a tomar fuerza con la creación de la Federación Estatal de Lesbianas, Gays y Transexuales. El año 2004 fue un momento histórico para el colectivo, ya que se presenta un proyecto de Ley en el Congreso con la inclusión de los matrimonios LGTBIQ+ en el Código Civil.

En esta época predigital, que va de la transición a las primeras legislaturas democráticas, la representación biográfica LGTBIQ+ se da en los medios de comunicación de masas. En gran medida a través de los personajes de ficción aparecidos en el cine y televisión (Zurian, 2018) que permiten una negociación y actualización de los estereotipos manejados hasta el momento que incluían siempre la caracterización como personajes cómicos o extravagantes. Las vidas de las personas LGTBIQ+ se vuelven diversas y visibles en las pantallas y en los hogares, van adquiriendo cada vez más matices y superan los estigmas vinculados a las peores épocas de prohibición institucional. El factor autobiográfico en la literatura española contemporánea también debe ser tenido en cuenta y Robert Richmond Ellis (1997) ha investigado las autobiografías de seis escritores considerados LGTBIQ+,

siempre masculinos, eso sí: Antonio Roig, Juan Goytisolo, Jaime Gil de Biedma, Luis Antonio de Villena, Terenci Moix y Pedro Almodóvar (Altamann, 2006), un eslabón más en la visibilidad de las vidas LGTBIQ+. Este hecho, contribuyó a generar imaginarios alternativos, como, por ejemplo, los que vinculaban las biografías LGTBIQ+ con el arte o la cultura, profesiones, en cierta medida, también estigmatizadas.

## Metodología

El relato de vida se enmarca en el método biográfico narrativo, el cual se ubica dentro del campo de la investigación cualitativa. Así, considera el análisis de las historias de vida de los sujetos para sacar a la luz aquellas experiencias y significados contextualizados en determinado tiempo y espacio a través de las propias palabras, más allá de los datos y actos “desencarnados” (Ferrarorti, 1983). A través de dos testimonios de youtuberas españolas que han desarrollado su relato en una década analizamos los elementos esenciales que definen el relato biográfico LGTBIQ+ contemporáneo entre el 2010 y el 2021, identificando aquellos rituales que marcan los momentos de paso en los que se inscribe una experiencia vital. Estudiar los casos de Elsa Ruiz Cómica, concretamente su perfil de *Lost in Transition*, (35.200 suscriptores en febrero de 2022) y Dulceida (2,18 millones de suscriptores en febrero de 2022) es relevante para saber cómo se articula el relato biográfico LGTBIQ+ a principios del siglo XXI y qué momentos críticos en común existen en ambos relatos de vida. Elsa Ruiz Cómica es una mujer trans que se ha posicionado como una voz divulgativa para abordar distintas temáticas relacionadas con el público trans. Aida Domènech, más conocida como Dulceida, se identifica como bisexual y ha explicado su vida privada LGTBIQ+ en el marco de una cuenta dedicada a los temas de moda y a las experiencias de sus viajes. En este momento, ambas se enfrentan a un periodo de desconexión de las redes debido al agotamiento y la sobreexposición de su larga exhibición pública, hecho que supone un momento óptimo para analizar la construcción de su biografía digital.

Las narraciones biográficas LGTBIQ+ en las redes sociales comparten habitualmente una misma estructura (Lovelock, 2019) sobre la que hemos realizado un análisis cualitativo de discurso con enfoque crítico (Van Zoonen, 1994) para discernir los discursos hegemónicos y contrahegemónicos (Kellner y Kim, 2010) que contienen catorce de sus producciones, a través de los tres elementos siguientes:

1. La identificación de la autoría (mediadora o autorreferencial).
2. La construcción del relato a través de los momentos críticos (epifanía de la identidad, *coming out*, inicio de relaciones amorosas, bodas, separaciones, participación en acciones políticas, interrupción del relato en redes).

3. Mediación tecnológica (cómo me muestro, *happycracia* (Cabanas y Illouz, 2019), cómo presento mi relato biográfico).

## 1. ¿Un yo mediador o autorreferencial?

La reivindicación de la identidad tiene un aspecto interesante en la propia autoría de las cuentas de las redes sociales. Este hecho, actúa como eje organizador de los discursos y mensajes objeto de análisis. Los sujetos LGTBIQ+ que tienen la tecnología adecuada al alcance pasan de ser relatados por las instancias del poder a autorelatarse públicamente. En estos dos casos objeto de nuestro análisis encontramos dos cuentas individuales, donde el propio nombre o adscripción de la cuenta corresponde a la identidad de la youtubera. Así, cuenta y identidad son dos elementos simbióticos que justifican las llamadas introspecciones sociológicas del *self* (Ellis, 1991), *mystories* (Ulmer y Koro-Ljungberg, 2015) o autoetnografía. Sin embargo, en los dos ejemplos analizados encontramos dos maneras distintas de articular el relato biográfico LGTBIQ+. En el caso de Elsa Ruiz Cómica, su perfil narrativo está más cercano a la mediación pedagógica puesto que ella se sitúa como una agente que facilita el debate de las cuestiones de interés para el público trans o LGTBIQ+ quedando sus propios eventos biográficos en segundo plano. Aunque en muchas ocasiones expone su punto de vista personal, su función es más bien divulgadora y busca situar el debate y esclarecer algunos términos opacos desde un punto de vista didáctico que favorece la interacción y el esclarecimiento de algunos términos conflictivos del debate identitario LGTBIQ+.

A lo largo de la construcción de su biografía digital se aprecia la complejidad de su carácter a medida que trata distintas temáticas del contexto social español, aunque el relato nunca tiene un objetivo autorreferencial. Su discurso evoluciona al mismo tiempo que se van produciendo cambios en la vida política y social del país. Así pues, a través de su biografía podemos ir siguiendo la polarización de la lucha LGTBIQ+ en España con los movimientos de extrema derecha, el debate sobre la ley trans y el posicionamiento de los distintos partidos en referencia a los asuntos LGTBIQ+. Elsa Ruiz Cómica huye de los personalismos y de las experiencias cotidianas íntimas y dibuja una autoría diversa con un punto de vista integrador y colectivo, hecho que supone una negociación de la identidad colectiva, en detrimento de una historia basada en los eventos más determinantes de la vida personal. En el caso de Dulceida, su punto de vista y la utilización de la primera persona, sigue más bien un recorrido inverso. Dulceida utiliza las cuestiones LGTBIQ+ para dar cuerpo y potencia a su marca personal construida a partir de su relato biográfico. Dulceida se ha perfilado en estos años como una de las *storytellers* que más ha representado la ilusión de la autenticidad. A través de la revelación de su propia verdad o de su vida íntima, ha logrado conectar con las narrativas épicas que ensalzan la

autenticidad. Su relato es descriptivo de su vida cotidiana, y destaca los aspectos más emocionales e íntimos de su vida privada, hecho que se traduce en un *engagement* visceral entre ella y sus seguidores, basado en la complicidad más emocional. La cuenta de Dulceida y su relato no buscan profundizar ni cuestionar algunos de los aspectos del debate político LGTBIQ+, ni intentar ofrecer un punto de vista crítico sobre el debate identitario. En este caso, su relato personal, encajaría más bien en la lógica del desarrollo de una identidad corporativa, en que su forma de estar en el mundo y de contarlo es una forma de autoproducción biográfica constante. La vida biológica se redefine como pura pulsión de rendimiento: ser uno mismo es optimizarse (Espluga, 2021). Así, ella misma se presenta como una persona singular cuya autorrealización se subordina a la conquista de una identidad determinada, en este caso la identidad LGTBIQ+, que pueda ejercer como motor productivo de relato, y a su vez, aumentar su cuota de seguidores.



Imagen 2: *Qué opina la derecha española de las personas trans | Lost in Transition*  
<https://www.youtube.com/watch?v=p8qj1oYLWuM&t=414s>

En referencia a su identificación en las siglas LGTBIQ+, Elsa Ruiz Cómica se identifica como una mujer trans, mientras que Dulceida lo hace como bisexual. En el primer caso, existe una identificación política de la voz que emite el mensaje. En el vídeo *¿Es Anabel Alonso transfoba?* (13.517 visualizaciones en 2022), Elsa Ruiz Cómica reconoce que, aunque pertenece a una minoría trans discriminada, tiene algunos privilegios por ser blanca, por ser europea, por ser paya, por no tener diversidad funcional o no ser neurodivergente, hecho que sitúa el lugar desde donde emite el discurso. En el caso de Dulceida, su identificación no ahonda en contextualizar su punto de vista y vincularlo

con otros ejes de discriminación, sino más bien en una justificación personal en que busca vincular su identidad LGTBIQ+ con una aceptación heteronormativa. Las dos cuentas justifican su existencia y su voz en el intento de trascender una vergüenza o un pánico moral a ser leídos como personas LGTBIQ+. Así en diferentes momentos del relato, las protagonistas temen “las reacciones” tanto online como offline que su identidad pueda causar, tanto en su entorno más cercano como entre sus seguidores en las redes sociales.

## **2. ¿Son los momentos críticos biográficos los que articulan el relato LGTBIQ+ contemporáneos heteronormativos?**

Las biografías digitales, como las desarrolladas en otras narrativas construidas a través de los años, se estructuran a través de momentos críticos que serían los que ordenan el relato y le dan sentido. El concepto de momento crítico, desarrollado por Thomson y Holland (2002), pone el foco en cómo sucesos concretos tienen un peso determinado en una biografía, representan un antes y un después, y también provocan unas consecuencias identitarias concretas. Éstos marcan el punto, el nodo, el momento clave de los mapas biográficos en los que se pone de manifiesto su significación política. Los “momentos críticos” pueden ser personales o sociales y son recurrentes en las historias vitales de personas LGTBIQ+, coinciden en tiempo y significado y esto favorece que puedan convertirse en rituales que sirven como ceremonias de paso (de Coppet, 1992) que marcan los itinerarios vitales y que se reproducen socialmente. Así pues, en los testimonios que nos ocupan encontramos la repetición en las narrativas de estos momentos críticos.

En el caso de Dulceida, su biografía digital refleja estos momentos críticos desde un punto de vista personal. Esta biografía, que se ha desarrollado en más de una década, está plagada de momentos críticos cercanos a las biografías tradicionales en los contextos occidentales y heteronormativos. De hecho, su relato podríamos decir que sigue una cronología lineal reproduciendo las historias de vida desde una lógica heteropatriarcal basada en la celebración de los rituales católicos vinculados a la maduración, el emparejamiento, el amor romántico o la monogamia. Son eventos autobiográficos específicos que reproducen ciertos estereotipos o historiotipos (McAdams, 1985). De hecho, aunque internet podría dibujarse como un campo donde se desarrolle una ritualidad propia, en muchos casos, se reproducen algunos de las ceremonias legitimadoras de la sociedad donde se inscribe, pero también otros del medio tecnológico donde tiene lugar (de Coppet, 1992).

Uno de sus vídeos inaugurales de esta serie de momentos estereotipados sería el vídeo en que se presenta socialmente como bisexual debido a su primer enamoramiento de una mujer. El vídeo Mi

orientación sexual (3.748.528 visualizaciones en 2022) formaría parte de la categoría de *coming out video* (Alexander y Losh, 2010) en que los youtuberos salen del armario ante el público explicando cómo un enamoramiento iniciático - o una incipiente relación afectiva- motiva la definición de su nueva identidad LGTBIQ+. Las historias de *coming out* son muy identificables por nuestra herencia narrativa tanto racionalmente como emocionalmente, ya que apelan a elementos que reconocemos como podría ser la empatía con una historia de superación, con un sufrimiento duradero, el comprometerse con una causa contestataria o el hecho de perseguir un objetivo heroico (Elsbree, 1982). Dulceida cuenta ante la cámara su experiencia de enamoramiento de una mujer y muestra el miedo a las reacciones que pueda suscitar esta revelación, hecho que provoca una empatía en el espectador, que puede llegar a admirar la valentía con la que expresa su verdad en el entorno heteronormativo en que tiene lugar la producción. En el caso de Dulceida, su relato vital deja constancia de todas las fases de evolución en la construcción de la pareja hasta llegar a otro punto culminante también dentro del imaginario heteronormativo: el momento de la boda. Dulceida también muestra en otro vídeo *Sí quiero! #Dulcewedding Dulceida y Alba* (7.559.611 visualizaciones 2022) el día de la boda con la novia de la que hablaba en el anterior vídeo. “Vais a estar conmigo el día más importante de mi vida, como siempre” dice. “El sueño que había tenido toda mi vida, casarme con un vestido de princesa como el que llevo” en los que queda patente su correspondencia con los roles clásicos de feminidad y también los estereotipos vinculados a los cuentos de hadas y al *happy end*, propios de las narrativas filmicas occidentales. En este vídeo se retransmite la ceremonia pública de la boda en una cala idílica y todo el ritual social habitual de exaltación del amor romántico. Pasados los años, Dulceida relatará en otro vídeo colgado en su canal la crónica de su separación en el vídeo *Vuelvo y os abro mi corazón - Toda la verdad*, (995.299 visualizaciones en 2022). La youtubera explica cómo ha sido su separación y sus momentos alejada de las redes sociales a causa del dolor del desamor. Así como en los primeros vídeos resaltaba el tópico de felicidad del enamoramiento en este último expresa su tristeza, hecho que por una parte sitúa también este sentimiento como algo que puede ser contado, y lo encaja también en una lógica narrativa reconocible. En este caso se refuerzan las narrativas de la alegría vinculada a la unión y la tristeza a la separación. Por otro lado, estas emociones contribuyen a generar un tono melodramático que busca generar atracción en la audiencia. También las frases del tipo toda la verdad o os abro mi corazón suponen un anzuelo para garantizar contenido íntimo y auténtico a la audiencia a través de estos momentos críticos biográficos catalogados en nuestro imaginario como momentos de gran importancia. La epifanía (Denzin, 1989) en el caso de Dulceida ya no es una excepción, sino algo perpetuo que debe ser constantemente redefinido para crear expectativas sin que se pierda la espontaneidad: “Donde mejor me siento es en YouTube, me siento, me abro”. La autoprotección y la confianza en una misma aparecen como sinónimo de empoderamiento (Banet-Weiser, 2018) en una práctica con códigos consolidados que

está vinculada a la presentación orgullosa de la propia identidad a la vez que permite el refuerzo de la marca personal (Wuest, 2014).

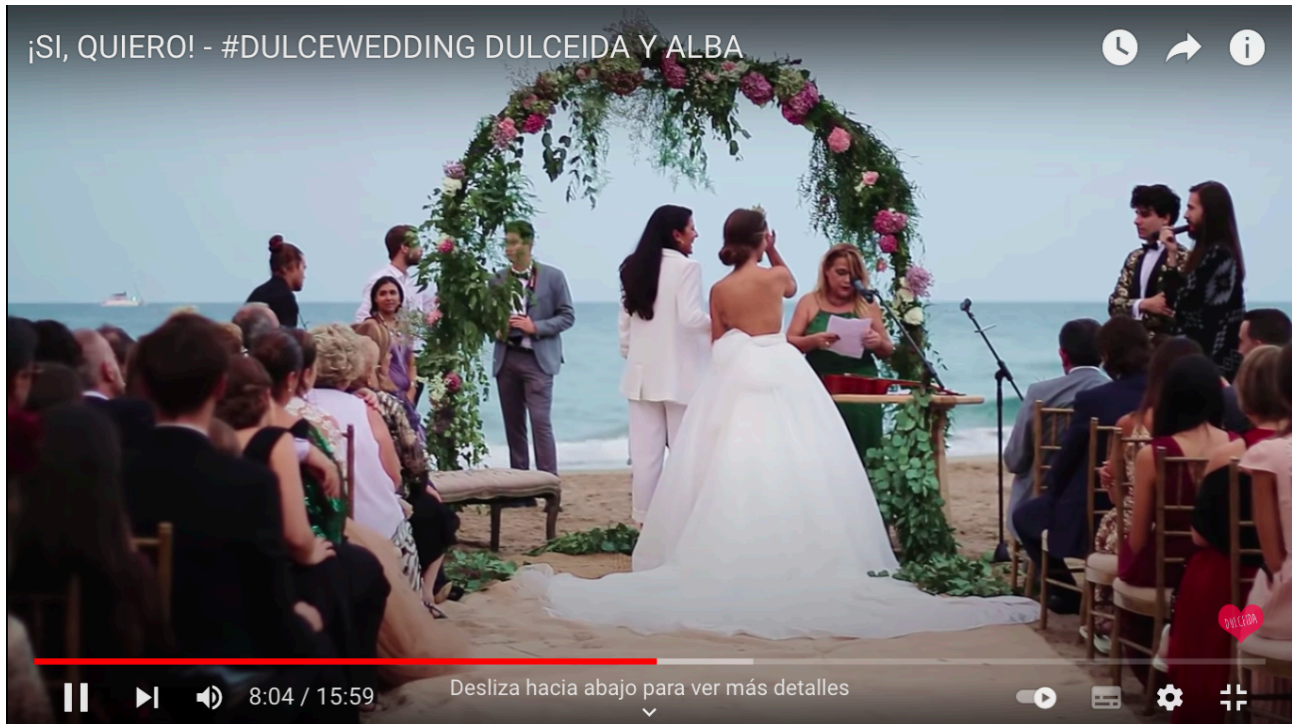


Imagen 3: *Sí quiero!* #Dulcewedding Dulceida y Alba

<https://www.youtube.com/watch?v=24ghWJ2sXG0>

En el caso de Elsa Ruiz Cómica, a lo largo de todos los años de exposición pública a través de la configuración de esta biografía digital, los momentos críticos que estructuran su discurso están más vinculados con sucesos del contexto político y social, más que de su vida personal. Estos momentos críticos corresponden a cambios legislativos, al auge de la extrema derecha o a ciertos movimientos en el seno de los partidos políticos con representación parlamentaria o los colectivos feministas o LGTBIQ+ españoles. En *Qué opina la derecha española de las personas trans* (17.727 visualizaciones en 2022) ofrece un compendio de declaraciones públicas de diferentes personalidades respecto a la ley trans y, por tanto, hace un uso político de la pedagogía y la formación. En este caso, analiza las respuestas que da el político Jaime Mayor Oreja (Partido Popular) a favor de la derogación del matrimonio LGTBIQ+ o hace alusiones religiosas al género diciendo que una persona no puede decidir su género cuando a ella le apetezca; y las que da Rocío Monasterio (VOX) diciendo por qué tienen que adoctrinar a los niños en la doctrina LGTBIQ+. Elsa Ruiz Cómica analiza dos noticias aparecidas en la prensa que involucran dos personalidades de la derecha española. Por ejemplo, en el vídeo *¿Por qué se junta Lidia Falcón con la ultraderecha?* (8968 visualizaciones en 2022) o *¿Es*

*Anabel Alonso tráfobos?* (13.517 visualizaciones en 2022) Elsa Ruiz Cómica analiza algunos de los debates más actuales como por ejemplo como algunas feministas reconocidas en el panorama mediático o algunas actrices declaradamente lesbianas se alían con posicionamientos tráfobos. En este sentido, el análisis de la actualidad informativa en torno al movimiento feminista y en defensa de los derechos humanos sirve para retratar la persecución que todavía existe, especialmente, en el colectivo trans, donde se inscribe la propia youtubera. En el caso del vídeo *La transición hacia la transfobia del PSOE*, Elsa Ruiz Cómica analiza el cambio radical de opinión de algunas personas del partido popular respecto al posicionamiento trans, como es el caso de Ángeles Álvarez. Elsa Ruiz disecciona el discurso político con detalle, en el marco de un trabajo de investigación periodístico, para esclarecer los giros y las tendencias de la opinión pública.



Imagen 4: *Vuelvo y os abro mi corazón - Toda la verdad*

<https://www.youtube.com/watch?v=0PBLwAtlfxM>

En los dos casos, su biografía digital tiene un momento crítico compartido, que conecta directamente el plano personal con el plano público. Se trata del momento en que ambas deciden desconectar de las redes sociales, con lo cual, su relato vital digital queda interrumpido generando una ruptura biográfica. En los dos casos, esta decisión corresponde a una necesidad psicológica. El agotamiento *-burn out-* de youtuberos es el motivo por el cuál declaran públicamente que han decidido dejar las redes sociales. Las dos interpretan el alejamiento de la vida digital como un bálsamo para recuperarse de la ansiedad y la depresión vinculadas con el esfuerzo narrativo. Lo atribuyen a la sobreexposición

mediática, al acoso de los haters o también a la necesidad de mostrar siempre una imagen fuerte y positiva. En el caso de Elsa Ruiz Cómica se despidió de las redes sociales en noviembre de 2021, y en el caso de Dulceida en agosto de 2021, después de su separación y de la muerte de su abuela. Esta interrupción del relato supone, en muchas ocasiones, el desespero de sus seguidores que dejan de recibir la entrega correspondiente de su relato vital. Así, se pone en evidencia que estas biografías no son la vida misma, sino tan solo una representación como podría ser cualquier otro producto audiovisual de entretenimiento.

### 3. ¿Un documento histórico o una ficción?

Siguiendo con el punto anterior, es importante preguntarnos si la mediación digital afecta el marco social y epistémico que estamos tratando. ¿Afecta el mecanismo, el soporte y la intencionalidad del vídeo a su carácter documental? ¿El hecho de ser un documento audiovisual que se cuelga en las redes sociales lo separa de los hechos que transcurren en la vida real? La identidad online proporciona un mayor control de la imagen proyectada, que en muchas ocasiones pierde su significado político en favor de su significado estético. Los youtuberos, que en muchas ocasiones se han convertido en *influencers*, exponen su intimidad para generar un efecto de espectacularización que atraiga a sus espectadores potenciales. La exhibición de su identidad también está vinculada, en algunas ocasiones, con la acumulación de capital mediático y sexual. La edición y el montaje de los vídeos permite transmitir una identidad online atractiva, donde el mensaje sea comprensible, auténtico o atrayente. La propia edición del vídeo, así como la escenografía y el aspecto performático definen por tanto la intencionalidad del discurso y afectan en su propio contenido (Raun, 2016; Tortajada et al., 2019).

En el caso de Dulceida, las producciones de esta youtubera muestran un aspecto más variable en el tiempo, hecho que refuerza su planteamiento de ir mostrando los diferentes episodios de su biografía en los entornos y circunstancias donde ésta se está dando. De hecho, los propios escenarios forman parte de su identidad corporativa y de su relato biográfico, basado en una supuesta expansión a través de los viajes, un estilo de vida lujoso y atractivo que le permite vivir en un constante estado de estímulo. Desde su habitación, hasta habitaciones de hoteles que muestra en sus viajes, hasta otros espacios como pueden ser restaurantes, playas, gimnasios, etc. Los encuadres también se adaptan a la narrativa del momento, así como las personas que la acompañan. Introduce elementos gráficos, como emoticonos e ilustraciones, para reforzar el mensaje y hacerlo más fácil y comprensible.

Referente a los mensajes, Dulceida utiliza frases cortas y de alto contenido emocional que no admiten matices. En el vídeo *No a la homofobia* (822.596 visualizaciones en 2022) declara “Odio a la gente homófoba” o “Yo he nacido sin perjuicio”. También utiliza frases de *engagement* con la audiencia.

En el vídeo *Mi orientación sexual* (3.748.528 visualizaciones en 2022) dice “Bueno, ya sabéis expongo mucho mi vida. Me preguntáis muchísimo y yo siempre contesto a todo y a esto no estaba contestando. Y bueno, sois mi familia. Y me apetece que sepáis esto. Porque aunque es algo normal y corriente mucha gente no lo ve así”. En *Vuelvo y os abro mi corazón - Toda la verdad* (995.299 visualizaciones en 2022). reconoce que es en YouTube donde se sienta más cómoda, se abre y puede decir toda la verdad, aunque también reconoce que “en este vídeo puede pasar de todo”, justificando una supuesta espontaneidad del directo y como si después no tuviera capacidad para editar. En este vídeo, Dulceida asegura que se ha tomado un descanso de las redes porque no quería “mostrar por mostrar” y para hacer un ejercicio de honestidad.

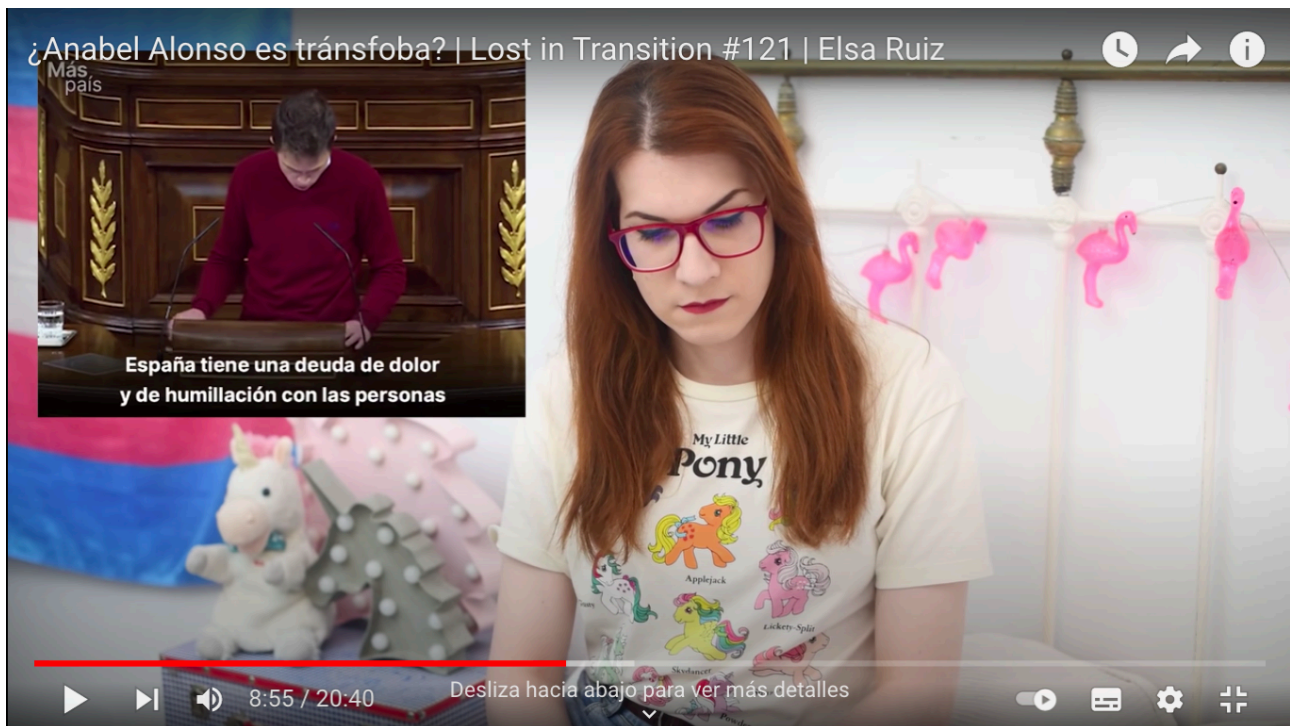


Imagen 5: *¿Anabel Alonso es transfoba? | Lost in Transition*

<https://www.youtube.com/watch?v=CTcbJAHuuXQ>

En el caso de Elsa Ruiz Cómica, va desarrollando sus capítulos en su set estable en el tiempo. Aunque se trata de su habitación, la escena remite a un formato de escenario televisivo en que se mantiene siempre la misma posición de la cámara y el encuadre. Parte de un encuadre de plano medio, en el que aparece Elsa Ruiz Cómica sentada con la bandera trans al fondo. Elsa Ruiz Cómica se explica con una seriedad cercana a un formato informativo en que el discurso se estructura con orden y con una voluntad didáctica. Elsa Ruiz Cómica siempre empieza sus vídeos con el mismo mensaje de bienvenida en lenguaje inclusivo. “Hola soy Elsa Ruiz y eres bienvenido, bienvenida y bienvenide una semana más a Lost in Transition, mi rincón de Youtube donde hablo de mis experiencias, reflexiones y opiniones como mujer trans y otras cosas relacionadas con el colectivo LGTBIQ+”

hecho que sitúa el mensaje y sus intenciones como punto de partida. La narrativa verbal normalmente se refuerza con mensajes escritos a modo de titular en la pantalla. En los distintos vídeos se hace referencia al archivo de producciones en el canal, y se intenta el *engagement* del público a través de los comentarios o a través de las suscripciones en el canal. En el vídeo *¿Qué opina la derecha española de las personas trans?* (17.727 visualizaciones en 2022) Elsa Ruiz Cómica motiva el voto en las elecciones parlamentarias para evitar el auge de la derecha y la extrema derecha en España. “Quiénes podemos votar, debemos hacerlo, ya que en estas elecciones nos jugamos mucho en España”.

La búsqueda de una aceptación social homonormativa busca trasladar la estructura narrativa del final feliz también a las biografías LGTBIQ+. Si hasta ahora sólo el amor heterosexual suponía la posibilidad de un final feliz, es decir aquello que orienta la vida, le da dirección o propósito, las historias LGTBIQ+ buscan también constituirse en una narrativa feliz y cohesionada (Ahmed, 2018). Muchas veces esto se da adoptando algunos de los roles o los recursos que a lo largo del tiempo han vinculado las narrativas heterosexuales a las de la felicidad. Y es que la felicidad se ha convertido en el criterio de una vida bien vivida, en el cual la superación de la adversidad por medios propios siempre será considerada un valor (Cabanas y Illouz, 2019). En este sentido la mediación de Internet supone la posibilidad de construir un relato en que el objetivo sea contarse a una misma y a las otras que se va por buen camino. Es mucho más evidente en el caso de Dulceida que repite en muchos vídeos analizados que ella “se siente muy feliz”. En este sentido, el relato biográfico digital también representa un viaje hacia un estado de superación personal, una supuesta esencia a la cual se llega a través del esfuerzo (Espluga, 2021) La voluntad de cambio social y el rechazo del orden existente le debe mucho a sentimientos como la ira y el resentimiento (Cabanas y Illouz, 2019).

La modernización reflexiva viene a convertirse en ese espacio de debate necesario para la generación de ideas y propuestas que buscan ofrecer rutas alternativas al orden que pretendidamente está establecido; y a su vez, tendría como propósito evitar el anquilosamiento de la explicación social, revitalizando para ello los elementos conceptuales y categoriales que la componen. Así pues, la capacidad de narrar la propia vida -de una manera estratégica- requiere haber tenido acceso a muchos recursos, que no sólo están vinculados con los recursos materiales, sino con una capacidad reflexiva que muchas veces es resultado de un buen apego, una integración comunitaria o una educación (Giddens, 1991). Por ello, es importante subrayar que, cada vez más, los espacios de autorrepresentación y reflexividad son digitales. Las prácticas deliberativas y relacionales online están ampliamente extendidas, diluyendo las fronteras de lo privado y de lo público (Masip et al., 2019) y generando las estrategias de gestión del yo (Tortajada et al., 2019).

## Conclusiones

El relato biográfico LGTBIQ+ digital en el contexto español contribuye a devolver la agencia del discurso y las representaciones biográficas LGTBIQ+ a los ciudadanos a través de las prácticas online, después de décadas de represión legal y de la construcción externa de la identidad LGTBIQ+ a partir de los documentos oficiales.

Del 2010 hasta la actualidad, hemos vivido una eclosión de narrativas digitales en las redes sociales, también en el contexto español. Esta verbalización de la identidad revela el crecimiento de consciencia de una identidad hasta el momento prohibida en la esfera pública.

Así, las distintas narrativas LGTBIQ+ en las redes sociales superan la llamada biopolítica de los cuerpos policiales y el control institucional se desarticula progresivamente con la aparición de distintas voces que se declaran LGTBIQ+ en un contexto político y social todavía marcado por los discursos de extrema derecha y por los ataques LGTBIQfobos.

YouTube se convierte en una red de referencia en la que los jóvenes se apropian de su voz, y construyen unas biografías digitales que desafían el contexto heteronormativo pero que también lo reproducen a través de su propia narrativa biográfica. Aunque estas identidades digitales que surgen de la cultura popular contribuyen a visibilizar socialmente la identidad sexual o afectiva, en muchas ocasiones, caen en la reproducción de roles heteropatriarcales a través de volver a las lógicas de una biografía convencional basada en momentos claves que estructuran una vida. En cambio, las biografías también pueden servir como un mecanismo para entender el sentir de una época y los retos políticos a los que nos enfrentamos. Entre los momentos críticos o epifanías encontramos tanto las vinculadas a la vida personal como la salida del armario, la unión en pareja, la separación o el abandono del relato digital. Precisamente esta desconexión de las redes sociales debido al agotamiento o al síndrome *burn out* evidencia la mediación entre la vida y el relato y alerta de los posibles efectos perjudiciales de la sobreexposición, así como la constante autoimposición de autorrelatar-se constantemente.

La convivencia generacional contemporánea entre las personas LGTBIQ+ que vivieron los últimos años del franquismo y los jóvenes youtubers supone un momento histórico excepcional ya que conviven en el mismo periodo histórico individuos injusticiados y narrados por la Ley de Vagos y Maleantes con los youtubers que han ganado la batalla por la representación.

Hoy en día y en este contexto, declarar públicamente una identidad LGTBIQ+ implica un cierto nivel de desajuste con los valores mayoritarios imperantes en el contexto histórico en el que tiene lugar. Así, definirse como LGTBIQ+ en la primera década del siglo XXI nos habla todavía de una necesidad de salir del armario a través de los propios cuerpos. Una radiografía de un momento histórico particular, al que seguramente seguirá otro donde hablar de diversidad sexual no represente desvelar ningún secreto privado.

## Referencias

Ahmed S. (2018): *La promesa de la felicidad*. Una crítica cultural al imperativo de la alegría. Buenos Aires: La caja negra.

Ahmed S. (2018): *Fenomenología queer*. Orientaciones, objetos, otros. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Alexander J. y Losh E. (2010): "A YouTube of one's own?: "Coming out" videos as rhetorical action". In C. Pullen & M. Cooper (Eds.), *LGBT identity and online new media* (pp. 37–50). New York, NY: Routledge.

Alfarache Lorenzo, Á. G. (2014). Las mujeres lesbianas y la antropología feminista de género. *Teoría y pensamiento feminista*.

Altmann, W. (2006): "Vicio repugnante en lo social, aberración en lo sexual, perversión en lo psicológico y defecto en lo endocrino". Un ensayo bibliográfico sobre la homosexualidad y los homosexuales bajo la dictadura franquista. *Iberoamericana (2001-)*, 6(22), 193-210.

Banet-Weiser, S. (2018): *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press. ISBN 1478001682.

Beck, U. (1997): Subpolitics. Ecology and the Disintegration of Institutional Power. *Organization & Environment*, 10(1), 52-65. DOI: <https://doi.org/10.1177/0921810697101008>

Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2003): *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas políticas*. Barcelona: Paidós. ISBN 9788449314704.

Buckingham, D. (2007): “Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the internet”. *Research in comparative and international education*, v. 2, n. 1, pp. 43-55.

<https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>

Burgess, J. y Green, J.(2009): *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity Press. ISBN: 978 0 745644790

Butler, J. (1990): *Gender trouble*. Abingdon: Routledge.

Cabanas, E. y Illouz, E. (2019): *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Planeta.

De Fluvià, A. (2013). Orígens i història del moviment homosexual als Països Catalans. *divÈrsia*, (3).

Denzin, N. K. (1970): *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldin.

Denzin, N. K. (1989). *Interpretive biography* (Vol. 17). Sage.

De-Ridder, S. y Van Bauwel, S. (2015): “Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites”. *Communications. The European journal of communication research*, v. 40, n. 3, pp. 319-340.

<https://doi.org/10.1515/commun-2015-0012>

El País (31 de julio de 2008). La justicia abre los expedientes de ‘vagos y maleantes’. El País.

[https://elpais.com/diario/2008/08/01/catalunya/1217552850\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/08/01/catalunya/1217552850_850215.html)

Espluga, E. (2021): *No seas tu mismo*. Barcelona, Paidós.

Ellis, C. (1991): *Sociological introspection and emotional experience*. *Symbolic Interaction*, 14, 23-50.

Ellis, R. R. (1997): *The Hispanic homograph: gay self-representation in contemporary Spanish autobiography*. University of Illinois Press.

Elsbree, L. (1982): *The Rituals of Life: Patterns in Narratives*, London: Kennikat Press.

Ferrarotti, F.(2013): Histoire et histoires de vie. *Histoire et histoires de vie*, 2013, p. 1-148.

flores, V. (2021): *Romper el corazón del mundo: modos fugitivos de hacer teoría*. Continta me tienes.

Fraser, N. (1990): “Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy”. *Social text*, n. 25/26, pp. 56-80.

<https://doi.org/10.2307/466240>

Gasol, D. (2022): *Orden público: Vagos, Maleantes y Peligrosidad Social*. Galería Chiquita Room, Barcelona.

Giddens, A. (1995): *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península. ISBN: 84 29737847

Halberstam, J. (2018): *El arte queer del fracaso*. Madrid: Egales.

Kellner, D. y Kim, G. (2010): “YouTube, critical pedagogy, and media activism”. *Review of education, pedagogy and cultural studies*, v. 32, n. 1, pp. 3-36.

<https://doi.org/10.1080/10714410903482658>

Lovelock, M. (2017): “Is every YouTuber going to make a coming out video eventually?’ Youtube celebrity video bloggers and lesbian and gay identity”. *Celebrity Studies* 8(1): 87–103.

Lovelock, M. (2019): “My coming out story”: Lesbian, gay and bisexual youth identities on YouTube”. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 70–85.

Masip, P.; Ruiz-Caballero, C. y Suau, J. (2019): “Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 2, e280204.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>

McAdams, D.P. (1985): *Power, intimacy and the life story: personological inquiries into identity*. New York, NY: Guilford Press.

Plummer, K. (1995): *Telling sexual stories: Power, change and social worlds*. London: Routledge.

Polkinghorne, D-E. (1988): *Narrative knowing and the human sciences*. Albany: State University of New York Press.

Raun, T. (2016): *Out online: trans self-representation and community building on YouTube*. New York: Routledge. ISBN: 978 1 315599229

Renov, M. (2004): *The subject of documentary* (Vol. 16). U of Minnesota Press.

Ricœur, P. (1978): "The Metaphorical Process as Cognition, Imagination and Feeling." *Metaphor. Spec. issue of Critical Inquiry* 5.1 (1978): 143–159.

Santore, D. (2011): Heterosexual intimacy. *Introducing the new sexuality studies*, 201-205.

Sibilia, P. (2003): Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. En Lemos, A. y P. Cunha (orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina. Pp. 139-152.

Torres, H. (2019): Bastardas de Camille. Fabulación y feminismo especulativo de la mano de Donna Haraway. *Ecología Política*, (57), 98-103.

Tortajada, I., Caballero-Gálvez, A. y Willem, C. (2019): "Contrapúblicos en YouTube: el caso del colectivo trans". *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280622.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.22>

Troiden, R. (1989): "The formation of homosexual identities". *Journal of homosexuality*, 17.

Ulmer, J.B. y Koro-Ljungberg, M. (2015): Writing visually through (methodological) events and cartography. *Qualitative Inquiry*, 21(2), 138-152.

Van-Zoonen, L. (1994): *Feminist media studies*. London: Sage. ISBN 978 0 803985544

Weeks, J. (1993): *El malestar de la sexualidad*. Madrid. Talasa.

Wuest, B. (2014): “Stories like Mine: Coming Out Videos and Queer Identities on YouTube”. En: Pullen, C. (Ed.) *Queer Youth and Media Cultures*. Londres: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-38354-9.

Zurian, F.A. (2018): Representaciones LGTBIQ en la televisión de ficción española, de la Transición a Zapatero. *Representaciones LGTBIQ en la televisión de ficción española, de la Transición a Zapatero*, 243-261.

## 4. Estudio de caso 3



## Investigaciones Feministas

ISSN-e: 2171-6080

<https://dx.doi.org/10.5209/infe.69684>

 EDICIONES  
COMPLUTENSE

# La reapropiación del insulto como resistencia *queer* en el universo digital: el caso Gaysper<sup>1</sup>

Anna Zaera Bonfill<sup>2</sup>, Iolanda Tortajada Giménez<sup>3</sup>, Antonio A. Caballero Galvez<sup>4</sup>

Recibido: Mayo 2020 / Revisado: Junio 2020 / Aceptado: Octubre 2020

**Resumen. Introducción.** El auge y resurgimiento de grupos extremistas conservadores en el Estado español ha venido acompañado de un incremento de imágenes y mensajes de odio contra el feminismo y el colectivo LGTBIQ+ (Kimmel, 2019; Halberstam, 2018). Los discursos hegemónicos y no hegemónicos se encuentran en una batalla por la representación (Hall, 1997) de la que los grupos minoritarios han quedado excluidos y discriminados. **Objetivos.** La democratización que han supuesto las redes sociales ha generado un espacio crítico desde el que los públicos no hegemónicos pueden subvertir los discursos dominantes y generar nuevas imágenes simbólicas a partir de la apropiación y el sabotaje cultural (Morduchowicz, 2012; Harold, 2004). Este fue el caso de “Gaysper”, un fantasma con la bandera del orgullo LGTBIQ+, que el partido político Vox empleó en un meme de internet para representar al colectivo como uno de los enemigos nacionales. **Metodología.** Esta investigación se ha realizado a partir de un análisis crítico del caso de estudio mencionado así como la constitución de dos grupos de discusión con participantes del debate online. **Conclusiones y discusión.** El artículo supone una reflexión crítica sobre el apropiacionismo y el uso del humor como herramientas subversivas de desactivación a los ataques homófobos y sexistas de las nuevas olas conservadoras. “Gaysper” ejemplifica la consolidación de las redes sociales como escenario excepcional para la construcción de identidades políticas, y un símbolo del poder creativo del colectivo LGTBIQ+ para convertir en orgullo y esperanza, lo que surgió desde la violencia homófoba y sexista.

**Palabras clave:** LGTBIQ+; apropiacionismo; redes sociales; representación; identidad; homofobia.

## [en] The reappropriation of the insult as queer resistance in the digital universe: the Gaysper case

**Abstract. Introduction.** The rise and revival of far-right political groups in Spain has resulted in an increase in hate speech against, and hateful portrayal of, both feminism and the LGTBIQ+ community (Kimmel, 2019; Halberstam, 2018). Hegemonic and non-hegemonic discourses are waging a war for representation (Hall, 1997), from which minority groups have been excluded, resulting in their continuing discrimination. **Objectives.** The democratization of social media has allowed for a critical space whence non-hegemonic publics are now able to subvert dominant discourses and generate new symbolic images by means of appropriation and cultural sabotage (Morduchowicz, 2012; Harold, 2004). This is the case with ‘Gaysper’, a ghost icon dressed in the rainbow colors of the LGTBIQ+ pride flag, which the far-right Spanish party Vox wielded as an online meme to deride that community and portray it as a national enemy. **Methodology.** This research has drawn on a critical analysis of this particular case of study and two focus groups made up by participants in an online debate. **Conclusions and discussion.** This article reflects critically on appropriationism and the use of humor as subversive tools for deactivating homophobic and sexist attacks by today’s rising far right. ‘Gaysper’ exemplifies how social media currently make for an outstanding scenario for the construction of political identities, and what a long way the creative power of the LGTBIQ+ movement has come to transform something born out of homophobic and sexist violence into a call for hope and pride.

**Keywords:** LGTBIQ+; appropriationism; social networks; representation; identity; homophobia.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Marco teórico. 2.1. La inacabada batalla por la representación. 2.2. Subpolítica *queer online*. 2.3. Caso de estudio: Gaysper 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Conclusiones. Referencias Bibliográficas.

**Cómo citar:** Zaera Bonfill, A.; Tortajada Giménez, I.; Caballero Galvez, A. A. (2021). La reapropiación del insulto como resistencia *queer* en el universo digital: el caso Gaysper. Preciado, en *Revista de Investigaciones Feministas* 12(1), 103-113.

<sup>1</sup> Investigación financiada. Proyecto I+D Programa de excelencia, Subprograma estatal de generación de conocimiento. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Proyecto coordinado con las Universidades Rovira i Virgili y la Universidad de Málaga. Título: Producción cultural en las redes sociales: industria, consumo popular y alfabetización audiovisual de la juventud española con perspectiva de género. Referencia: FEM2017-83302-C3-3-P. Duración: 01/07/2018-01/01/2022.

<sup>2</sup> anna.zaera@gmail.com  
Periodista e investigadora, España

<sup>3</sup> yolanda.tortajada@urv.cat  
Universitat Rovira i Virgili, España

<sup>4</sup> antonio.caballero@urv.cat  
Universitat Rovira i Virgili, España

## 1. Introducción

El giro afectivo en los Estudios Culturales y dentro de las Ciencias Sociales ha supuesto un revulsivo para el estudio de las subjetividades *queer*, las cuales han estado históricamente marcadas por la presión social para ajustarse a lo heteronormativo, principalmente a través de la culpabilización, la vergüenza y el insulto. A lo largo de los últimos cincuenta años, podemos acercarnos a diferentes casos de estudio en los que la comunidad LGTBIQ+ ha tomado un término o símbolo, usado en su contra a modo de insulto, para apropiárselo y dotarlo de un nuevo significado. Así ha ocurrido con los insultos “marica” o “bollera”, empleados por el propio colectivo gay y lésbico respectivamente, para autodenominarse. Lo mismo sucedió con el triángulo rosa invertido, usado por los nazis para señalar las personas homosexuales y, convertido en un símbolo del colectivo a partir de la década de los 70 (Plant, 2000).

Una de las herramientas empleadas por el colectivo LGTBIQ+ para contrarrestar los ataques de los movimientos “Alt-right” ha sido la apropiación de sus propios símbolos y expresiones, como fue el caso “Gaysper”. El uso de un fantasma ilustrado con los colores de la bandera del orgullo gay por parte del partido político Vox, como símbolo del miedo y la amenaza de dicho colectivo para la sociedad, se convirtió en menos de 24 horas en uno de los mayores iconos de la comunidad LGTBIQ+ en el Estado Español de los últimos años. Un icono, nacido del odio, que ha acabado convirtiéndose en un símbolo de toda la comunidad LGTBIQ+.

Una imagen es política porque con los medios técnicos que tenemos al abasto la imagen es mutante y viajera (Manovich, 2005). Es decir, permite a los públicos que la copien, modifiquen y reutilicen cambiando su sentido original, en un proceso en el que se pierde la autoría y el significado inicial. Una de las claves del éxito del apropiacionismo es su fuerza ilocutiva. Según Pons (2019), los insultos son vividos como algo ofensivo por cuestiones culturales por lo que, al apropiarnos de un insulto, se destruye toda la fuerza de su posible efecto dañino. Este artículo se ubica dentro de una reflexión crítica sobre la política transformadora de las apropiaciones (Hall, 1997; Morley, 1996; Harold, 2004) y el uso del humor y lo cómico para regular las normas sociales y expresar las ansiedades contemporáneas sobre los valores éticos y morales relacionados con la sexualidad (Platero y Rosón, 2019). Exploramos las subversiones y apropiaciones que se han producido en las redes sociales a través del análisis de los debates en las redes sociales sobre el caso “Gaysper”. A partir de una muestra intencional, se realizará un análisis de contenido crítico y cualitativo de dos grupos de discusión con participantes del debate online para captar los significados que se construyen acerca de “Gaysper” y su circulación pública, así como las apropiaciones del emoji en las interconexiones de lo *online* y lo *offline*.

## 2. Marco teórico

### 2.1. La inacabada batalla por la representación

A pesar de algunos avances significativos, todos aquellos grupos que están excluidos de la posibilidad de crear discursos hegemónicos y que, como consecuencia, son definidos por dicha hegemonía, se encuentran inmersos en la batalla por la representación (Hall, 1997). Así, se ven enfrentados a dos tendencias que, aunque parezcan contrarias, actúan con un mismo objetivo distorsionador: la invisibilidad de sus identidades (Alexander, 2002) o la hipervisibilización estereotipada de sus colectivos, siempre que se les pueda asociar a lo anómalo o a lo indeseable. Así, las representaciones estereotipadas dependen directamente de la posición social que ocupan algunos colectivos, delimitando y condicionando de forma tangible sus opciones (Dyer, 1993) y, actualmente, se nutren de un racismo y un sexismo modernos que están incorporados en numerosas prácticas sociales, políticas y culturales. Estas prácticas reaccionarias deslegitiman las aspiraciones políticas de las minorías negando que la discriminación continúe siendo un problema para estos colectivos al tiempo que promueven la hostilidad hacia ellos (Entman, 1992; Lameiras et al., 2009). La difusión de datos falsos, la argumentación defectuosa, el uso de un lenguaje para causar divisiones y las metáforas deshumanizadoras son algunas de las estrategias del lenguaje del odio que transportan las prácticas mencionadas (Noriega e Iribarren, 2009). En definitiva, se trata de provocar sentimientos negativos como el miedo y el resentimiento (Entman, 1992) mientras se defiende que ya no existen opresiones racistas o sexistas, que los colectivos están presionando demasiado y que muchos de sus logros recientes son innecesarios.

En esta batalla (política) por la representación (Hall, 1997) las acciones a favor y en contra de los derechos de las minorías están fuertemente entrelazadas. Ya en la década de 1960, los movimientos en defensa de los derechos civiles, el empuje del feminismo, el pacifismo, las luchas estudiantiles o las reivindicaciones de gays y lesbianas reavivaron las políticas de la extrema derecha que habían quedado arrinconadas momentáneamente. También hoy, el clamor de las mujeres, los negros y los homosexuales por conseguir acceso al poder cabrea a los hombres blancos que sienten que estos arribistas no merecen los derechos que reclaman y que les están quitando todo. Para quienes comparten esta visión racista y misógina, el feminismo se interpreta como una ideología mezquina y enemiga de los hombres y la masculinidad tradicional como un espacio a preservar de quienes quieren combatirla. Todos los problemas se deben a las mujeres pero, sobre todo, al feminismo, que las convierte en unas caprichosas interesadas que se aprovechan del hombre a la menor ocasión o las hace empeñarse en acabar con el patriarcado, que es el orden natural de las cosas (Kimmel, 2019).

Estos grupos misóginos y homófobos emplean, además de las tácticas de lenguaje ya descritas, numerosas inversiones y afirmaciones hiperbólicas para justificar y tratar de defender a toda costa unos privilegios de género, raza y clase social que creen en peligro a causa de las mujeres castradoras, los gais y el feminismo, que es visto como una forma de sexismo insidiosa y vejatoria (Kimmel, 2019). Los nostálgicos hombres blancos cabreados no se sienten poderosos (aunque ostenten el poder), pero sí con derecho a sentirse poderosos. Su “rencor e indignación han suscitado una nueva brecha de género: el predominio de un hombre blanco heterosexual, de clase media y mediana edad que se inclina cada vez más hacia la derecha” (Kimmel, 2019, 173).

Respecto a la conexión de estas dinámicas sociales con las prácticas representacionales, Hall (1997) se preguntaba si un régimen dominante de representación podía ser cuestionado, y afirmaba que, a pesar de la fuerza de las representaciones hegemónicas, la transcodificación podía darse en tres sentidos: dando la vuelta a los estereotipos, creando y difundiendo imágenes positivas que actuaran en contra de los estereotipos y cuestionando desde dentro. Aunque las redes sociales siguen llenas de mensajes misóginos y transfobos (Platero, 2014; Halberstam, 2018), el caso de “Gaysper” puede ser un buen punto de partida a partir del cual estudiar cómo las redes sociales son un escenario excepcional para las identidades políticas, quienes a través del humor son capaces de transformar en orgullo y positividad, lo que surgió desde el oscurantismo y la violencia homófoba y sexista.

## 2.2. Subpolítica *queer online*

Internet se ha convertido en algo más que una herramienta empleada por los movimientos sociales, en la actualidad es un espacio en el cual el propio activismo se genera y codifica (Shapiro, 2004). Esta plataforma online que en un determinado momento se vio como una amenaza de deshumanización, en la década de los 90 se empezó a vislumbrar cómo la materialización del sueño de la contracultura, un espacio excepcional para las prácticas colaborativas (Turner, 2006; Garrido, 2009) que podían generar fenómenos como el que nos ocupa. De esta forma, la esfera pública tradicional (Habermas, 1989) pasa a convertirse en un conjunto de microesferas que se mezclan, se solapan y siguen las lógicas y/o normas de estos micro públicos (Bruns y Highfield, 2016).

El auge y la consolidación de las redes sociales habilita un nuevo espacio de lo íntimo (Sibilia, 2008) desde el que los públicos no hegemónicos pueden representar y dar a conocer sus propias experiencias (Morduchowicz, 2012) y resistir a los discursos dominantes a través de la apropiación y el sabotaje (Harold, 2004). En esta línea, la propia experiencia vital de los cuerpos que no entran en la norma se convierte en generadora de conocimiento (Ahmed, 2018). Unas prácticas que, aunque parten de lo personal, muy rápidamente se convierten en un ejercicio de subpolítica (Beck, 1997, 1998) para los colectivos feministas y LGTBIQ+, entre otros. La subpolítica debe entenderse como una forma de acción (digital) que se produce al margen de las instituciones políticas tradicionales y que incide en la transformación social. Nace en identidades particulares pero las trasciende, mientras contribuye al cambio de las instituciones tradicionales, que se encuentran constantemente en entredicho ya que, partiendo de la inestabilidad y la imposibilidad de clausura de las identidades, se generan un conjunto de discursos *online* que cuestionan la política en un sentido amplio (Halberstam, 2018).

La superación de los límites entre las esferas de lo público y lo privado a partir de la exposición de lo íntimo y de la generación de discursos sin censura, da pie a prácticas mucho más deliberativas y relacionales (Papacharissi, 2010) que se concretan tanto en la oportunidad de producir y distribuir nuevo contenido sobre las identidades (Shifman, 2011) como en la apropiación de contenido *online* para la acción política y el debate público (Travers, 2003; Autores, 2019). Estas prácticas basadas en la experiencia son un proyecto de recuperación y de pertenencia (Jenzen y Karl, 2014; Cavalcante, 2016; Wargo, 2017), en el que las identidades políticas y las estrategias de gestión del yo (Giddens, 1995) cobran un peso fundamental tanto para las redes sociales como para la deliberación política.

Así, las redes sociales no son sólo el espacio en el cual se mediatizan los públicos, sino el entorno en el que las prácticas digitales, más que nunca, parten del deseo y la reivindicación de construir el yo desde la propia voz (Beck y Beck-Gernsheim, 2002). En este contexto de producción y consumo *online* activo, distinguir entre emisores y públicos, hasta cierto punto, es artificial (Kanai, 2016). Los públicos no hegemónicos (o contrapúblicos) son organizaciones informales que se constituyen a través de la circulación de textos y de la interacción en contextos específicos (Renninger, 2014). Surgen en los márgenes, en oposición a lo dominante (Fraser, 1990; Warner, 2002) y se hacen visibles gracias a su posición subordinada (Travers, 2003).

Las prácticas *online* de los contrapúblicos LGTBIQ+ denuncian y combaten los valores hegemónicos de la sociedad (Hall, 1973), mostrando que la agencia, la heterogeneidad y la resistencia son posibles también en los espacios digitales (Livingstone, 2004). En este sentido, las redes sociales deben ser vistas como un entorno para la construcción paralela de las identidades y de las comunidades (Cavalcante, 2016, Jenzen, 2017) en el que se producen nuevas formas de conexión (Banet-Weiser *et al.*, 2014). Los procesos de construcción identitaria se hacen visibles a través de los contenidos que se comparten (boyd, 2006) y se sostienen en la complicidad de una producción veraz (Markham, 2004). Estas prácticas de los contrapúblicos *online* implican el uso de numerosos canales y estrategias para crear significados alternativos más allá de lo dominante (Fraser, 1990) y lo local (Klein, 2011) poniendo de manifiesto los procesos de invisibilización y discriminación que sufre el colectivo y dotando a la sociedad de herramientas para comprender y reconocer tanto la diversidad sexual como dichas discriminaciones.

El uso de las imágenes para subvertir su significado intrínseco se ha convertido en uno de los fenómenos digitales más populares. Los conocidos como memes representan la unidad de información cultural transmisible de un individuo a otro. Permite a los públicos que copien, modifiquen y la reutilicen cambiando su sentido original, en un proceso en el que se pierde su autoría así como su significado original. Estas imágenes tienen el potencial de conectar individualidades con colectivos concretos que se sienten interpelados por la misma consciencia social (Sandlin y Milam, 2008). A mediados de los años ochenta aparecen en Estados Unidos las prácticas de *culture jamming* o *guerrilla semiótica* (Tietchen, 2001) dedicadas a deconstruir las representaciones dominantes, se sitúan en el mismo plano que el arte crítico pero opera desde los medios de comunicación y la cultura pop (Fraj, 2015).

Aunque existe el riesgo de que las reapropiaciones expresadas por los contrapúblicos sean explotadas comercialmente (Andrejevic, 2008; Banet-Weiser *et al.*, 2014; Hermes, 2009) o que no todo el mundo tenga la capacidad que permite generar e interpretar contenido con varias capas de significado (Kanai, 2016), los contrapúblicos en red desarrollan prácticas digitales y entornos virtuales seguros desde los que fortalecer a la propia comunidad (Warner, 2002; Jackson y Foucault-Welles, 2015; Jenzen, 2017) a la vez que impulsan debates que llegan al público mayoritario (Travers, 2003; Trejo, 2009; Renninger, 2014; Jackson y Foucault-Welles, 2015). La reflexividad (Beck, 1998) se articula *online* y permite darse a conocer de manera diferente (Jenzen y Karl, 2014; Cavalcante, 2016; Wargo, 2017) a la vez que deconstruir los múltiples binarismos desde los que leemos el género, la sexualidad y el cuerpo (Halberstam, 2018).

Por ello, hay que preguntarse por la manera en la que las experiencias personales y las mediatizaciones se van entrelazando en un flujo de identificaciones y contestaciones (Price, 1998; Moran, 2003) y qué tipo de resistencias a la hegemonización de la cultura popular (Tietchen, 2001; Kellner y Kim, 2010), a lo dominante (Fraser, 1990; Hall, 1997) y a lo normativo (Halberstam, 2018) contienen los discursos multimodales *online* de los contrapúblicos LGTBIQ+.

### 2.3. Caso de estudio: Gaysper

El 28 de abril de 2019 se celebraron elecciones generales en España, el partido político Vox compartía por sus redes sociales un polémico meme (Figura 1) que utilizaba una imagen de Aragorn, un personaje de la película *El señor de los anillos* (Peter Jackson, 2001), enfrentándose a un grupo de orcos. Sobre Aragorn, alter ego del presidente del partido de Vox, Santiago Abascal, aparecía la bandera de España y el logo del partido de ultraderecha. Los orcos estaban representados e integrados por el símbolo feminista, comunista, la bandera republicana catalana y española o el logotipo de varios medios de comunicación como serían la cadena de televisión *La Sexta* o el periódico *El País*.

Dentro de esa amalgama de “enemigos”, Vox incluyó al colectivo LGTBIQ+ pero no con sus siglas sino con un emoji en forma de fantasma que incluía la bandera multicolor. En el mensaje textual se incluía la siguiente amenaza: “¡Que comience la batalla!”.



Figura 1. Tuit de la cuenta oficial de Vox. Fuente: *El Periódico* (29/04/2019).

El efecto bumerán fue inmediato y la respuesta de las redes sociales no se hizo esperar. De nuevo, Vox volvía a tomar posiciones en el listado de *trending topics* de Twitter de aquel día. Sin embargo, aunque su efectividad fue la misma, se entiende que el resultado del propio meme no fue igual de acertado, debido a que en poco tiempo fue eliminado de su propia cuenta. En ese momento, ya había sido retwitteado por contrapúblicos que se apropiaron de dicho meme para subvertirlo y dotarlo de un nuevo significado. El colectivo LGTBQ+ se había apropiado de un nuevo icono: un fantasma arcoiris bautizado con el nombre de “Gaysper”, palabra que nace de la unión entre “gay” y el título de la película infantil *Casper* (Brad Silberling, 1995).

En menos de un día, el icono que había sido empleado como “enemigo de la patria” se había convertido en un arma de resistencia contra el propio partido que lo había viralizado. Muchos perfiles tanto en Twitter, Facebook o Instagram usaron la imagen del fantasma como foto de perfil, además de convertirse en el tema de mayor difusión durante las esa jornada electoral en todas las redes sociales. Además de la difusión de diferentes memes con la nueva mascota como protagonista, se creó una nueva cuenta en Twitter (@Gaysper\_es) donde se recogían la mayor parte de estas creaciones. Y fue recreado para una entrevista con Andreu Buenafuente en el programa *Leit Motiv* (Movistar).

Además de usar la imagen de la película de *El señor de los anillos* (Peter Jackson, 2001) sin el permiso de la productora, por lo que Warner Bros llamó la atención a los responsables de dicho uso en Twitter (*El Español*, 2019), la imagen del fantasma de Android con la bandera de colores era la creación de una diseñadora gráfica llamada Baileily, que vende todo tipo de merchandising con dicha imagen sobre tazas, camisetas, pegatinas o gorras. Camisetas que fueron usadas por dos diputados del PSOE, Felipe Sicilia y Arnau Ramírez, en la constitución de las Cortes del 21 de mayo de 2019. La creación de Baileily no sólo se cubre con la bandera gay sino que en sus diseños también han incluido la bandera de otros colectivos (Figura 2) como la bandera bisexual, transexual u otro tipo de identidades sexualidades.



Figura 2. Diseños de la ilustradora Baileily. Fuente: *Diario de Sevilla* (29/04/2019).

La “alternativa patriótica” del partido de ultraderecha Vox a lo que ellos denominan “lobby homosexual” o “dictadura progre” se convirtió a partir de ese momento en un símbolo por la libertad sexual y la igualdad de género dentro de la sociedad. El humor de los memes y la potente expansión divulgativa de las redes sociales fueron determinantes en la adopción de “Gaysper” como uno de los iconos contemporáneos más reconocibles del movimiento LGTBQ+ en el Estado español.

### 3. Metodología

Con el objetivo de explorar las subversiones y apropiaciones que se han producido en las redes sociales, este estudio recoge las voces de quienes han participado en los debates de WhatsApp sobre el caso “Gaysper” desde una perspectiva crítica feminista y *queer* (Van Zoonen, 1994; De Lauretis, 1991; Gill, 2008; Ahmed, 2018). Se ha desarrollado un trabajo de campo cualitativo, ya que dicha orientación encaja con los intereses científicos y éticos de la investigación feminista (Cavalcante, Press y Sender, 2017), por lo que, para recoger la manera en la que los participantes dan sentido a sus prácticas *online*, se ha utilizado la técnica de los grupos discusión, ampliamente reconocida en el ámbito de los estudios de comunicación (Radway, 1984; Jhally y Lewis, 1992; Lunt y Livingstone, 1996).

Teniendo en cuenta que la imagen que actúa de detonante forma parte de esos mensajes que “no van tan dirigidos a lo estrictamente comercial, sino a generar un sentimiento en el usuario” (Romero y Fanjul, 2010, 127), el objetivo principal de este estudio es conocer los mecanismos empleados por la comunidad LGTBQ+

para apropiarse del emoji “Gaysper” al dotarlo de un significado positivo frente al mensaje de odio, con el que fue concebido por el partido político Vox. De este objetivo principal se desprenden tres objetivos secundarios. El primer objetivo secundario será determinar las redes sociales que se usaron para la popularización de “Gaysper” y su instalación en el imaginario LGTBQ+. El segundo objetivo secundario de esta investigación se centrará en analizar los mecanismos y usos que se han llevado a cabo a través de las redes sociales y otros medios y herramientas para la desactivación de los mensajes de ataque a dicho colectivo. Y por último, el tercer objetivo secundario será conocer las estrategias de apropiación y resignificación que ha usado el colectivo LGTBQ+ para su propia autorrepresentación ante los ataques violentos y homófobos contra su comunidad.

Las sesiones de los grupos de discusión fueron conducidas por un investigador en un espacio no académico para fomentar la confianza y el diálogo con los/as participantes. Se realizó a través de una convocatoria en las redes sociales de forma voluntaria. La selección no se basó en criterios de género, sexo u orientación sexual. El primer grupo de discusión (G1) estuvo constituido por seis hombres homosexuales que han sido codificados como G101, G102, G103, G104, G105 y G106. El segundo grupo de discusión (G2) estuvo compuesto por siete personas, de las cuales fueron identificadas como una mujer heterosexual, un hombre heterosexual, un hombre trans heterosexual y cuatro hombres homosexuales, a los que se les ha asignado la siguiente nomenclatura: G201, G202, G203, G204, G205, G206 y G207. Las sesiones fueron registradas mediante grabación de audio, y posteriormente transcritas.

Lo más relevante de esta técnica es que ha permitido generar un diálogo abierto entre los participantes, que han ido desde los pensamientos individuales hasta la interpretación colectiva del fenómeno. En los grupos de discusión se confrontan las subjetividades individuales y colectivas, y éstos al mismo tiempo transforman las ideas preconcebidas antes del encuentro. Este diálogo generado ha dotado de una serie de reflexiones al estudio, a través de las cuales hemos podido contrastar el planteamiento inicial que dio origen a la presente investigación con la realidad social transmitida en dichos grupos de discusión.

#### 4. Resultados

El análisis de los resultados obtenidos de los dos grupos de discusión realizados ha dado respuesta no sólo al objetivo principal en el que se ha centrado la presente investigación sino además ha podido dar luz sobre los tres objetivos secundarios así como otras cuestiones que son consecuencia directa de las líneas de investigación trazadas en nuestro estudio. En primer lugar, determinaremos y señalaremos todas las redes sociales que se usaron para la popularización de “Gaysper” y su instalación en el imaginario LGTBQ+ de los y las participantes en la investigación. Posteriormente, analizaremos los mecanismos y usos que se han llevado a cabo a través de las redes sociales y otros medios u herramientas para la desactivación de los mensajes de ataque a dicho colectivo, especialmente a través del meme del partido político Vox. Y por último, nos centraremos en la cuestión de la representación del colectivo LGTBQ+ así como sus estrategias de apropiación y resignificación ante ataques violentos y homófobos contra su comunidad.

La difusión y las vías por las que Gaysper llegó a convertirse en uno de los temas capitales de las elecciones del 28 de abril de 2019 fueron muy diversas. Si bien fue Twitter la plataforma a través de la cual se lanzó a la sociedad española el personaje de “Gaysper”, ésta no fue la única red social que sirvió como plataforma para darse a conocer. Aunque prácticamente ambos grupos de discusión coinciden en que “Gaysper” les llegó a través de alguna red social digital, también es cierto que hubo algún caso que lo conoció a través de la prensa escrita: “Yo lo vi en algún periódico, el mismo día de las elecciones” (G102); o incluso la televisión: “Directamente lo vi en la televisión, y luego comentando con amigos. Hablando y a través de Whatsapp” (G105).

Tan sólo aparece un caso en el que sí que se llegó a “Gaysper” por la misma red en la que aparecía, es decir, Twitter: “Yo me enteré por Twitter, por la misma red que la publicaron, y me hizo gracia, algo muy poco serio, pero aunque me llamó atención el tuit tampoco me pareció algo especial” (G204). Aunque entre todas las redes sociales destaca Facebook por encima de Twitter. Así se demuestra en las siguientes afirmaciones: “Yo es que lo vi en Facebook, y no me acuerdo ahora si por un comentario de alguien que puso un post o de las noticias de los periódico que me saltan en facebook” (G106); “A ver, esto salió en Twitter, yo no uso Twitter. Tengo un perfil pero no lo uso apenas. No sé si me enteré por las noticias o porque alguien me lo envió por Facebook” (G104).

Tal y como se ha señalado anteriormente, también se difundió a través de otras redes: “Yo lo descubrí por Whatsapp, por un grupo, porque yo trabajo en uno de los sitios que aparecen ahí, en el periódico El País, y me llegó por ahí aunque luego enseguida lo empecé a ver por todas partes” (G202); “Yo me enteré por Instagram y me pareció que era algo que siempre hace Vox, algo incendiario, crear noticias bombas, lo ví como una cosa más de las que hacen” (G203). Aunque también hubo casos en los que se percataron de la existencia de “Gaysper” a través de redes virtuales de contactos, como sería Grindr –red social de contactos gays–, dado que muchos usuarios del colectivo homosexual tomaron la imagen de “Gaysper” como perfil de sus cuentas: “Vi esta imagen, no me fijé especialmente en este personaje, y de hecho, yo no sabía lo que era hasta hasta que vi en Grindr perfiles con este fantasma” (G102).

La subversión del ataque del partido político Vox al colectivo LGTBIQ+ fue inmediata. Tal y como se recoge en gran parte de los testimonios recogidos, la acogida de “Gaysper” por parte del colectivo fue positivo, y rápidamente se extendió entre toda la comunidad. Como apunta Hall (1997), la transcodificación podía darse en tres sentidos. En primer lugar, dando la vuelta a los estereotipos: “Los detractores lo tomaron como algo “bonito”, como representativo” (G105); “Al final el colectivo se lo ha apropiado de forma positiva, porque al final, no dice nada negativo. Es como adorable” (G102). Por una parte, hubo apropiaciones aparentemente naïfs, pero que responden a la manera en la que el emoji encajaba con una estética asumida y reivindicada por el colectivo, por lo que surgía de una distancia crítica y compartida comunitariamente (Radway, 1984) por parte de todo el colectivo: “La gente lo ha utilizado en el otro sentido, ¡uy qué cuqui! pues vamos a apropiarnos de esta mascota” (G104). Por otra parte, hubo lecturas contrahegemónicas (Kellner y Kim, 2010) basadas en la crítica política y la antihomofobia: “Se vio como un ataque, aunque luego les salió mal, ya que el fantasma era muy mono. De la misma manera que utilizas ‘maricón’, pues directamente lo coges [...] Es muy pop” (G201); “La única asociación que podía hacer era con ‘Casper’, que me parecía muy desacertado porque es un dibujo infantil, entonces intentar creer que lo vas a poder subvertir, y además colocando la bandera arcoiris con la connotación positiva del color, me parecía muy ingenuo” (G106); “Los que nos hemos posicionado en contra de ese partido político, lo hemos hecho nuestro, incluso se han generado otros fantasmas con banderas de otros colectivos” (G204).

En segundo lugar, creando y difundiendo imágenes positivas que actuaran en contra de los estereotipos; A través de la invención, realización y distribución de otros memes: “Me sorprende sobre todo el sentido del humor y la creatividad para reinterpretar algo, y darle la vuelta” (G101); “Hoy en día la producción de memes es muy fácil, te metes en cualquier página y lo haces en un segundo. Simplemente con las capturas de pantalla, puedes subirlo y decir lo que opinas o poner un texto distinto. Con que lo hicieran dos o tres personas con muchos seguidores, ya lo consiguen [...] Esto fue automático” (G206). La apropiación de contenido permite generar nuevas imágenes para la acción política y el debate público (Travers, 2003; Autores, 2019) además de la recuperación del espacio identitario que se pretende deslegitimar (Jenzen y Karl, 2014). Es una práctica descentralizada y, al mismo tiempo, organizada: “Una vez que hay un partido que sale a atacar a varios colectivos, pues obviamente estamos preparados para contraatacar, a hacer capturas y denunciarlo” (G203).

Y por último, cuestionando desde dentro. Hay algunos comentarios que apuntan a que la pulsión del colectivo homosexual también fue uno de los condicionantes para su rápida expansión: “A nivel histórico lo hemos hecho mil veces [...]. Forma parte de nuestro ADN, sabemos hacerlo. Por eso creo que fue tan rápido. Da igual lo que me digas, me lo quedo, me lo pongo en una camiseta o me lo tatúo si hace falta” (G104); “Creo que fue una necesidad porque fue el mismo día de las elecciones. Una necesidad de desacreditar, de desactivarlo” (G102). Se desarrollan así prácticas digitales desde las que crear espacios *online* seguros desde los que fortalecerse (Jackson y Foucault-Welles, 2015; Jenzen, 2017; Warner, 2002) y expresarse de una forma mucho más libre: “Desde que sale algo así que se supone que es negativo, el colectivo LGTBIQ+ siempre se ha apropiado de esa cosa que en principio para algunos es un insulto, para caricaturizar y convertirlo en algo positivo, realmente tú te estás empoderando de algo que para otras personas es un insulto y le estás quitando entonces todo su valor” (G103); “Nos hemos visto de nuevo un poco más vulnerables, es por ello que estamos de nuevo a la defensiva, creo que eso corrió muy rápido, porque es algo a lo que estamos acostumbrados.

Desde el triángulo rosa o la palabra queer, apropiarnos de algo negativo para convertirlo en positivo. Sabemos cómo hacerlo” (G104); y para deconstruir lo normativo (Halberstam, 2018) y heteropatriarcal: “Si no recuerdo mal también se convirtió en el icono del ‘Orgullo Crítico’. Esa necesidad de golpear o no tomarlo como coña, es por la necesidad de estar tanto años callados” (G105); a la vez que se generan debates más allá de la propia comunidad (Travers, 2003; Trejo, 2009; Renninger, 2014; Jackson y Foucault-Welles, 2015) y de la cuestión identitaria: “Romper la espiral de silencio ha sido clave. Que algunos partidos con la extrema derecha y la gente se lo recrimine ha sido también una señal de lucha” (G106).

Algunos comentarios se centraron en destacar la capacidad de las minorías sexuales por desactivar a través del humor algunas agresiones verbales o acciones de ataque contra su condición. Esta serie de acciones de resistencia, sabotaje o alternativa a la cultura hegemónica conlleva a la inserción del colectivo LGTBIQ+ dentro de la denominada “cultura jamming” (Morduchowicz, 2012; Harold, 2004; Tietchen, 2001): “Hay esa rapidez de apropiarse de algo que es para hacerte daño, y lo utilizas tú. Si lo utilizo yo, pues así no me haces daño [...]. De hecho, el humor se usa mucho como artefacto político” (G201); “Lo anulas. En el momento que lo utilizas como arma arrojada, o le das esa vuelta, de esto a mí no me afecta, es más lo utilizo...ya se anula el insulto” (G104); “Creo que el colectivo siempre intenta buscar ese lado cómico, sin perder tampoco la importancia, que puede llegar a tener. O al menos en el mundo en el que yo me muevo suele ser así, mucho más cómico a la hora del insulto” (G105); “La función política que tenía que cumplir ya la ha hecho, al quitarle la carga negativa que tenía en un primer momento el tuit” (G204).

Existen opiniones que consideran que el partido político Vox, consciente de la polémica que generaría con su publicación, decidió lanzarlo para así expandirse de forma más rápida. Su estrategia basada en la difusión de datos falsos y metáforas deshumanizadoras les garantizan una presencia mediática ilimitada (Noriega e Iribarren, 2009). La reproducción y difusión de dichos mensajes, aunque sea para contradecirlos, es un debate

abierto que pone en cuestión la idoneidad o no de dicha promoción gratuita: “Usan este tipo de campañas que son muy fáciles de convertir en meme, porque saben que la gente las va a expandir [...]. Campañas que son ridículas en un sistema democrático occidental, con ese tipo de lenguaje, porque saben que son carne de meme. Que se van a expandir y su mensaje llega a todo el mundo” (G103); “Apropiarse está muy bien porque anulas el insulto que has recibido, pero de una forma implícita les estás haciendo propaganda. Por lo tanto, tú te lo pones en tu perfil, estás diciendo que estás en contra de ellos, pero al estar en contra también les estás citando” (G106). Aunque son mensajes cargados de miedo y resentimiento (Entman, 1992), el colectivo encuentra fórmulas de contrarrestar dicha hostilidad: “Ellos quisieron mostrar al colectivo como una amenaza más, pero para mucha gente afortunadamente eso no tiene sentido” (G202).

Los y las participantes de ambos grupos coinciden en que “Gaysper” no es un caso aislado sino que la apropiación y deslegitimación de los ataques sufridos por el colectivo LGTBQ+ han sido una constante desde su liberalización y la reivindicación de sus derechos fundamentales en la década de los setenta. Muchos de los logros conseguidos hasta ahora vuelven a estar en peligro. Muchos estamentos de la sociedad se resisten a perder sus privilegios de género, raza y clase social que creen en peligro a causa de las mujeres castradoras, los gais y el feminismo (Kimmel, 2019). De esta forma, gran parte coincide en que una de las herramientas de subversión más extendidas por el propio colectivo, sería el uso del lenguaje, especialmente invirtiendo la connotación y tono de aquellos términos empleados como insulto (Pons, 2019). Apropiarse del insulto, destruye la connotación ofensiva que pueda contener: “Yo creo que está en la misma genealogía del propio colectivo gay, desde el triángulo rosa en tiempos de los nazis. Siempre se apropian. Incluso el propio término ‘queer’ que es ‘marica’ o ‘raro’. ‘Gay’ también, que por ejemplo, es ‘alegre’” (G102); “La propia palabra ‘marica’ o ‘maricón’ era un insulto, y ahora lo sigue siendo pero el colectivo se lo ha apropiado. Es algo lógico y normal entre amigos. Se ha normalizado” (G103); “En Taiwan se han apropiado de ‘queer’ y ahora quiere decir ‘juventud guay’ o algo así” (G203); “Ahora ‘queer’, ‘gay’ y ‘maricón’ nos lo hemos apropiado. En el caso de los hombres homosexuales usamos el femenino, a veces mal cuando se usa de forma machista, y al feminizarlo también lo puedes hacer con una connotación negativa (G201).

En correspondencia con lo sucedido con el nuevo icono surgido en las redes, existen otros casos similares de subversión de signos que fueron generados con una intención denigrante para los homosexuales, y finalmente, acabaron convirtiéndose en signos de orgullo y lucha. Estos casos se centran especialmente en el caso del triángulo rosa invertido usado por los nazis para identificar los homosexuales, los cuales eran condenados a muerte ya que sus prácticas sexuales no servían para la reproducción de la raza, además de abominar su orientación sexual (Plant, 2000). El triángulo rosa sería uno de los casos más sonados sobre apropiacionismo: “Nos hemos visto de nuevo un poco más vulnerables, es por ello que estamos de nuevo a la defensiva, creo que eso corrió muy rápido, porque es algo a lo que estamos acostumbrados. Desde el triángulo rosa o la palabra queer, apropiarnos de algo negativo para convertirlo en positivo” (G103); “En la Alemania nazi los pintaban con un triángulo rosa y negro. La apropiación ya es algo que viene de hace años” (G102).

De nuevo, además de la cuestión simbólica visual, existen otros casos de subversión del lenguaje o el uso de un lenguaje codificado por parte del colectivo para identificarse entre sí: “Hace año se creó un argot, es decir, un imaginario privado, que aunque ahora es mucho más visible todo, aún se sigue usando. Por ejemplo, ‘friends of Dorothy’ hacía referencia a que eras ‘gay’. Existen otras prácticas como el tema del pañuelo, según el color o el lado donde lo llesves significa una cosa u otra. Esto ha desaparecido con las redes” (G201); “La caricaturización que han hecho los hombres que se disfrazaban de mujeres para poder desenvolverse o el rol sexual también podría ser otro código” (G104); “Las estéticas fetiches de políticas, moteros, que son figuras completamente asociadas a la masculinidad hegemónica, y que han sido reivindicaciones con connotaciones sexuales en un determinado momento. Al final la estética es una lucha también al fin y al cabo” (G102).

La construcción de un imaginario alrededor de “Gaysper” materializado a través de una gran variedad de productos comerciales fue instantánea, especialmente a través de camisetas, chapas o pins. “Gaysper” no sólo se enfrentaba al riesgo de ser explotado comercialmente (Andrejevic, 2008; Banet-Weiser *et al.*, 2014; Hermes, 2009), sino que además, a diferencia de la instalación y perpetuación de los signos e iconos mencionados, en este caso existen dudas fundamentadas sobre su postergación y duración en el tiempo, como icono reconocible dentro del propio colectivo, dada la volatilidad y fugacidad de los mensajes e imágenes en la red: “Yo creo que puede continuar pero tampoco con el mismo peso que ha tenido. Igual ves de vez en cuando a alguna persona con la camiseta pero no con el mismo ‘boom’ como tuvo en el momento” (G204); “Acabará saliendo otra cosa seguramente [...]. Está ahí, se va a quedar pero la relevancia que tendrá, tendremos que verla con el tiempo [...]. De hecho, lo tenemos como perfil de un grupo de Whatsapp y pensé que habría que cambiarlo, ya ha pasado” (G201); “Esto es super fugaz, dentro de unos años nadie se acuerda” (G104).

En los últimos años, los delitos de odio cometidos en España contra la comunidad LGTBQ+ han aumentado progresivamente, como también lo ha hecho la propagación del discurso de odio en los medios de comunicación como indican (Carratalá y Herrero-Jiménez, 2019). Además, los mecanismos para proteger al colectivo así como la organización interna de las asociaciones vinculadas a la defensa de los derechos LGTBQ+ han visibilizado estas agresiones que antes quedaban encubiertas. La furia de la misoginia y la homofobia está cada vez más presente (Kimmel, 2019). La mayoría coincide en la necesidad de no bajar la guardia y seguir luchan-

do por los derechos conseguidos por el colectivo LGTBIQ+: “A raíz de Vox se han abierto viejos debates, a señalar a personas. Nos hemos visto de nuevo más vulnerables, estamos de nuevo a la defensiva” (G101); “Al haber mayor visualización, el puño sobre la mesa ante las injusticias va a ser más inmediato” (G105); “Sigue habiendo palizas por cualquier gilipollez o por tu orientación” (G202); “Han surgido partidos de extrema derecha que están en contra del colectivo. En cuanto un partido hace las declaraciones sobre las mujeres o el colectivo gay justifica ya la necesidad de reivindicar nuestro derecho para que no peligren” (G206).

## 5. Conclusiones

La emergencia de las redes sociales marca un nuevo espacio de comunicación social y acción política (Shapiro, 2004), tal y como ha quedado demostrado en los resultados de los dos grupos de discusión analizados. La rapidez con la que la información fluye junto a la virilización de determinadas agendas hacen que el espacio virtual se haya convertido en un ejercicio de subpolítica (Beck, 1998). En nuestro estudio, podemos afirmar que la subpolítica en el caso de “Gaysper” se traduce en la acción digital ejercida por el colectivo LGTBIQ+ tras el ataque lanzado en su contra por parte del partido de ultraderecha Vox. Internet se convierte en este caso en una arena llena de públicos hegemónicos y contrapúblicos que coexisten. Las personas que se identifican con el colectivo LGTBIQ+, así como aquellas personas con una ideología contraria se encuentran en las redes sociales como en un campo de batalla donde utilizan sus argumentos para defender su posición, y legitimar sus identidades. A partir de acciones de resignificación, el colectivo LGTBIQ+ desarrolla una subpolítica centrada en la identidad sexual, el orgullo y el reconocimiento.

Actualmente, la comunicación política busca conectar con sus públicos a través de las redes sociales. En este estudio de caso, la estrategia de Vox se ha basado en un discurso épico con el objetivo de apelar al orgullo de los valores nacionales vinculados a la idea de España como nación unida e inquebrantable, así como de los valores católicos y masculinos hegemónicos. La lucha de este partido en contra de lo que ellos denominan “mayoría progre” y especialmente, contra el feminismo, denominado por ellos como “feminazis”, así como el colectivo homosexual es una contante en sus intervenciones en las redes sociales. Este partido, tal y como apunta Kimmel (2019), se nutre de un racismo y un sexismo modernos que están incorporados en las prácticas sociales, políticas y culturales contemporáneas, para generar imágenes estereotipadas que deslegitiman al colectivo, y a sus “enemigos” en general desde una masculinidad centrada la figura de hombre blanco cabreado. La hostilidad y violencia del meme donde aparecía “Gaysper” son un ejemplo que constatan el uso de las metáforas deshumanizadoras empleadas por este partido político dentro del lenguaje del odio (Noriega e Iribarren, 2009) que rigen sus mensajes en las redes sociales.

Siguiendo las tres estrategias definidas por Hall (1997) para subvertir el régimen dominante de representación, podemos afirmar que se han cumplido dentro de nuestro caso de estudio. En primer lugar, se le ha dado la vuelta al “estereotipo” del colectivo LGTBIQ+, dibujado por Vox como una figura fantasmagórica que amenaza el orden heteronormativo, en el momento que los contrapúblicos bautizan dicha figura con el nombre de “Gaysper”, aludiendo al entrañable protagonista de la película infantil *Casper* (Brad Silberling, 1995). En segundo lugar, a partir de la creatividad (Banet-Weiser *et al.*, 2014; Fraj, 2015) empleada por el colectivo a la hora de difundir una imagen positiva, alegre y festiva del pequeño fantasma multicolor, aquí es donde entraría también la “cultura jamming” en la que se insertaría nuestro caso de estudio, en lo que supone la escenificación latente del sabotaje que “Gaysper” ha supuesto dentro de la imposición hegemónica. Y por último, cuestionando desde dentro al propio meme, en cuanto que es el propio colectivo quien se lo apropia para hacer una “autoparodia” de sí mismos, multiplicando la representación del pequeño fantasma con las diferentes banderas que representan la diferentes sexualidades posibles.

Esta investigación es un paso más en la consolidación de las redes sociales como un espacio de activismo social (Fraj, 2015), en el que los contrapúblicos tienen un rol determinante (Cavalcante, 2016, Jenzen, 2017). “Gaysper” no habría sido posible sin la mediatización de los públicos de estas redes, así como gracias a las prácticas digitales desde las que poder generar una propia voz (Beck, 1998), y difundirla legítimamente de forma rápida e ilimitada. Aunque las redes sociales siguen llenas de mensajes sexistas, misóginos y transfobos (Halberstam, 2018) la apropiación que el colectivo gay ha hecho de Gaysper es un ejemplo del potencial que tienen las redes sociales para las identidades políticas, así como una muestra del humor como herramienta para subvertir los estereotipos desde dentro, convirtiendo en orgullo lo que nació como un ataque ofensivo.

## Referencias Bibliográficas

- Ahmed, Sara (2018). *Vivir una vida feminista*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Alexander, Jonathan (2002). Queer webs: Representations of LGBT people and communities on the world wide web. *International Journal of Sexuality & Gender Studies*, 7(2-3), 77-84. doi: <https://doi.org/10.1023/A:1015821431188>
- Andrejevic, Mark (2008). Watching Television Without Pity: The Productivity of Online Fans. *Television & New Media*, 9(1), 24-46. doi: [10.1177/1527476407307241](https://doi.org/10.1177/1527476407307241)

- Aragón, María (2019). *Cómo Vox ha creado un icono para el colectivo LGTBI: el fantasma Gaysper*. Disponible en t.ly/5S6q (consultado el 23 de enero de 2020).
- Banet-Weiser, Sarah; Baym, N. K.; Coppa, F.; Gauntlet, D.; Gray, J.; Jenkins, H. & Shaw, A. (2014). Participations: Dialogues on the Participatory promise of Contemporary Culture and Politics. *International Journal of Communication*, 8, 1069-1088. DOI: 1932-8036/2014FRM0002
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002). *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Beck, Ulrich (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Beck, Ulrich (1997). Subpolitics. Ecology and the Disintegration of Institutional Power. *Organization & Environment*, 10(1), 52-65. DOI: <https://doi.org/10.1177/0921810697101008>
- Boyd, Danah (2006). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites. *First Monday*, 11(12). DOI: <https://doi.org/10.5210/fm.v11i12.1418>
- Bruns, Axel & Highfield, Tim (2016). Is Habermas on Twitter? Social media and the public Sphere. En Axel Bruns *et al.* (Eds.): *The Routledge companion to social media and politics* (pp. 56-73). New York: Routledge.
- Carratalá, Adolfo y Herrero-Jiménez, Beatriz (2019). La regulación contra el discurso de odio hacia el colectivo LGTBI en los medios: análisis comparado de diez leyes autonómicas. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(12), 58-80.
- Cavalcante, Andre; Press, Andrea & Sender, Katherine (2017). Feminist reception studies in a post- audience age: returning to audiences and everyday life. *Feminist Media Studies*, 17(1), 1-13. doi: <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1261822>
- Cavalcante, Andre (2016). "I did it all online": Transgender identity and the management of everyday life. *Critical studies in media communication*, 33(1), 109-122. doi: <https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1129065>
- Corral, Marta (2019). Éste es Gaysper, el icono homófobo creado por Vox que se le ha vuelto en contra. Disponible en t.ly/32Fp (consultado el 23 de enero de 2020).
- Dyer, Richard (1993). *The Matter of Images: Essays on Representation*. Londres: Routledge.
- Entman, Robert M. (1992). Blacks in the News: Television, Modern Racism and Cultural Change, *Journalism Quarterly*, 69(2), 341-361. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769909206900209>
- Fraj Herranz, Elena (2015). *La ficción mediática como modo de resistencia y emancipación*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Fraser, Nancy (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25(26), 56-80. doi: <https://doi.org/10.2307/466240>
- Garrido, A. P. (2009). El arte comunitario: origen y evolución de las prácticas artísticas colaborativas. *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social*, 4, 197-211.
- Giddens, Anthony (1995). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Gill, Rosalind (2008). Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising, *Feminism and Psychology*, 18(1), 35-60. DOI: <https://doi.org/10.1177/0959353507084950>
- Habermas, Jürgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Halberstam, Jack (2018). *Trans\*. Una guía rápida y peculiar de la variabilidad de género*. Barcelona y Madrid: Egales.
- Hall, Stuart (Ed.) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series)*. Londres: Sage Publications y Open University Press.
- Hall, Stuart (1973). Encoding/decoding. En Stuart Hall *et al.* (Eds.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979* (pp. 128-38). London: Hutchinson.
- Hermes, Joke (2009). Audience Studies 2.0. On the theory, politics and method of qualitative audience research. *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1(1), 111-127. doi: [https://doi.org/10.1386/isc.1.1.111\\_1](https://doi.org/10.1386/isc.1.1.111_1)
- Jackson, Sarah J.; Foucault-Welles, Brooke (2015). Hijacking #myNYPD: Social media dissent and networked counterpublics. *Journal of Communication*, 65(6), 932-952. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcom.12185>
- Jenzen, Olu (2017). Trans youth and social media: Moving between counterpublics and the wider web. *Gender, place & culture. A journal of feminist geography*, 24(11), 1626-1641. DOI: <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1396204>.
- Jenzen, Olu & Karl, Irmí (2014). Make, share, care: Social media and LGBTQ youth engagement. *Ada: A journal of gender, new media, and technology*, 5. DOI: <https://doi.org/10.7264/N39P2ZX3>
- Jhally, Sut & Justin Lewis (1992). *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences and the Myth of the American Dream*. Boulder, CO: Westview.
- Kellner, Douglas & Kim, Gooyong (2010). YouTube, Critical Pedagogy, and Media Activism. *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 32(1), 3-36. doi: <https://doi.org/10.1080/10714410903482658>
- Kimmel, Michael (2019). *Hombres (blancos) cabreados. La masculinidad al final de una era*. València: Barlin Libros.
- Lameiras Fernández, María; Rodríguez Castro, Yolanda; Carrera Fernández, María Victoria y Calado Otero, María (2009). Del sexismo hostil al sexismo benevolente: la nueva cara del sexismo en las sociedades occidentales. *Estudios de Antropología Biológica*, 14(1), 73-89.
- Lauretis, Teresa de (1991). Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities: An Introduction. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 3(2), iii-xviii.
- Livingstone, Sonia (2004). The Challenge of Changing Audiences Or, What is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86. doi: <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>.
- Lunt, Peter & Livingstone, Sonia (1996) Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research. *Journal of Communication*, 46(2), 79-97. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01475.x>.
- Macarro, Manu R. (2019). Gaysper, el fantasma gay del meme de Vox. Disponible en t.ly/7uXK (Consultado el 23 de enero de 2020).
- Manovich, Lev (2005). *El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.

- Markham, Annette N. (2004). Internet communication as a tool for qualitative research. En David Silverman (Ed.): *Qualitative Research: Theory, Methods, and Practice* (pp. 95-124). London: Sage.
- Moran, Kristin C. (2003). Reception analysis: Latina teenagers talk about telenovelas. *Global Media Journal*, 2(2).
- Morduchowicz, Roxana (2012). *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Morley, David (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Noriega, Chon A. e Iribarren, Javier (2009). Hate Speech on Commercial Talk Radio. Preliminary Report on a Pilot Study. *Latino Policy & Issues Brief*, UCLA Chicano Studies Research Center, 22.
- Papacharissi, Zizi (2004). Democracy Online: Civility, Politeness and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups. *New Media & Society*, 6(2), 259-83. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444804041444>
- Papacharissi, Zizi (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Plant, Richard (2000). *The Pink Triangle: The Nazi War Against Homosexuals*. Nueva York: St. Martin's Press.
- Platero, Raquel Lucas (2014). La agencia de los jóvenes trans\* para enfrentarse a la transfobia. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 9, 183-193.
- Platero, Raquel Lucas y Rosón, María (2019). Neither male or female, just Falete'. Resistance and queerness on Spanish TV screens. *Catalan journal of communication & cultural studies*, 11(1), 133- 143. DOI: [https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.135\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.135_1)
- Price, Stuart (1998). *Media Studies*. Harlow: Longman.
- Radway, Janice (1984). *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Renninger, Bryce (2014). 'Where I can be myself ... where I can speak my mind': Networked counterpublics in a polymedia environment. *New media & society*, 17(9), 1513-1529. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444814530095>
- Sandlin, Jennifer A. & Milam, Jennifer L. (2008). Mixing Pop (Culture) and Politics: Cultural Resistance, Culture Jamming, and Anti-Consumption Activism as Critical Public Pedagogy. *Curriculum Inquiry*, 38(3), 323-350. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-873X.2008.00411.x>
- Shapiro, Eve (2004). Trans'cending Barriers: Transgender Organizing on the Internet. *Journal of Gay and Lesbian Social Services: Special Issue on Strategies for Gay and Lesbian Rights Organizing* 16(3-4), 165-179. DOI: [https://doi.org/10.1300/J041v16n03\\_11](https://doi.org/10.1300/J041v16n03_11)
- Shifman, Limor (2011). An anatomy of a YouTube meme. *New media & society*, 14(2), 187-213. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444811412160>
- Sibilia, Paula (2008). *La intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Tietchen, Todd. (2001). Language out of Language: Excavating the Roots of Culture Jamming and Postmodern Activism from William S. Burroughs' Nova Trilogy. *Discourse*, 23(3), 107-130. DOI: [doi:10.1353/dis.2001.0025](https://doi.org/10.1353/dis.2001.0025).

## 5. Estudio de caso 4



# *El Día del Orgullo LGTBIQ+: un valor al alza para las marcas en Instagram*

INMACULADA J. MARTÍNEZ  
Universidad de Murcia

ANNA ZAERA BONFILL  
Universidad Rovira i Virgili

ALEJANDRA HERNÁNDEZ RUIZ  
Universidad de Alicante

## **Resumen**

La identidad LGTBIQ+ se ha convertido en un valor al alza en las redes sociales. Las marcas comerciales aprovechan las fechas como el Día del Orgullo LGTBIQ+ para representar su apoyo a la diversidad con distintas campañas vinculadas sobre todo con el público juvenil. La reivindicación de esta identidad por parte de *influencers* en Internet ha seducido a las empresas que buscan asociarlo a una serie de valores como la libertad o la autorrealización. Como pasó con la popularización del feminismo, con su brillo y su potente fuerza de atracción (Gill, 2007; Lotz, 2001), la reivindicación política LGTBIQ+ corre el riesgo también de ser instrumentalizada por el mercado que pretende sacar rédito comercial a la reciente visibilidad de este movimiento colectivo. En este trabajo, analizamos las estrategias en Instagram de tres compañías multinacionales en España en torno al Día del Orgullo LGTBIQ+; los prescriptores que utilizan para expresar su mensaje así como la interacción de los usuarios para reflexionar acerca del difícil límite entre el *pinkwashing* y la responsabilidad social corporativa.

## **Introducción**

El 28 de junio se celebra el Día Internacional del Orgullo LGTBIQ+, un día en que se conmemora el episodio de los disturbios de Stonewall de 1969<sup>1</sup> en que el colectivo reivindicó su existencia y visibilidad. En los últimos años, y

con el auge de las redes sociales, esta efeméride que destacaba por su carácter de reivindicación política y por la explosión colorista en las calles de muchas ciudades, se ha convertido también en España en un reclamo para las marcas comerciales. Durante los días previos y posteriores las marcas buscan transmitir su responsabilidad social corporativa y asociarse con una serie de valores vinculados con la inclusión o la diversidad (Enguix, 2017, 2019; Eribon, 2000; Illouz, 2019; Valocchi, 2019). Las campañas en torno al 28 de junio incluyen eslóganes que hacen referencia a la libertad de elección o al amor libre, mientras las empresas customizan logotipos o imágenes de marca con la bandera del arcoíris, el principal símbolo para identificar al colectivo LGTBIQ+. En los últimos años, el crecimiento de esta estrategia comercial ha generado casos de estudio paradigmáticos como el fenómeno que involucró en el año 2020 a Correos de España. Esta empresa, alrededor del 12 de junio, lanzó la campaña “No sólo amarillo” (El País, 2020) en homenaje al colectivo LGTBIQ+. En poco más de tres días la empresa pública logró ser *trending topic* en redes sociales, y su acción con la bandera arcoíris generó un intenso debate sobre la idoneidad o no de la decisión. *Influencers* conocidos como Dulceida, Manuel Ordovás o Sandra Barneda se posicionaron en este debate, generando un gran impacto comunicativo.

Este proceso de inclusión de las reivindicaciones LGTBIQ+ por parte de las marcas comerciales, debemos situarlo en un proceso evolutivo que se da en la época contemporánea, paralelamente a la representación del colectivo en la esfera pública y mediática (Ghaziani et al., 2016). Este hecho ha supuesto que aumenten las representaciones de las identidades LGTBIQ+ en los medios de comunicación y en los productos culturales (Bond, 2014). De hecho, esta visibilidad ha ido acompañada de una progresiva tolerancia hacia esta identidad por parte de los mercados que han ido aceptando en su imaginario figuras explícitamente LGTBIQ+ a la hora de comunicar sus valores o identificar a los prescriptores (Beals et al., 2009). En el caso del territorio español, las dos primeras décadas del siglo XXI han supuesto la visibilización del movimiento también en la publicidad y las redes sociales después de un final de siglo XX marcado por la marginación de estas identidades en la esfera pública debido a la represión heredera del régimen franquista (Calvo, 2017). Ya en el nuevo siglo, el gobierno socialista presidido por José Luís Rodríguez Zapatero procede a la legalización de los matrimonios de las personas del mismo sexo en 2005. El 2007 la aprobación de la Ley de Identidad de Género que hace posible el cambio de nombre de acuerdo con la propia identidad significa un paso más en el reconocimiento de las identidades LGTBIQ+. De hecho, la presencia de las representaciones LGTBIQ+ en la esfera pública se da en paralelo

y en constante diálogo con su inclusión en los medios de comunicación de masas y en los productos culturales *mainstream*. Según Zurian (2018), la evolución de la representación mediática LGTBQ+ desde la Transición hasta la época de José Luís Rodríguez Zapatero (2004–2011) ha incluido la progresiva integración de estas identidades en la vida cotidiana, a través del cine y la televisión. A los personajes “protogais”, en los que se suponía que eran gays pero no constaba en la ficción, les sigue una representación “amable” en los años ochenta siempre en clave de comedia. En los años noventa los personajes LGTBQ+ se muestran como su propia trama, es decir, el arco del personaje es la propia “salida del armario”. Es en los primeros años del nuevo siglo XXI cuando los personajes LGTBQ+ se convierten en personajes integrados en la trama que desarrollan una amplia estructura dramática puesto que, además de ser personajes LGTBQ+, son muchas cosas más.

A pesar de esta progresiva inclusión en los medios y en el cine, las marcas comerciales han sido mucho más cautas a la hora de incluir estas identidades LGTBQ+ en sus estrategias de comunicación, ante el temor de que la identificación con el colectivo LGTBQ+ pudiera generar un movimiento de rechazo por otros sectores de consumidores más conservadores (Bhat et al., 1996). Es a partir de la segunda década del siglo XXI, cuando las compañías en lugar de pensar que mostrar personas LGTBQ+ las podía perjudicar, empiezan a comprender que les puede beneficiar. Parte de este cambio viene motivado por la popularización de las *celebrities* LGTBQ+ en las redes sociales que expresan su identidad libremente, conectan con otros personajes LGTBQ+ y se reafirman con un valor añadido de realización personal. La red también es el espacio del activismo globalizado, donde se comparten y denuncian agresiones LGTBQ+ o donde se forman reacciones en cadena generando fenómenos de concienciación global como #MeQueer que se viralizó en 2018 para denunciar las agresiones a los miembros del colectivo.

### ***La red y la aparición de los influencers LGTBQ+***

En el informe “Nielsen Consumidor Digital LGTBQ+: hábitos y tendencias en los medios de comunicación” (Control, 2021), los medios online ganan la batalla a los analógicos por lo que se refiere a la publicidad con representaciones LGTBQ+, según la percepción del propio colectivo. Las que obtienen mejor puntuación son las redes sociales, tanto en publicidad de marcas como de *influencers* (según el 18% que dice es muy inclusiva), seguidas por el resto de anuncios online (17%). Entre los medios que tienen menos representación del colectivo LGTBQ+ se encuentran los anuncios de radio (el 50% los ve

como muy poco inclusivos), seguidos de cerca por la prensa tradicional (49%) y las revistas o magazines en formato impreso (45%).

Internet ha propiciado el desarrollo de la visibilidad LGTBQ+ en la aldea global y la popularización del movimiento LGTBQ+ se ha dado a través de los discursos de los jóvenes LGTBQ+ que han encontrado en las redes un espacio de visibilización, donde trazar alianzas, relacionarse y producir material audiovisual propio. Los contrapúblicos (Tortajada et al., 2019) son los que se forman al margen de los públicos de los medios tradicionales y tienen la capacidad de combatir los valores hegemónicos de la sociedad, mostrando que la heterogeneidad y la resistencia son viables en los espacios digitales. Estos contrapúblicos LGTBQ+ se comunican al margen de los grandes monopolios de comunicación y publicidad. Así, los procesos de construcción identitaria se hacen visibles a través de los contenidos que se comparten (boyd-Barrett, 2006; Fraser, 1990) en los que se visualizan narrativas LGTBQ+, nuevas representaciones corporales y también todo un universo de interacciones entre los usuarios, capaces de generar temáticas y posicionamientos virales. El Día del Orgullo representa una efeméride en la que todo este potencial comunicativo se extiende de forma exponencial. Son habituales el uso de etiquetas como #díadelorgulloLGTB #díadelorgullo #díadelorgulloespaña que propician la difusión e interconexión de mensajes activistas personales junto con campañas institucionales o impulsadas por las entidades. En este mismo espacio de libre expresión, los mensajes de apoyo al colectivo conviven con las reacciones LGTBQfobas y los comentarios misóginos que generan una gran caja de resonancia.

En este contexto de las redes sociales, mientras que Facebook y Twitter funcionan sobre todo como instrumentos de convocatoria de acciones activistas puntuales (Enguix y Ardévol, 2012), Instagram es una red propicia para la construcción de subjetividades (Sanz y Fernández, 2018). Los usuarios se identifican con las imágenes y biografías personales y se crean fuertes vínculos emocionales a través de un *storytelling* que logra humanizar los episodios narrados (Atarama-Rojas et. al., 2018). El hecho de mostrar la identidad LGTBQ+ como una historia de vida de superación (Plummer, 1996), valentía y triunfo capta el interés de los y las publicistas, que buscan maneras de narrar atractivas y emocionales, en un panorama donde se difumina cada vez más la frontera entre las historias reales y los contenidos vinculados a una marca. En el caso de Instagram, esta hibridación entre los mensajes comerciales y personales es cada vez más evidente, puesto que los *influencers* se convierten en prescriptores de productos a través de incorporarlos en su estilo de vida (Sanz y Fernández, 2018). Si hay un colectivo especialmente vinculado con esta forma de proceder es el público joven, los denominados *millennials*

(Ruiz Cartagena, 2017), que encuentran en el espacio digital la plataforma perfecta para dar a conocer sus conocimientos u opiniones sobre temas ante los cuáles se sienten legitimados.

Según el informe “Nielsen Consumidor Digital LGTBIQ+: hábitos y tendencias en los medios de comunicación” (Control, 2021), Instagram se situaría como la primera en el ránking de las redes sociales preferidas por las personas LGTBIQ+ para ver contenido de *influencers* (43%), mientras que TikTok se quedaría ligeramente por detrás, con un 39% de preferencia del colectivo por esta red social frente al resto de las opciones.

### ***El pinkwashing LGTBIQ+***

Podríamos decir que esta vinculación entre la causa LGTBIQ+ y las marcas en España tuvo su punto de inflexión el 28 de junio de 2017 cuando Madrid acogió la World Pride, un evento internacional que contó con la participación de muchas empresas y que fue impulsado por la propia Oficina de Turismo de la ciudad (Enguix, 2017). En el balance final del evento, las presentaciones públicas presumían del rédito económico que se había conseguido en el evento.

El *pinkwashing* (lavado rosa) es una maniobra de marketing con fines estratégicos que usan las empresas con el objetivo comercial o político de presentarse públicamente como espacios pro-derechos del colectivo LGTBIQ+. Su asociación simbólica persigue ofrecer una imagen amigable e inclusiva con las personas socialmente subalternizadas como la población LGTBIQ+ (Spade, 2015) para obtener beneficios políticos, sociales o económicos y mostrar una imagen de apertura hacia el colectivo. Estas estrategias comerciales, a menudo son catalogadas de superficiales ya que más que favorecer un cambio en los protocolos de la empresa, o una lucha activa contra la LGTBIQfobia, su intención es distraer la atención de aquellos aspectos agresivos y discriminadores del mercado capitalista -como los sueldos bajos, la discriminación de género o los despidos- a los que normalmente han sido vinculadas algunas empresas (Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020). Por otro lado, el *queerbaiting* (Ng, 2017) que se podría traducir como reclamo LGTBIQ+ o cebo *queer* es una técnica de mercadotecnia para atraer a la audiencia LGTBIQ+ o heteroaliados, ofreciendo contenido que les pueda resultar atractivo para el clic. Este recurso surgió y se ha popularizado a través de discusiones en fandoms de Internet desde principios de la década de 2010. El riesgo del *pinkwashing* es que en una sociedad donde los consumidores y los usuarios están cada vez más informados, puedan salir a la luz casos en los cuales la empresa no ha seguido la misma ética. De hecho, el principal signo de

*pinkwashing* es la incoherencia (Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020) que toma distintas formas: desde la que tiene lugar respecto a los protocolos internos de la empresa hasta la que puede tener relación con el tratamiento de la diversidad en otros productos o campañas a lo largo del año. Otro de los elementos que pueden alimentar las sospechas sobre *pinkwashing* es la utilización de representaciones LGTBQ+ blandas, es decir mostrar en la publicidad personas LGTBQ+ con bellezas normativas o personajes estereotipados que no sean representativos de las identidades LGTBQ+ reales, ni inclusivas con otro tipo de ejes de opresión.

### ***La época postgay o postLGBTQ+***

En los últimos años, y paralelamente a la popularización del feminismo que algunas académicas sitúan en España a raíz de las movilizaciones de marzo de 2018 (Araña et al., 2019), el movimiento LGTBQ+ también ha vivido un proceso similar, donde sus reivindicaciones políticas se han convertido en un producto muchas veces de consumo vinculado a una serie de valores al alza como pueden ser la libertad de elección, la vitalidad, la fiesta, la diversión o el espíritu transgresor. Así, estos espacios de expresión de la cultura LGTBQ+ donde se debaten nociones corporeizadas de la subjetividad (Johnston, 2007) y recogen el movimiento político de visibilidad de lo LGTBQ+ también se han convertido en espectáculos para el consumo heterosexual (Enguix, 2019) en un contexto neoliberal en el que las marcas no sólo aspiran a vender productos, sino también deseos o sentimientos. Algunos académicos ya han afirmado que nos encontramos en una época postgay (Ghaziani, 2011). Estas argumentaciones defienden que las reivindicaciones LGTBQ+ han conseguido su propósito, y ya existe una aceptación generalizada de esta identidad que contribuye a negar la necesidad de “salir del armario”. Muchas de estas reflexiones suenan parecidas a las que analizan las teóricas del posfeminismo (Gill, 2007; Lotz, 2001) que alertan de la popularización del feminismo como mecanismo que vacía de contenido los postulados de la lucha política feminista y le da un aire apolítico (Gill, 2008). El posfeminismo se convierte en un régimen de representación con fuerte presencia e influencia en la cultura popular mainstream, caracterizada por mensajes sencillos, impacto emocional de las imágenes y los relatos. Estos discursos sitúan la identidad LGTBQ+ más como un gusto que como una manera de ser (Valocchi, 2019).

## ***El capital social de las emociones***

Así, en nuestro contexto publicitario actual, cada vez importan más los símbolos y las emociones, que se asocian a las marcas a través de un relato capaz de conmover al público. Más que pensar en adquirir productos, pensamos en acumular más libertad. La búsqueda de la satisfacción emocional ha llegado a formar parte de nuestro discurso y de nuestro deseo de realización personal. El capitalismo ha transformado las emociones en *commodities*<sup>2</sup> -*emodities*- (Illouz, 2019). Si el capital simbólico (Bourdieu, 1979) es exclusividad o singularidad, el *branding* o gestión de marcas, es crucial “dada la dificultad inherente en diferenciar productos que carecen de diferencias físicas” (Berry, 2000, p. 128). Esta asociación sirve para construir una imagen fuerte de marca, que sea identificable, recordada y valorada a través del tiempo (Fernández Cavia y Huertas, 2009). En este caso, el día 28 de junio, el desfile festivo exalta algunos de los valores que la sociedad occidental capitalista ha elevado al estatus de exitosos como la felicidad (Ahmed, 2019). Así, este día es un ejemplo encarnado de una experiencia estetizada (Coleman y Crang, 2002) vinculada a la expansión de las industrias audiovisuales y a la iconización del mundo contemporáneo ligada a la imagen, el diseño o la publicidad. La representación de esta jornada nos transmite que hay individuos que después de una larga transformación han podido reivindicar su diferencia y su individualidad (Beck, 1998; Giddens, 1994) a través de un viaje hacia el centro de una personalidad única, que encaja mucho con nuestras leyendas y valores épicos occidentales (Plummer, 1996). En estas celebraciones el colectivo se apropia del orgullo por su sexualidad y presume de su agencia. “Nunca se dirá demasiado que la cultura del consumo ha reclutado la subjetividad a través de la sexualidad, y que es a través de la realización de significados sexuales que se coproducen las identidades emocionales, de género y de consumo, todas juntas” (Illouz, 2019, p. 15).

En este contexto, el objetivo general de este trabajo es analizar el uso de la imagen del colectivo LGTBQ+ en la estrategia de comunicación de tres marcas comerciales en Instagram -la red social identificada como favorita según el informe “Nielsen Consumidor Digital LGTBQ+: hábitos y tendencias en los medios de comunicación”(Control, 2021)-; la asociación identitaria de las marcas con el colectivo, así como la percepción del público en torno a la autenticidad de dicho apoyo.

## ***Metodología***

En este trabajo se analizan tres estudios de caso a través de un *close reading* de las interacciones que se producen (Tortajada et al., 2019). Concretamente se adopta como muestra objeto de estudio tres posts comerciales de empresas multinacionales que operan en España. Se trata de compañías de tres sectores distintos (alimentación, telecomunicaciones y moda) que lanzaron una campaña aprovechando el día del Orgullo. Los posts se difundieron bien los días previos o posteriores a la efeméride, bien el mismo día del Orgullo a través de la red social Instagram. El discurso de la campaña, su simbolismo e intencionalidad permitirán ver cómo las empresas codifican su interés por convertir la reivindicación del 28 de junio en un *storytelling* que atraiga tanto al público LGTBIQ+ como al público heterosexual. La muestra de conveniencia analiza los tres casos de posts de marcas muy consolidadas en el mercado español, atendiendo a tres criterios complementarios: la estrategia de marca y su posicionamiento, el uso de prescriptores y su identidad manifiesta o latente y, finalmente, el grado de interacción a favor o en contra del posicionamiento como marca. Por lo que respecta a la marca se analiza el objetivo de la campaña, discurso, valores, *claim*, tono y posicionamiento; en relación a los prescriptores se analiza el cuerpo, la edad y la identidad sexual; y referente al grado de interacción, se recoge el número de *likes* o reproducciones, la tipología y número de comentarios favorables o desfavorables. El análisis triangular y cualitativo de estas tres dimensiones permite tener un conocimiento del grado de consecución de objetivos y eficacia de los contenidos de cada post.

### ***Caso 1. Burger King España: Empleados reales en la campaña LGTBIQ+***

Con 224 mil seguidores en Instagram (datos de julio de 2021), Burger King España incorpora, en los días previos al 28 de junio, los colores del arcoíris a la imagen de perfil del logo y lanza una campaña con motivo del Día del Orgullo. El objetivo estratégico de la multinacional es mostrar su sensibilidad y compromiso hacia el público LGTBIQ+, unos valores que ya lleva años difundiendo a través de sus campañas. Una de las más significativas fue la que tuvo lugar en el 2020 donde la marca ideó un beso gay entre el rey icono de la marca Burger King y Ronald McDonald's, el creador y también icono de la marca de mayor competencia. En 2021, bajo el *claim* "Nuestro equipo, nuestro orgullo" y con el hashtag #NuestroOrgullo, Burger King España presenta una campaña con un tono desenfadado y juvenil en el que utiliza como imagen de marca a sus empleados reales, que aparecen en las redes sociales

con sus nombres propios y fotografías de su rostro. Para ello, la compañía preguntó entre sus trabajadores quiénes querían participar en una sesión de fotos donde expresaran su identidad LGTBQ+. Este proyecto se enmarca en una campaña internacional que involucra a más de 2.700 empleados que se identifican como LGTBQ+ tanto en los establecimientos comerciales como en las oficinas a nivel mundial (Ferraro, 2021). Las imágenes (ver Fig. 5.1), que también fueron utilizadas en algunos soportes de exterior de la zona de Madrid donde se celebra el desfile del Orgullo, van acompañadas de citas inspiradas en los testimonios de los protagonistas de la campaña: “El respeto

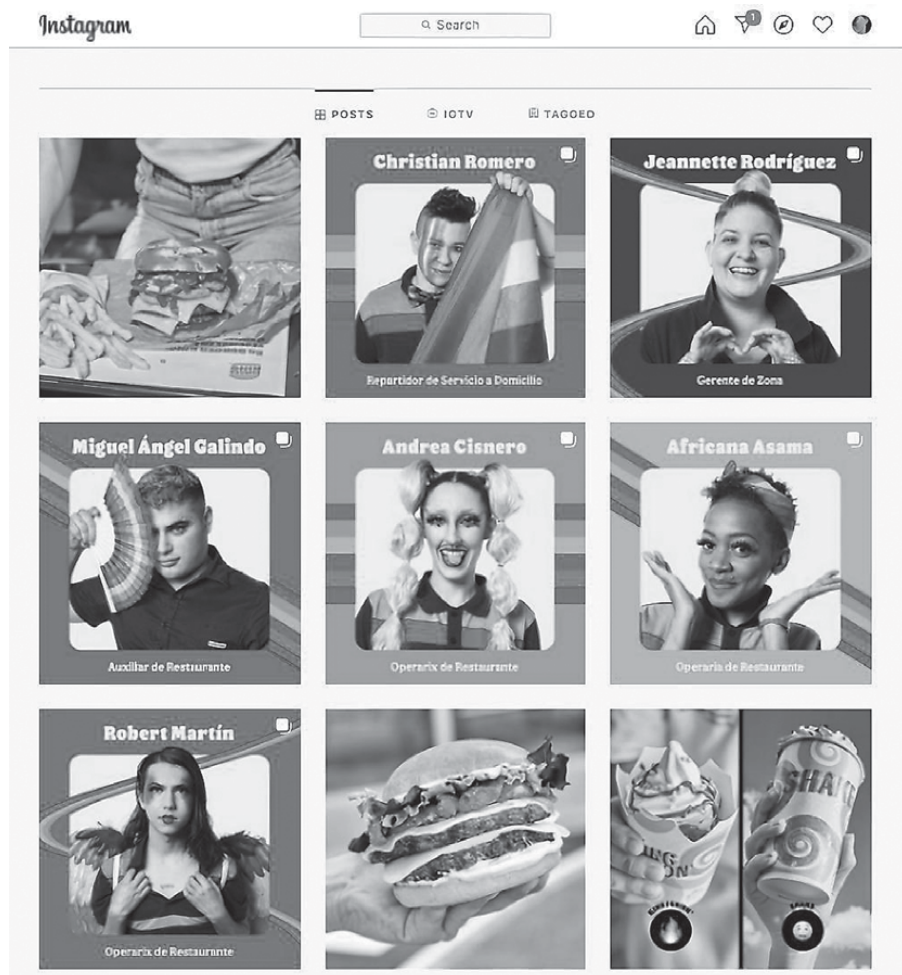


Figura 5.1. Cuenta de Instagram de Burger King



Figura 5.2. Post de cuenta de Instagram de Burger King

no tiene género ni tiene fronteras”; “Que cada cual haga lo que quiera con su piel” o “Para cambiar la situación hay que visibilizarla primero”. Los jóvenes, entre los que se incluyen personas trans y racializadas, han sido fotografiados en actitudes alegres y asertivas con cuerpos y estéticas diversas que rompen el binarismo de género; los cuerpos normativos en lo referente a delgadez y estética y también las imágenes de masculinidad y feminidad clásicas.

Unos días antes del 28 de junio y unos días después se publicaron progresivamente los seis posts de los empleados en forma de prescriptores. Entre ellos, con 5445 likes y 609 comentarios (en fecha de 5 de julio 2021) el post que recibió más *likes* se titula “Aquí no hay géneros, sólo personas” (ver Fig. 5.2) y presenta a Andrea Cisnero, una persona no binaria, “Operarix de Restaurante”, utilizando el lenguaje inclusivo. Con bigote negro y un pelo rubio con dos coletas, aparece sobre una bandera del arcoíris y con el uniforme de Burger King.

Respecto a la interacción que genera el post entre el público de la red social en cuestión, se aprecia una clara oposición a la campaña por parte de la mayoría de los usuarios de Instagram. La mayoría de los comentarios registrados se podrían clasificar entre los críticos contra la diversidad (1); los críticos con la campaña por incoherencia respecto a las políticas de empresa (2) y los mensajes a favor de la campaña (3).

En el caso de los mensajes críticos con la idea de diversidad, la mayoría critican que la marca tenga un posicionamiento político y le recriminan que

se dedique a opinar de asuntos sociales en lugar de dedicarse a su actividad de servir hamburguesas. En estos comentarios LGTBIQfobos existe un desprecio evidente a la diversidad LGTBIQ+ o bien por no considerarla relevante o por ser catalogada como innecesaria. Un recurso muy utilizado por parte de los usuarios para criticar la campaña y la diversidad ha sido anunciar que se van a la competencia.

- “Sólo te pedí una hamburguesa” (BK1)
- “Yo quiero mi burry king, déjate de gilipolleces” (BK4)
- “Qué pereza” (BK5)
- “Sí, todo muy gay, y mi hamburguesa?” (BK15)
- “A mi se me quita el hambre, prefiero el McDonald’s que se dedica a hacer hamburguesas y no a hacer el idiota” (BK28)

Entre estos comentarios se esconde también una defensa encubierta a los valores heteropatriarcales y heterosexistas, con comentarios que ponen distancia ideológica entre los usuarios y el colectivo LGTBIQ+.

- “Mi marido y yo queremos que los pedidos a domicilio lleguen como tienen que llegar. Pero si se dedican a hacer el subnormal (...)” (BK20)
- “De toda la vida he respetado a gente trans y homosexuales pero esto se va de madre, ya pronto los heterosexuales nos vamos a tener que reivindicar también. Los hombres vamos a tener que reclamar nuestros derechos (...)” (BK23)

En algunos comentarios se defiende que si realmente se persigue la igualdad no haría falta reivindicar este día, un enfoque que podríamos calificar de pos-feminista (Gill, 2007; Lotz, 2001) o postgay (Ghaziani, 2011), en el que se argumenta que ya no es necesario “salir del armario” porque el colectivo ya ha conseguido la igualdad que reclamaba.

- “Y si sabéis perfectamente que son personas normales ¿por qué sólo destacáis a la gente LGTBIQ+? De hecho, dudo muchísimo que una persona así de disfrazada vaya a conseguir trabajo” (BK11)

En el caso de las críticas que involucran a las políticas de empresas, los usuarios de Instagram muestran los aspectos que consideran incoherentes de la campaña, hecho que la convertiría en una campaña de *pinkwashing* (Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020) a ojos de algunas de las personas que han comentado dicho post.

- “Busca de like fácil” (BK7)
- “Tanta diversidad para qué? Si con los sueldos que pagáis no llega para vivir dignamente, vaya manera de enmascarar la realidad” (BK8)
- “Como siempre, con el mierdimarketing” (BK9)

“Marketing barato. A esta empresa se la sudan las personas, y más los gays, sólo lo hacen por marketing” (BK9)

“Pero si todas las multinacionales durante este mes, van con la bandera del arcoíris. Sois la ideología del sistema. (. . . )” (BK30)

Entre los comentarios de apoyo a la campaña encontramos algunos que reivindican que todavía es necesaria la visibilización del colectivo porque no se ha llegado a la igualdad:

“El día en que ya no sea necesario reivindicar lo que sentimos las personas del colectivo, ese día, seremos felices de verdad. Gracias por el apoyo Burger King” (BK22)

“Burger King, ni caso de los comentarios. Seguid así!” (BK40)

“Ni caso a los payasos estos, me alegro mucho de que metáis a personas de diferentes géneros en el trabajo” (BK39)

## ***Caso 2. Mango España: La diversidad hace del mundo un lugar mejor***

Con 12,2 millones de seguidores en Instagram (datos de julio de 2021), con motivo del Día Internacional del Orgullo, junto a la customización de su logo con el arcoíris en apoyo del colectivo, el 28 de junio de 2021, Mango publicó un post en Instagram con los hashtags #Pride y #MangoTogether (ver Fig. 5.3).

Con el fin de mostrar el apoyo a la diversidad, el argumento de ventas gira en torno al concepto “La diversidad hace del mundo un lugar mejor”. Dicho eje argumental ya fue empleado en la campaña de 2020 (la primera ocasión en la que Mango dedica en Instagram un post al colectivo el día del Orgullo). Este compromiso por la diversidad se asume como un valor de marca que impregna el tejido social. En este sentido, Mango colabora con “Le Refuge”, asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo es prevenir el aislamiento y el suicidio de jóvenes del colectivo LGBTIQ+ que han sido víctimas de la homofobia o transfobia o en situación de ruptura familiar.

En su apuesta por la diversidad, Mango utiliza en este post un tono joven y cercano al colectivo e invita a compartir el amor con quien se desee, porque el amor es todo, es imparabile, es para todos y, sobre todo, el amor siempre gana (“love will always win”). Con 4615 likes y 121 comentarios, el post objeto de estudio se percibe, en su gran mayoría, de forma positiva por los usuarios y las usuarias.

A diferencia de la publicación de 2020 en la que sólo se empleó una imagen con el *claim* de la campaña, en el post de 2021 cinco prescriptores

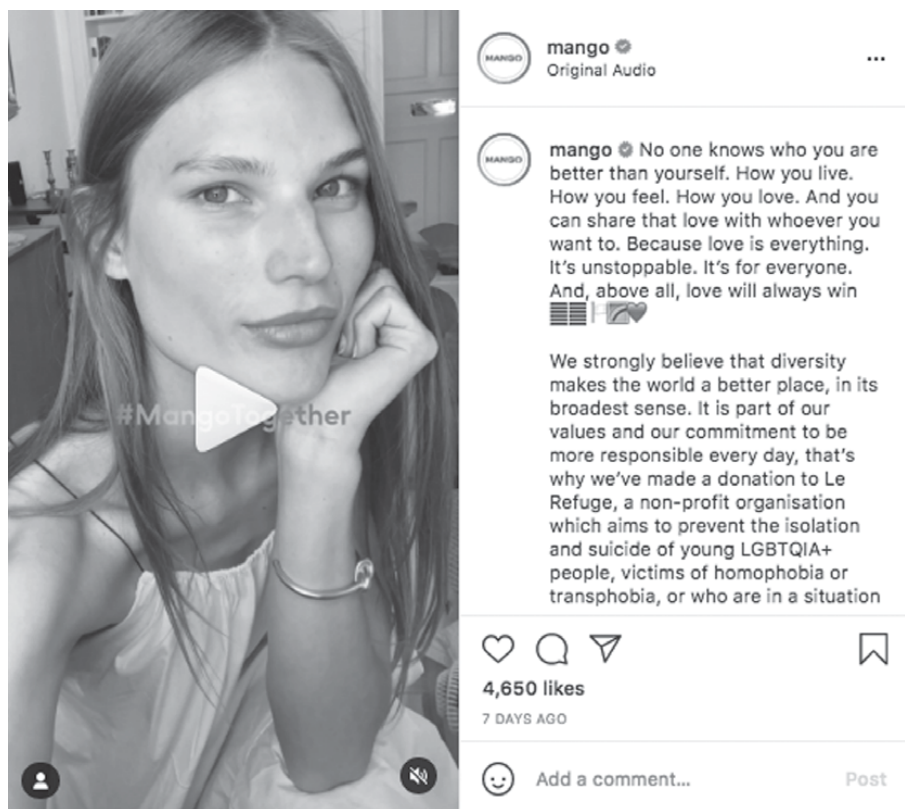


Figura 5.3. Post de cuenta de Instagram de Mango

protagonizan un vídeo en el que van desgranando el argumento de ventas a favor del colectivo, pues el texto que se emplea en el vídeo es el mismo que se recoge en el post. Aparecen tres hombres blancos, dos mujeres blancas, un hombre y una mujer racializada. Todos ellos son jóvenes y se caracterizan por presentar un cuerpo normativo. Respecto a la identidad sexual, es posible identificar, por la voz, la presencia de una mujer trans.

Respecto a la interacción que genera el post objeto de estudio, la mayoría de los comentarios registrados utilizan corazones, banderas y arcoíris para mostrar el acuerdo con la publicación de Mango. En respuesta a estos apoyos, Mango sigue fiel a su argumento de ventas en cada uno de sus comentarios:

- “Let’s all live our lives with love”
- “La diversidad nos hace más fuertes”
- “El amor es imparables”

Por otro lado, el rechazo a la marca es minoritario con relación a la acogida positiva que despierta el post entre los usuarios y las usuarias. Los comentarios negativos se articulan en torno a tres ejes principales: (1) el despido de trabajadores en una fábrica de Dihuali; (2) el *unfollow* a la marca; (3) los problemas con la compra online de algún producto.

Con relación al primer eje, dos usuarios consideran que el apoyo a la comunidad que predica la marca en su post debe hacerse extensivo al cuidado con el que Mango debe tratar a sus trabajadores:

“No puedes decir que te preocupas por tu comunidad y que somos más fuertes juntos cuando tus trabajadores no pueden tener agua potable para beber. Deja de subirte al tren del cuidado por la comunidad LGBTQ+ cuando algunos de tus trabajadores forman parte de dicha comunidad y les estás denegando el derecho fundamental a beber agua potable”<sup>3</sup>. (M1)

“Blah blah blah. You’re mistreating your employees. STOP”. (M2)

Por otra parte, un ínfimo número de comentarios hacen referencia al *unfollow* de la marca, bien debido a la customización del logo con el arcoíris o bien sin mencionar de forma explícita la razón que subyace al abandono de la cuenta. Otro usuario constata el conflicto entre el discurso de la marca y la realidad:

“If all the human become gays as u promoted we will not exist,,and if u promoted diversity as you see look around the world u will find alot of human facing death and discrimination”. (M3)

Finalmente, otros usuarios manifiestan su descontento con el servicio de atención al cliente al no obtener respuesta con relación a los problemas con algún pedido:

“¿Por qué vuestro servicio de atención al cliente no contesta los mensajes? Habéis perdido mi paquete, por tercera vez, en los últimos meses. (. . . )”<sup>4</sup>. (M4)

“I tried to contact u many times no response i asked for return and there’s noone come pick the parcel. Worst really”. (M5)

En todos estos casos, y a diferencia del resto de críticas que recibe la marca por el conflicto con los trabajadores o por el apoyo al colectivo, Mango sí responde a los comentarios, en esta ocasión, con el compromiso de solucionar estas cuestiones:

“Hola y perdón por el retraso. Tras comprobarlo, podemos ver que nuestro servicio de atención al cliente está atendiendo su petición (. . . )”. (M)

### ***Caso 3. Vodafone España: Un paso al frente hacia la cultura LGTBIQ+***

El grupo multinacional de telecomunicaciones de origen británico Vodafone pertenece al selecto grupo de compañías que desde el año 2016 forma parte del “top ten” de empresas con las mejores políticas de inclusión para el colectivo LGTBIQ+. Así se desprende del programa Emidis (Empresas por la Diversidad, 2020). Se trata de un proyecto de FELGTB (Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales), pionero en España, que nace de la necesidad de mejorar la situación de las personas LGTBIQ+ en el entorno laboral bajo el paraguas de la agenda 2030 y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas en 2017.

En España, Vodafone además de ser pionera en el desarrollo de iniciativas LGTBIQ+ Friendly también adopta políticas internas con el objetivo de construir una cultura inclusiva que valore y celebre la diversidad de sus empleados. Las políticas de diversidad e inclusión se centran en aspectos como la igualdad de género, el colectivo LGTBIQ+ o la inclusión de personas con discapacidad entre otros. En este sentido, Vodafone desarrolla estrategias de comunicación basadas en la sensibilización y visibilidad hacia este colectivo, como la adaptación del logo a los colores del arcoíris durante los meses de junio-julio y utiliza las redes sociales para visibilizar que su apuesta por la diversidad no es una operación de maquillaje *pinkwashing*, sino una parte de su compromiso empresarial con sus empleados. Precisamente por ello destacamos el post del 25 de junio, que alcanzó un total de 850 *likes* y tuvo 175 comentarios.

El objetivo de la campaña es dar a conocer cómo el compromiso de Vodafone con este colectivo va más allá de una simple estrategia de marketing durante el mes del orgullo.

Este post está formado por la secuencia de 5 imágenes: En la imagen 1 (Fig. 5.4): el logo de arcoíris de Vodafone con una pregunta retórica cuya respuesta se sobreentiende, pero no deja de ser una llamada inquietante a indagar sobre la respuesta. “¿Estamos haciendo *pinkwashing* por cambiar nuestro logo?” En la imagen 2 (Fig. 5.5): Se explica en qué consiste el *pinkwashing* y cierra con el *claim* “pero ese no es nuestro caso”. El resto de las imágenes hace referencia a tres de las iniciativas adoptadas hacia este colectivo. En la imagen 3 (Fig. 5.6): bajo el lema “Amigxs del colectivo LGTB+” se reafirma como integrante de la red que fomenta conectar y apoyar a su personal en asuntos relacionados con el movimiento, así como la inclusión y diversidad en el trabajo. La imagen 4 (Fig. 5.7) recoge explícitamente cinco políticas de inclusión de RRHH: a) un canal de atención en exclusiva para este colectivo, b) un itinerario específico de formación, c) sensibilización y formación



Figura 5.4. Post 1 de cuenta de Instagram de Vodafone

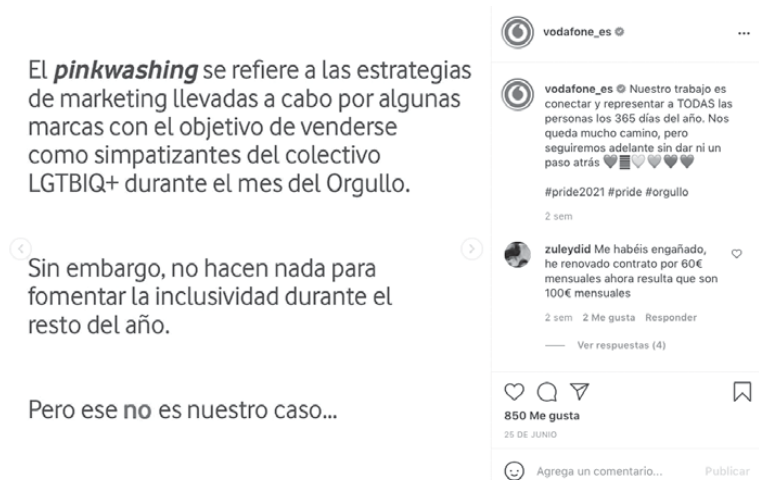


Figura 5.5. Post 2 de cuenta de Instagram de Vodafone

## 1. Amigxs del colectivo LGTB+

La red de amigxs de Lesbianas, Homosexuales, Bisexuales, y Trans trabaja para conectar y apoyar a nuestro personal en asuntos relacionados con el movimiento.

Busca fomentar la inclusión y la diversidad en el trabajo.



Figura 5.6. Post 3 de cuenta de Instagram de Vodafone

## 2. Políticas de inclusión de RRHH

- Canal de atención exclusiva para el colectivo LGTB+
- Itinerario específico de formación para el colectivo LGTB+
- Sensibilización y formación en Sesgos Inconscientes y la figura del aliado/a LGTB+
- Formamos parte de la Junta Directiva de REDI, la primera organización estatal de empresas para la inclusión del colectivo LGTB+ en las organizaciones.
- Comité de Diversidad e Inclusión, formado por 18 personas pertenecientes a todos los departamentos y niveles jerárquicos de la organización.



Figura 5.7. Post 4 de cuenta de Instagram de Vodafone



Figura 5.8. Post 5 de cuenta de Instagram de Vodafone

en sesgos inconscientes y la figura del aliado/a LGTBQ+, d) miembro de la Junta Directiva REDI, primera organización estatal de empresas para la inclusión del colectivo en las organizaciones y e) un Comité de Diversidad e Inclusión, formado por dieciocho personas de todos los departamentos y niveles jerárquicos. Finalmente, la imagen 5 (Fig. 5.8) con el slogan “Ser fieles a nuestros valores”, Vodafone expone dos comentarios homófobos a raíz de uno de sus spots, protagonizado por dos adolescentes lesbianas que se besaban y presentan su respuesta en las redes, con una imagen del spot y alude a estar orgullosos del mismo, porque “su misión es conectar a todas las personas independientemente de su orientación sexual, política o religiosa”. Vodafone se presenta como una organización empresarial valiente, que da “un paso al frente” y “ante el odio, la homofobia y la falta de respeto” no pueden permanecer callados, porque forma parte de los principios de la compañía.

Se trata por tanto de un discurso fundamentalmente de marca, con un tono claramente institucional, pero al mismo tiempo cercano, donde Vodafone se posiciona como una marca valiente y proactiva en el apoyo y defensa de este colectivo y orgullosa en la adopción de políticas concretas de inclusión y diversidad a nivel interno. Se trata de un post dirigido fundamentalmente al público externo, que trata de diferenciarse del “postureo” de marcas *pinkwashing*.

Relacionado con el grado de interacción de este post, es uno de los que mayor grado de respuestas tiene, a excepción de los posts de concursos que son los líderes en el número de comentarios.

Este post no utiliza la imagen de ningún prescriptor y por lo que respecta a la interacción obtenida, Vodafone comenta en su post la misión de su empresa: “Nuestro trabajo es conectar y representar a TODAS las personas los 365 días del año. Nos queda mucho camino, pero seguiremos adelante sin dar ni un paso atrás” con el #pride2021#pride#orgullo.

De los 175 comentarios generados por el post, la mayor parte de ellos, dos tercios, se trata de comentarios desfavorables entre los que destacan tres tipos: (1) los que consideramos posfeministas o posgays; (2) los que hacen referencia al *pinkwashing*; (3) los vinculados a los servicios de la compañía.

En relación al posfeminismo, entendido como las reivindicaciones LGTBIQ+ que ya han conseguido su propósito, y no es necesario insistir en este tema porque precisamente se utilizará como mecanismo de popularización (Gill, 2007; Lotz, 2001) encontramos los siguientes comentarios:

“Hay que hacerse notar o la igualdad ?? No entiendo, me metí al post porque me acordé y dije uy voy a ver si alguien pensó como yo.” (V 1)

“Es que allí están tratándolos como “otra gente especial a la que apoyamos la gente normal” no me jodas, es que hacer paripé de todo eso no es ser inclusivo (... )” (V 2)

“Más propaganda!! Esto lo q hace es diferenciar más todavía a ese colectivo exacto. Dando tanto bombo al final es lo que consiguen” (V 4)

Pero también están los que siguen viendo estas medidas como una estrategia de *pinkwashing*:

“Lo de lo demás es marketing lo vuestro no?” (V 6)

“Y como sé yo que esto no es marketing :v” (V 7)

Y, finalmente, la mayor parte de los comentarios desfavorables son aquellos que independientemente del contenido del post que puede ser muy interesante, los problemas están vinculados a la mala atención al cliente, la subida de las tarifas sin previo conocimiento, etc.

“Me habéis engañado, he renovado contrato por 60€ mensuales ahora resulta que son 100€ mensuales” (V 8)

“Nadie me contesta ni en Facebook ni Twitter, yo ya no sé a quién acudir ya, para resolver el problema. Muy mal atención al cliente” (V 9)

“Me parece muy bien, pero llevo mas de 10 llamadas y me seguís dando largas, gestión horrorosa ... una vez mas” (V 10)

Por lo que respecta a las políticas de inclusión destacan los comentarios de los propios empleados y ex empleados que ratifican la veracidad de su puesta en práctica en la empresa:

“Yo doy buena fé de que esas políticas internas existen y se cumplen” (V 13).

“He estado 16 años trabajando en Vodafone y doy fé que es así. Siempre me han valorado por mi trabajo y me han cuidado como persona” (V 14)

Por otra parte, están los comentarios que alaban la actitud y valentía de Vodafone por el spot generador de polémica:

“Post muy valiente. ¡Enhorabuena!” (V 16),

“Yo desde mi punto de vista creo que el anuncio está bien no veo nada de malo en que dos personas del mismo se besen” (V 18).

## ***Conclusiones***

Los tres casos elegidos evidencian que estamos ante una estrategia de comunicación que quiere mostrar el apoyo de las empresas a la diversidad LGTBIQ+ para reflejar unos valores en sintonía con la inclusión y hacer explícita la responsabilidad social de la compañía a escala internacional. El hecho de que se trate de tres empresas multinacionales que operan en muchos países donde existen diferentes marcos jurídicos respecto a las políticas LGTBIQ+ muestra una tendencia internacional (Altman, 1996) a revalorizar las identidades LGTBIQ+ como símbolo de tolerancia y solidaridad en las empresas. Las marcas, seducidas por la construcción de relatos vinculados con las preocupaciones o anhelos sociales por parte de los *influencers* LGTBIQ+, buscan mostrar su complicidad con las demandas del colectivo a través de una campaña no sólo dirigida al target LGTBIQ+ como era habitual sino, por primera vez, dedicada al público general (Valocchi, 2019). Unos discursos comerciales que se mezclan y difuminan entre la reivindicación política que tiene lugar en las mismas plataformas (Gill, 2007, 2008; Tortajada et al., 2019).

Todas las marcas analizadas quieren mostrar unos prescriptores jóvenes y diversos. Lo hacen a través de ofrecer en la campaña testimonios reales que se declaran LGTBIQ+ y que expresan sus propias opiniones y posicionamientos a través de una narración autobiográfica. Así pues, eluden la representación del colectivo a través de personajes de ficción que podrían correr el riesgo de reproducir estereotipos LGTBIQ+. Con relación a la selección de los prescriptores online, dada la infrarrepresentación transgénero constatada por otros estudios en los medios *mainstream* (Sánchez-González &

González-de-Garay, 2020; Tortajada et al., 2019), en los medios online, a partir de la muestra de este estudio, se percibe su inclusión. En esta línea, la necesidad de prestar atención al enfoque de la interseccionalidad justifica la presencia de personas racializadas en la elección de los prescriptores online de la marca de moda examinada. En el caso de Burger King y Vodafone aparecen la mayoría de identidades reflejadas en las siglas LGTBIQ+ con cuerpos que rompen los cánones del binarismo y la heteronormatividad, ya que se presentan con estéticas fluidas en la que se cuestionan los modelos de feminidad y masculinidad normativa.

Respecto al potencial de las marcas analizadas para entablar una asociación identitaria con sus públicos en cuanto a su vinculación con el colectivo LGTBIQ+, se observan posicionamientos dispares. Así, en el caso de Mango, pese a que la mayoría de los comentarios aplauden el post objeto de estudio, los usuarios y las usuarias muestran su aceptación con emoticonos. Sólo en el caso de las críticas al servicio de atención al cliente se registra un auténtico diálogo entre los usuarios y las usuarias y la marca. En el caso de Burger King y Vodafone se observa un rechazo generalizado a la campaña con unos argumentos que básicamente discuten el servicio de la multinacional de comida rápida y las subidas de precio y la mala atención al cliente de la empresa de telecomunicaciones. Los usuarios de Burger King desaprueban que se posicionen alrededor de un asunto que consideran “político” y descalifican la campaña con comentarios claramente LGTBIQfobos, heterosexistas y misóginos. En estos textos de respuesta al post incluso amenazan con irse a la competencia ya que en su mayoría no se sienten representados por la campaña.

En cuanto a la percepción de los públicos sobre la autenticidad del apoyo al colectivo, en el caso de Mango y Burger King, aunque los comentarios al respecto son exiguos, se vincula la vulneración de los derechos fundamentales de los trabajadores con el escepticismo sobre la preocupación de la marca por la comunidad. En el caso de Burger King y Vodafone algunos usuarios denuncian explícitamente que se trata de una campaña de *pinkwashing* ya que opinan que el mensaje es puramente una estrategia de marketing.

El creciente interés de las marcas por la defensa de los derechos LGTBIQ+ supone un cambio de paradigma en la cultura publicitaria española. El reto ahora puede ser ir hilando estructuras de coherencia entre la publicidad y la cultura empresarial como intenta Vodafone, al mismo tiempo que estas manifestaciones publicitarias utilizadas en las redes sociales puedan expandirse también a los medios convencionales.

## Notas

1. Consistió en una serie de manifestaciones espontáneas y violentas contra una redada policial que tuvo lugar el 28 de junio de 1969 en el pub conocido como Stonewall Inn, ubicada en el barrio de Greenwich Village de Nueva York.
2. Marx en *El Capital* definió los *commodities* como objetos “fuera de nosotros” que son a la vez comerciales y útiles de uso.
3. La traducción es propia.
4. La traducción es propia.

## Referencias Bibliográficas

- Ahmed, S. (2019). Esperanza, inquietud y promesa de felicidad. *Nueva Sociedad*, (283), 111–125.
- Altman, D. (1996). Rupture or Continuity? The Internationalization of Gay Identities. *Social text*, 48, 77–94. <https://doi.org/10.2307/466787>
- Araüna, N., & Willem, C. (2019). Discursos feministas y vídeos de youtubers: límites y horizontes de la politización yo-céntrica. *Quaderns del CAC*, (45), 25–35. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-09/Q45\\_Arauna\\_et\\_al\\_ES\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-09/Q45_Arauna_et_al_ES_0.pdf)
- Atarama-Rojas, T., Castañeda, L., & Ojeda, A. (2018). El storytelling y la condensación de historias en el mundo publicitario. *Revista RIHUMSO*, (13), 1–19. <http://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/136/pdf>
- Beals, K. P., Peplau, L. A., & Gable, S. L. (2009). Stigma management and well-being: The role of perceived social support, emotional processing, and suppression. *Personality and social psychology bulletin*, 35(7), 867–879. <https://doi.org/10.1177/0146167209334783>
- Beck, Ulrich (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Paidós.
- Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 128–137. <https://doi.org/10.1177/0092070300281012>
- Bhat, S., Leigh, T. W., & Wardlow, D. L. (1996). The effect of homosexual imagery in advertising on attitude toward the ad. *Journal of homosexuality*, 31(1–2), 161–176. [https://doi.org/10.1300/J082v31n01\\_10](https://doi.org/10.1300/J082v31n01_10)
- Bond, B. J. (2014). Sex and sexuality in entertainment media popular with lesbian, gay, and bisexual adolescents. *Mass Communication and Society*, 17(1), 98–120. <https://doi.org/10.1080/15205436.2013.816739>
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit.
- boyd-Barrett, O. (2006). Cyberspace, globalization and empire. *Global media and communication*, 2(1), 21–41. <https://doi.org/10.1177/1742766506061815>
- Calvo, K. (2017). Memorias y archivos LGTBI en España. *Tábula*, (20), 25–42.
- Coleman, S., & Crang, M. (Eds.). (2002). *Tourism: Between place and performance*. Berghahn books.

- Control (2021). *El colectivo LGTBQ+ dedica más tiempo a las redes sociales*. <https://controlpublicidad.com/targets/el-colectivo-lgtbiq+-dedica-mas-tiempo-a-las-redes-sociales/>
- El País (2020). *Correos celebra el Día del Orgullo con la emisión de su primer sello LGTBI*. Recuperado de: <https://elpais.com/sociedad/2020-06-18/correos-celebra-el-dia-del-orgullo-con-la-emision-de-su-primer-sello-lgtbi.html> [Fecha de consulta: 4 de julio de 2021].
- Emidis (2020). *Empresas por la Diversidad*. Recuperado de: <https://felgtb.org/participa/empresas/emidis/> [Fecha de consulta: 10 de julio de 2021].
- Enguix, B., & Ardévol, E. (2012). Enacting bodies: Online dating and new media practices. En K. Ross (Ed.), *The Handbook of Gender, Sex, and Media* (pp. 502–515). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118114254.ch30>
- Enguix, B. (2017). Protesta, mercado e identidad en las celebraciones del Orgullo LGTB en España. *Convergencia*, 24(73), 165–186.
- Enguix, B. (2019). *Orgullo, protesta, negocio y otras derivas LGTB*. Ediciones Doce Calles.
- Eribon, D. (2000). *Identidades, Reflexiones sobre la Cuestión Gay*. Bellaterra
- Fernández-Cavia, J. & Huertas, A. (2009). City Brands and their Communication through Web Sites: Identification of Problems and Proposals for Improvement. En M. Gascó & T. Torres (Eds.), *Information Communication Technologies and City Marketing: Digital Opportunities for Cities around the World* (pp. 26–47). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-134-6.ch002>
- Ferraro, F. (2021). *Burger King llena de orgullo las calles de São Paulo*. Percepciones digitales. Recuperado de: <https://percepcionesdigitales.com/burger-king-llena-orgullo-calles-sao-paulo/> [Fecha de consulta: 30 de junio de 2021].
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social text*, (25/26), 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Ghaziani, A. (2011). Post-gay collective identity construction. *Social Problems*, 58(1), 99–125. <https://doi.org/10.1525/sp.2011.58.1.99>
- Ghaziani, A., Taylor, V., & Stone, A. (2016). Cycles of sameness and difference in LGBT social movements. *Annual Review of Sociology*, 42, 165–183. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073014-112352>
- Giddens, A. (1994). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Península.
- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Polity.
- Gill, R. (2008). Empowerment/Sexism: Figuring FemaleSexual Agency in Contemporary Advertising. *Feminism and Psychology*, 18(1), 35–60. <https://doi.org/10.1177/0959353507084950>
- Gill, R. (2011). Sexism reloaded, or, it's time to get angry again!. *Feminist Media Studies*, 11(01), 61–71.
- Illouz, E. (2019). *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía*. Katz Editores.
- Johnston, L. (2007). Mobilizing pride/shame: lesbians, tourism and parades. *Social & Cultural Geography*, 8(1), 29–45. <https://doi.org/10.1080/14649360701251528>

- Lotz, A. D. (2001). Postfeminist television criticism: Rehabilitating critical terms and identifying postfeminist attributes. *Feminist media studies*, 1(1), 105–121. <https://doi.org/10.1080/14680770120042891>
- Ng, E. (2017). Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape. *Transformative Works and Cultures*, 24(1). <https://doi.org/10.3983/twc.2017.0917>
- Plummer, K. (1996). Intimate citizenship and the culture of sexual storytelling. En *Sexual cultures*. En J. Weeks & J. Holland (Eds.), *Sexual cultures (communities, values and intimacy)* (pp. 34–52). St. Martin's Press.
- Ruiz Cartagena, J. J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8, 347–367.
- Sánchez-González, S., & González-de-Garay, B. (2020). La diversidad afectivo-sexual en First Dates (Cuatro: 2016). Análisis de contenido del perfil de los participantes. *Masculinidades y cambio social*, 9 (2), 113–147. <https://doi.org/10.17583/mcs.2020.3629>
- Sánchez-Soriano, J. J., & García-Jiménez, L. (2020). La investigación en comunicación LGTBI en España: estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Revista Prisma Social*, (28), 161–175.
- Sanz, R. M., & Fernández, C. G. (2018). Comunicación de Marca en Instagram. ¿Una Cuestión de Género? El rol del influencer de moda. *Masculinidades y cambio social*, 7(3), 230–254. <https://doi.org/10.17583/mcs.2018.3693>
- Spade, D. (Director). (2015). *Pinkwashed exposed: Seattle fights back* [Documental]. 13th Avenue Productions
- Tortajada, I., Caballero-Gálvez, A., & Willem, C. (2019). Contrapúblicos en YouTube: el caso del colectivo trans. *El profesional de la información*, 28 (6), e280622. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.22>
- Valocchi, S. (2019). *Capitalisms and gay identities*. Routledge.
- Zurian, F. A. (2018). Representaciones LGTBIQ en la televisión de ficción española, de la Transición a Zapatero. En D. Ingenschay (Ed.), *Eventos del deseo* (pp. 243–262). Vervuert Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.31819/9783954876921-017>

### ***Fuentes de los casos:***

Caso 1: <https://www.instagram.com/p/CQnuImVhOUl/>

Caso 2: <https://www.instagram.com/p/CQqAipRovIT/>

Caso 3: <https://www.instagram.com/p/CQie9RyKSXK/>

# Capítulo 6. Conclusiones

A lo largo de esta tesis los resultados se van presentando y evaluando en el proceso de aprendizaje. Este hecho hace que a través de los estudios de caso se pueda observar el progreso y cómo la investigación parte de un punto para expandirse y abarcar distintos puntos de vista complementarios: tanto la autonomía de los emisores cómo la utilización intencionada que el mercado hace de las *historias del yo* digitales.

Cuando empecé este trabajo me interesaban las grabaciones de los adolescentes realizando su *coming out* ante sus progenitores. Estas imágenes *amateurs*, denominadas “pobres” (Steyerl, 2016) en forma de información audiovisual popular en los márgenes del género artístico o documental, se me presentaban como un documento etnográfico para acceder a los hogares de muchas familias de diferentes puntos del planeta, todos ellos marcados por un mismo contexto de heterosexualidad obligatoria (Rubin, 1984; Roudinesco, 2004; Ahmed, 2014). Tantos millones de jóvenes, de Japón a México, pasando por Italia o Estados Unidos ahora cogían las cámaras para grabar un momento tan importante en sus vidas y lo subían a la red para compartirlo. Pensé que estos documentos audiovisuales, que descubrí que en la propia jerga digital se llamaban *coming out videos*, podían aportar información sobre la negociación identitaria entre generaciones en muchas partes del mundo. Intuí que la expectativa de aprobación de la familia nuclear seguía ejerciendo un enorme poder emocional sobre las identidades de los jóvenes LGTBQ+, la heteronorma funcionaba como un mecanismo regulador del comportamiento, sobre todo en los núcleos afectivos primarios. Incluso en personas LGTBQ+ que en los círculos sociales afines habían conseguido llevar una vida integrada y cohesionada con su identidad, tenían miedo a volver a sus hogares familiares, a sus orígenes, para encontrarse allí con el peso de la heteronorma y de las expectativas vitales de una generación de padres y madres pertenecientes a una época donde las identidades LGTBQ+ eran una deshonra o una fatalidad, o incluso estaban prohibidas por la ley. Poco a poco, fui abriendo la investigación a otros objetos de análisis para entender cuáles eran las estrategias que internet propiciaba para poder desarrollar la propia autonomía narrativa y desplegar unas *historias del yo* con diferentes intencionalidades. Si una cosa me queda clara como conclusión es que las personas LGTBQ+ quieren compensar tantos años de silencio, quieren hablar sobre sí mismas, y este hito histórico no pasa desapercibido tampoco para las grandes multinacionales, siempre atentas a acceder al consumidor a través de historias de vida atractivas.

En este apartado final, expongo un resumen de las conclusiones globales de la tesis doctoral.

1. Las primeras décadas del siglo XXI serán recordadas como el momento en que, por primera vez en la historia contemporánea, las personas de a pie pudieron relatarse a ellas mismas ante un público que las miraba en el marco de las redes sociales. Más allá del paradigma de los

medios de comunicación de masas y la industria cinematográfica, internet favorece la pluralidad de voces. Ahora un usuario de las redes sociales puede expresar quién es, sus valores e ideales a través de un contenido textual o audiovisual en el que la misma persona es realizador-protagonista. Si la visibilidad se intuía como el camino hacia el reconocimiento de las identidades LGTBIQ+, buena parte de este hito se ha conseguido gracias a las redes sociales. Las historias de vida saltan de los contextos locales a la red y son capaces de llegar a cualquier rincón del planeta. El usuario se convierte en emisor y creativo, utilizando la tecnología para mostrar quién es a través de su capacidad de transgresión o sorpresa, creando una sensación de integración de los elementos de la historia personal con el reconocimiento de una comunidad. Tenemos acceso a relatos íntimos, a *coming out*, y a otras manifestaciones que propician que las identidades puedan volverse visibles y diversas en tanto que se convierten en referentes para otras personas que antes de la época digital vivían en entornos aislados, sobre todo en las áreas rurales sin movimientos activistas. Un individuo, un relato. Las personas LGTBIQ+, que tradicionalmente han vivido y compartido sus experiencias de vida sólo en los refugios de su propia clandestinidad, pueden ahora hacerse visibles ante personas conocidas y desconocidas. Su experiencia de vida, así como su relato, les pertenece y han decidido compartirla. El resultado es un *distributed self*, que trasciende lo individual (Bruner, 2003) para encontrarse con otras personas con las que identificarse.

2. Las redes sociales suponen un espacio de autoafirmación ante diferentes estados emocionales de los sujetos que tradicionalmente quedaban ocultos en la llamada “intimidad”. En la mayoría de las culturas contemporáneas occidentales, y también en los contextos operados por la heteronorma, las emociones han sido consideradas síntoma de debilidad -incluso asuntos femeninos- y unas manifestaciones afectivas o corporales que debían quedarse en el ámbito privado. La razón y los argumentos eran públicos, las emociones y los estados anímicos eran un asunto personal sin interés alguno en la gestión de las políticas públicas y los movimientos sociales. El feminismo, con su famosa premisa “lo personal, es político” ha popularizado este giro de percepción. También en la academia con el Giro Afectivo de los Estudios Culturales ha puesto en valor la perspectiva que las emociones responden a construcciones culturales y, muchas veces, esconden lecturas interesantes de los fenómenos sociales. Reconocer el amplio espectro de emociones que vivimos en público supone favorecer la visibilidad de unos afectos que operan en la retaguardia de nuestros comportamientos y conductas sociales. La opresión LGTBIQ+ generó y genera tristeza, dolor, necesidad de reconocimiento, miedo o deseo de autonomía y es importante que la sociedad se sensibilice a través de la visibilidad de estas

- historias de vida. No sólo son necesarios los recortes de prensa que hablan en tercera persona, con cifras y con declaraciones oficiales. Las historias de vida LGTBIQ+ que recogemos en los distintos estudios de caso dejan constancia de la injuria y de la marginación, y de la capacidad humana para buscar estrategias de cohesión, integración y superación del trauma.
3. Las narrativas digitales representan un acto retórico ubicado siempre en el espacio y en el tiempo, que contiene en él mismo la conexión entre la esfera personal y la esfera pública. En este sentido, en el estudio de caso 2, observamos que los relatos pueden acercarse más al contenido autorreferencial, el que aporta información sobre el yo, pero no lo vincula con una lucha política, y el contenido que tiene una carga de reivindicación, donde el yo tiene una función de mediación entre la experiencia propia y la divulgación sobre asuntos del movimiento político y social. En este último caso se pone la experiencia personal al servicio de la causa colectiva, y no al revés. En muchas ocasiones, es difícil establecer una clara diferenciación entre estos dos tipos de testimonios, en un contexto en que cualquier emisor/a de contenido busca generar el mayor impacto y *likes* entre sus seguidores.
  4. Las historias del yo digital sirven como una herramienta política como sostengo en esta tesis, aunque simultáneamente corren el peligro de ser instrumentalizadas para desactivar la lucha. Como pasó con la popularización del feminismo, con su brillo y su potente fuerza de atracción (Gill, 2007; Lotz, 2001), la reivindicación política LGTBIQ+ apunta al riesgo de ser capturada por el mercado que pretende sacar rédito comercial a la reciente visibilidad de este movimiento colectivo. Las marcas, seducidas por la construcción de relatos vinculados con las preocupaciones o anhelos sociales por parte de los *influencers* LGTBIQ+, buscan mostrar su complicidad con las demandas del colectivo y presentarse como empresas abiertas, modernas y tolerantes.
  5. El núcleo familiar condiciona nuestros cuerpos y nuestras identidades a pesar de nuestro intento vital de deshacernos de las experiencias aprendidas e integradas en esta primera socialización, marcada por la necesidad de amor incondicional (Roudinesco, 2002). Si declararte LGTBIQ+ amenaza con una retirada de un afecto necesario, estamos ante una encrucijada de una profunda violencia. Como señalan muchos autores queer, sexualidad, afecto y familia son estamentos que tradicionalmente se han retroalimentado en la medida que unos condicionan a los otros y ofrecen un marco donde desarrollarse. Los testimonios de los jóvenes siguen apuntando a la importancia que para ellos tiene la aceptación en el núcleo familiar y el miedo que les ocasiona que no les acepten. Los jóvenes confirman que el

momento previo al *coming out* es de mucho nerviosismo y miedo. La desarticulación de esta ecuación pasa por generar nuevos imaginarios vitales y afectivos. Cuestionando la heterosexualidad obligatoria, e incluso también la familia nuclear cómo órgano que articula los primeros afectos y los reconocimientos, hecho que proporciona la individualización emocional posterior.

6. El propio estrés o vergüenza en el que afrontan el *coming out* pone en evidencia que todavía operan unas reglas sexuales en las que se asocia la heterosexualidad a algo bueno y la identidad LGTBIQ+ a algo malo (Ahmed, 2004). Aceptable sí, pero no tan deseable. La felicidad todavía se asocia a cumplir con unos requisitos sociales vinculados con la heteronorma. Casarse, tener hijos, dar nietos a los padres. Los hijos LGTBIQ+ ponen en conflicto el ideal heteropatriarcal de los padres y madres desde el cual se estructura la familia tradicional, y demuestran al mismo tiempo la pervivencia de la institución familiar como espacio de transmisión de valores y refugio para la seguridad y el bienestar.
7. El proceso de *coming out* responde a una época concreta de transición entre el silencio del siglo XX y la sobreexposición que apunta a la eclosión de las redes sociales en las primeras décadas del siglo XXI. Esta tesis propone que salir del armario corresponde a un momento histórico y que dejará de ser una práctica habitual emancipadora que merezca ser dicha. Según las pedagogías queer, más que reforzar el *out and proud* -fuera y orgullosos-, la idea sería favorecer múltiples identificaciones que no tengan que corresponder necesariamente a la asimilación del discurso de corte liberal que persigue una identificación cerrada con el fin de *normalizar* las identidades LGTBIQ+.
8. La eclosión de estas historias de vida del yo coincide tanto con la institucionalización de los derechos LGTBIQ+ en muchos países del mundo como con la ola reaccionaria y de ultraderecha de los movimientos *alright*. En el contexto del estado español, la convivencia generacional contemporánea entre las personas LGTBIQ+ que vivieron los últimos años del franquismo y los jóvenes youtuberos supone un momento histórico excepcional ya que conviven en el mismo periodo histórico individuos ajusticiados y narrados por la Ley de Vagos y Maleantes con los youtuberos que relatan su propia vida y han ganado la batalla por la representación. Las biografías digitales sirven como un mecanismo para entender el sentir de una época y los retos políticos a los que nos enfrentamos. Algunos de los temas que proliferan son la salida del armario, la unión en pareja, la separación o el abandono del relato digital. Así, definirse como LGTBIQ+ en el período que va del 2010 al 2024 nos habla todavía

de una necesidad de salir del armario a través de los propios cuerpos. Una radiografía de un momento histórico particular, al que seguramente seguirá otro donde hablar de diversidad sexual no represente desvelar ningún secreto privado.

9. Las redes sociales en cuanto a espacio para la creación colectiva, actúa como los movimientos de guerrilla que antes operaban sólo en la esfera offline. Podemos desactivar un mensaje ofensivo y dar la vuelta al estereotipo LGTBIQ+. Gaysper representa un sabotaje a la difusión de las ideas de los partidos de ultraderecha. El propio colectivo se lo apropia para hacer una “autoparodia” de sí mismos, multiplicando el poder de representación de la imagen inicial y produciendo un gran impacto en las redes sociales. La autoparodia, a través en este caso de un emoji, actúa también como un mecanismo de reparación afectiva en tanto que un insulto que tenía la capacidad para herir se convierte en un símbolo identificativo de lucha política.
10. Las autorrepresentaciones de escaparate encuentran un fiel aliado en un mercado que busca la diferenciación y unos productos que puedan destacar entre la competencia, precisamente por estar asociados a ese algo auténtico. Este hecho se refleja en Instagram el día del Orgullo LGTBIQ+. Muchas marcas utilizan las historias de vida disidentes para mostrar historias de autosuperación y así mejorar la imagen que identifica a la marca. El hecho de que grandes multinacionales se acerquen al colectivo LGTBIQ+ nos da pistas sobre la institucionalización de la causa, que ya no parece desestabilizar los cimientos del *status quo*, sino que más bien el colectivo es percibido o como un consumidor potencial o como un colectivo que genera simpatía.
11. Las redes potencian que la felicidad esté determinada por la voluntad, como el resultado de controlar nuestra fuerza interior y nuestro auténtico yo. Vivimos en una *happycracia* en que la felicidad está relacionada con lo que es un buen ciudadano (Cabanas, Illouz, 2019). Si el amor heterosexual suponía la posibilidad de un final feliz (Ahmed, 2019), ahora el amor homosexual también. Según Ahmed (2019), la idea de que la desviación trae infelicidad cumple una importante función como mecanismo normativizador. Los guiones de felicidad nos alientan a evitar las infelices consecuencias de la desviación.

En este punto, las últimas etapas de la investigación han estado marcadas por el interés por el riesgo que las representaciones digitales LGTBIQ+ puedan virar hacia otras formas de autodisciplina como la homonormatividad. El deseo de ser personas respetables que encajen con la norma y así crear cuerpos fuera del armario, pero igual de normativos es una tendencia que creo que merece ser seguida

de cerca. La tentación de ser buenas madres, buenas trabajadoras, buenas ciudadanas, aunque seamos lesbianas puede convertirse en una sutil forma de autodisciplina. Como señalan muchos autores la asimilación del colectivo LGTBIQ+ a la heteronorma desactiva el potencial original y propio de las personas LGTBIQ+ como agentes de cambio social.

Mi deseo es seguir investigando cómo se articulan las manifestaciones disidentes capaces de generar nuevos rituales emancipadores, pero no sólo en los entornos digitales. Mi intención es vincular las prácticas online pero sobre todo contribuir a crear entornos presenciales amables. Me interesan los rituales que parten de las prácticas artísticas denominadas *queer* (Bell, 2018) como por ejemplo las que suman elementos de circo, *freak show* y carnaval. De hecho, yo misma, en mi faceta de activista, organizo un festival queer<sup>33</sup> con estas premisas donde invitamos a diferentes artistas a que desarrollen su propuesta en contacto con diferentes generaciones que continúan habitando los espacios rurales. En este sentido, considero que hemos superado la perspectiva que las personas LGTBIQ+ nacidas en los entornos rurales no podían hacer otra cosa que escapar a la ciudad (*sexilio*) o encontrar a sus semejantes en las redes sociales. En este momento, trabajamos por construir entornos presenciales diversos, donde las personas LGTBIQ+ puedan conectar con sus herencias culturales y familiares sin necesidad de disociarse, es decir, de tener que elegir entre vivir una vida plena de acuerdo con su propia identidad o renunciar a sus entornos afectivos de origen. Al mismo tiempo me interesa observar los mecanismos que promueven relatos uniformes y homogeneizadores que buscan agradar a los grupos en el poder en lugar de mostrar el potencial subversivo y emancipador de las *historias del yo*.

---

<sup>33</sup> El festival Rihihiu ubicado en Santa Bàrbara (Tarragona) se celebra cada mes de octubre y pretende generar un nuevo relato desde una perspectiva de género e inclusiva de nuestros territorios no urbanos. Queremos resignificar muchas de nuestras herencias, desde nuestra perspectiva actual vinculada al pensamiento y el activismo. La prioridad es conseguir que los pueblos puedan ser distintos en cuestiones de identidades de género y afectivas.

# Capítol 6. Conclusions

Al llarg d'aquesta tesi els resultats es van presentant i avaluant en el procés d'aprenentatge. Aquest fet fa que a través dels estudis de cas es pugui observar el progrés i com la recerca parteix d'un punt per a expandir-se i abastar diferents punts de vista complementaris: tant l'autonomia dels emissors com la utilització intencionada que el mercat fa de les *històries del jo* digitals.

Quan vaig començar aquest treball m'interessaven les gravacions dels adolescents realitzant el seu *coming out* davant els seus progenitors. Aquestes imatges *amateurs*, denominades “pobres” (Steyerl, 2016) en forma d'informació audiovisual popular en els marges del gènere artístic o documental, se'm presentaven com un document etnogràfic per a accedir a les llars de moltes famílies de diferents punts del planeta, totes ells marcats per un mateix context d'heterosexualitat obligatòria (Rubin, 1984; Roudinesco, 2004; Ahmed, 2014). Milions de joves, del Japó a Mèxic, passant per Itàlia o els Estats Units ara agafaven les càmeres per a gravar un moment important de les seves vides i el pujaven a la xarxa per a compartir-lo. Vaig pensar que aquests documents audiovisuals, que vaig descobrir que en el propi argot digital es deien *coming out videos*, podien aportar informació sobre la negociació identitària entre generacions en moltes parts del món. Intuïa que l'expectativa d'aprovació de la família nuclear continuava exercint un enorme poder emocional sobre les identitats dels joves LGTBIQ+, la heteronorma funcionava com un mecanisme regulador del comportament, sobretot en els nuclis afectius primaris. Fins i tot en persones LGTBIQ+ que en els cercles socials afins havien aconseguit portar una vida integrada i cohesionada amb la seva identitat, tenien por de tornar a les seves llars familiars, als seus orígens, per a trobar-se allí amb el pes de la heteronorma i de les expectatives vitals d'una generació de pares i mares pertanyents a una època on les identitats LGTBIQ+ eren una deshonra o una fatalitat, o fins i tot estaven prohibides per la llei. A poc a poc, vaig anar obrint la recerca a altres objectes d'anàlisi per a entendre quines eren les estratègies que internet propiciava per a poder desenvolupar la pròpia autonomia narrativa i desplegar unes *històries del jo* amb diferents intencionalitats. Si una cosa em queda clara com a conclusió és que les persones LGTBIQ+ volen compensar tants anys de silenci, volen parlar sobre si mateixes, i aquesta fita històrica no passa desapercebuda tampoc per a les grans multinacionals, sempre atentes a accedir al consumidor a través d'històries de vida atractives.

En aquest apartat final, exposo un resum de les conclusions globals de la tesi doctoral.

1. Les primeres dècades del segle XXI seran recordades com el moment en què, per primera vegada en la història contemporània, les persones del carrer van poder relatar-se a elles mateixes davant un públic que les mirava en el marc de les xarxes socials. Més enllà del paradigma dels mitjans de comunicació de masses i la indústria cinematogràfica, internet afavoreix la pluralitat de veus. Ara, un usuari de les xarxes socials pot expressar qui és, els

seus valors i ideals a través d'un contingut textual o audiovisual en el qual la mateixa persona és realitzador-protagonista. Si la visibilitat s'intuïa com el camí cap al reconeixement de les identitats LGTBIQ+, bona part d'aquesta fita s'ha aconseguit gràcies a les xarxes socials. Les històries de vida salten dels contextos locals a la xarxa i són capaces d'arribar a qualsevol racó del planeta. L'usuari es converteix en emissor i creatiu, utilitzant la tecnologia per a mostrar qui és a través de la seva capacitat de transgressió o sorpresa, creant una sensació d'integració dels elements de la història personal amb el reconeixement d'una comunitat. Tenim accés a relats íntims, a *coming out*, i a altres manifestacions que propicien que les identitats puguin tornar-se visibles i diverses en tant que es converteixen en referents per a altres persones que abans de l'època digital vivien en entorns aïllats, sobretot en les àrees rurals sense moviments activistes. Un individu, un relat. Les persones LGTBIQ+, que tradicionalment han viscut i compartit les seves experiències de vida només en els refugis de la seva pròpia clandestinitat, poden ara fer-se visibles davant persones conegudes i desconegudes. La seva experiència de vida, així com el seu relat, els pertany i han decidit compartir-la. El resultat és un *distributed self*, que transcendeix l'individual (Bruner, 2003) per trobar-se amb altres persones amb qui identificar-se.

2. Les xarxes socials suposen un espai d'autoafirmació davant diferents estats emocionals que tradicionalment quedaven ocults en l'anomenada "intimitat". En la majoria de les cultures contemporànies occidentals, i també en els contextos operats per la heteronorma, les emocions han estat considerades símptoma de feblesa -fins i tot assumptes femenins- i unes manifestacions afectives o corporals que havien de quedar-se en l'àmbit privat. La raó i els arguments eren públics, les emocions i els estats anímics eren un assumpte personal sense gens d'interès en la gestió de les polítiques públiques i els moviments socials. El feminisme, amb la seva famosa premissa "allò personal, és polític" ha popularitzat aquest gir de percepció. També l'acadèmia amb el Gir Afectiu dels Estudis Culturals ha posat en valor la perspectiva que les emocions responen a construccions culturals i, moltes vegades, amaguen lectures interessants dels fenòmens socials. Reconèixer l'ampli espectre d'emocions que vivim en públic suposa afavorir la visibilitat d'uns afectes que operen en la rereguarda dels nostres comportaments i conductes socials. L'opressió LGTBIQ+ va generar i genera tristesa, dolor, necessitat de reconeixement, por o desig d'autonomia i és important que la societat se sensibilitzï a través de la visibilitat d'aquestes històries de vida. No sols són necessaris els retalls de premsa que parlen en tercera persona, amb xifres i amb declaracions oficials. Les històries de vida LGTBIQ+ que recollim en els diferents estudis de cas deixen constància de

la injúria i de la marginació, i de la capacitat humana per a buscar estratègies de cohesió, integració i superació del trauma.

3. Les narratives digitals representen un acte retòric situat sempre en l'espai i en el temps, que conté en ell mateix la connexió entre l'esfera personal i l'esfera pública. En aquest sentit, en l'estudi de cas 2, observem que els relats poden acostar-se més al contingut autorreferencial, el que aporta informació sobre el jo, però no el vincula amb una lluita política, i el contingut que té una càrrega de reivindicació, on el jo té una funció de mediació entre l'experiència pròpia i la divulgació sobre assumptes del moviment polític i social. En aquest últim cas es posa l'experiència personal al servei de la causa col·lectiva, i no al revés. En moltes ocasions, és difícil establir una clara diferenciació entre aquests dos tipus de testimoniatges, en un context en què qualsevol emissor/a de contingut busca generar el major impacte i *likes* entre els seus seguidors.

4. Les *històries del jo* digital serveixen com una eina política com sostinc en aquesta tesi, encara que simultàniament corren el perill de ser instrumentalitzades per a desactivar la lluita. Com va passar amb la popularització del feminisme, amb la seva lluentor i la seva potent força d'atracció (Gill, 2007; Lotz, 2001), la reivindicació política LGTBIQ+ apunta al risc de ser capturada pel mercat que pretén treure rèdit comercial a la recent visibilitat d'aquest moviment col·lectiu. Les marques, seduïdes per la construcció de relats vinculats amb les preocupacions o anhels socials per part dels *influencers* LGTBIQ+, busquen mostrar la seva complicitat amb les demandes del col·lectiu i presentar-se com a empreses obertes, modernes i tolerants.

5. El nucli familiar condiona els nostres cossos i les nostres identitats malgrat el nostre intent vital de desfer-nos de les experiències apreses i integrades en aquesta primera socialització, marcada per la necessitat d'amor incondicional (Roudinesco, 2002). Si declarar-te LGTBIQ+ amenaça amb una retirada d'un afecte necessari, estem davant una cruïlla d'una profunda violència. Com assenyalen molts autors queer, sexualitat, afecte i família són estaments que tradicionalment s'han retroalimentat en la mesura que uns condicionen als altres i ofereixen un marc on desenvolupar-se. Els testimonis dels joves continuen apuntant a la importància que per a ells té l'acceptació en el nucli familiar i la por que els ocasiona que no els acceptin. Els joves confirmen que el moment previ al *coming out* és de molt de nerviosisme i por. La desarticulació d'aquesta equació passa per generar nous imaginaris vitals i afectius. Questionant l'heterosexualitat obligatòria, i fins i tot també la família nuclear com òrgan que

articula els primers afectes i els reconeixements, fet que proporciona la individualització emocional posterior.

6. El mateix estrès o vergonya amb el que afronten el *coming out* posa en evidència que encara operen unes regles sexuals en les quals s'associa l'heterosexualitat a una cosa bona i la identitat LGTBIQ+ a una cosa dolenta (Ahmed, 2004). Acceptable sí, però no tan desitjable. La felicitat encara s'associa a complir amb uns requisits socials vinculats amb la heteronorma. Casar-se, tenir fills, donar nets als pares. Els fills LGTBIQ+ posen en conflicte l'ideal heteropatriarcal dels pares i mares des del qual s'estructura la família tradicional, i demostren al mateix temps la pervivència de la institució familiar com a espai de transmissió de valors i refugi per a la seguretat i el benestar.

7. El procés de *coming out* respon a una època concreta de transició entre el silenci del segle XX i la sobreexposició que apunta a l'eclosió de les xarxes socials en les primeres dècades del segle XXI. Aquesta tesi proposa que sortir de l'armari correspon a un moment històric i que deixarà de ser una pràctica habitual emancipadora que mereixi ser dita. Segons les pedagogies queer, més que reforçar *l'out and proud* -fora i orgullosos-, la idea seria afavorir múltiples identifications que no hagin de correspondre necessàriament a l'assimilació del discurs de tall liberal que persegueix una identificació tancada amb la finalitat de normalitzar les identitats LGTBIQ+.

8. L'eclosió d'aquestes històries de vida del jo coincideix tant amb la institucionalització dels drets LGTBIQ+ en molts països del món com amb l'ona reaccionària i d'ultradreta dels moviments Alt-right. En el context de l'estat espanyol, la convivència generacional contemporània entre les persones LGTBIQ+ que van viure els últims anys del franquisme i els joves youtubers suposa un moment històric excepcional ja que conviuen en el mateix període històric individus ajusticiats i narrats per la Ley de Vagos y Maleantes amb els youtubers que relaten la seva pròpia vida i han guanyat la batalla per la representació. Les biografies digitals serveixen com un mecanisme per a entendre el sentir d'una època i els reptes polítics als quals ens enfrontem. Alguns dels temes que proliferen són la sortida de l'armari, la unió en parella, la separació o també l'abandó del relat digital. Així, definir-se com LGTBIQ+ en el període que va del 2010 al 2024 ens parla encara d'una necessitat de sortir de l'armari a través dels propis cossos. Una radiografia d'un moment històric particular, al qual segurament en seguirà un altre on parlar de diversitat sexual no representi revelar cap secret privat.

9. Les xarxes socials quant a espai per a la creació col·lectiva, actuen com els moviments de guerrilla que abans operaven només en l'esfera offline. Podem desactivar un missatge ofensiu i donar la volta a l'estereotip LGTBIQ+. Gaysper representa un sabotatge a la difusió de les idees dels partits d'ultradreta. El mateix col·lectiu se l'apropia per a fer una "autoparòdia" de si mateixos, multiplicant el poder de representació de la imatge inicial i produint un gran impacte en les xarxes socials. L'autoparòdia, a través en aquest cas d'un emoji, actua també com un mecanisme de reparació afectiva en tant que un insult que tenia la capacitat per a ferir es converteix en un símbol identificatiu de lluita política.

10. Les autorepresentacions d'aparador troben un fidel aliat en un mercat que busca la diferenciació i uns productes que puguin destacar entre la competència, precisament per associar aquest producte a una cosa autèntica. Aquest fet es reflecteix en Instagram el dia de l'Orgull LGTBIQ+. Moltes marques utilitzen les històries de vida dissidents per a mostrar històries d'autosuperació i així millorar la imatge que identifica a la marca. El fet que grans multinacionals s'acostin al col·lectiu LGTBIQ+ ens dona pistes sobre la institucionalització de la causa, que ja no sembla desestabilitzar els fonaments del statu quo, sinó que més aviat el col·lectiu és percebut o com un consumidor potencial o com un col·lectiu que genera simpatia.

11. Les xarxes potencien que la felicitat estigui determinada per la voluntat, com el resultat de controlar la nostra força interior i el nostre autèntic jo. Vivim en una *happycracia* en què la felicitat està relacionada amb ser un bon ciutadà (Cabanas, Illouz, 2019). Si l'amor heterosexual suposava la possibilitat d'un final feliç (Ahmed, 2019), ara l'amor homosexual també. Segons Ahmed (2019), la idea que la desviació porta infelicitat compleix una funció important com a mecanisme normativitzador. Els guions de felicitat ens encoratgen a evitar les infelices conseqüències de la desviació.

En aquest punt, les últimes etapes de la recerca han estat marcades per l'interès pel risc que les representacions digitals LGTBIQ+ puguin virar cap a altres formes d'autodisciplina com la homonormativitat. El desig de ser persones respectables que encaixin amb la norma i així crear cossos fora de l'armari, però igual de normatius, és una tendència que crec que mereix ser seguida d'aprop. La temptació de ser bones mares, bones treballadores, bones ciutadanes, encara que siguem lesbianes pot convertir-se en una subtil forma d'autodisciplina. Com assenyalen molts autors l'assimilació del col·lectiu LGTBIQ+ a la heteronorma desactiva el potencial original i propi de les persones LGTBIQ+ com a agents de canvi social.

El meu desig és continuar investigant com s'articulen les manifestacions dissidents capaces de generar nous rituals emancipadors, però no sols en els entorns digitals. La meva intenció és vincular les pràctiques en línia però sobretot contribuir a crear entorns presencials amables. M'interessen els rituals que parteixen de les pràctiques artístiques denominades queer (Bell, 2018) com per exemple les que sumen elements de circ, *freak* xou i carnestoltes. De fet, jo mateixa, en la meva faceta d'activista, organitzo un festival queer<sup>34</sup> amb aquestes premisses on convidem a diferents artistes a que desenvolupin la seva proposta en contacte amb diferents generacions que continuen habitant els espais rurals. En aquest sentit, considero que hem superat la perspectiva que les persones LGTBIQ+ nascudes en els entorns rurals no podien fer una altra cosa que escapar-se a la ciutat (sexili) o trobar als seus semblants en les xarxes socials. En aquest moment, treballem per construir entorns presencials diversos, on les persones LGTBIQ+ puguin connectar amb les seves herències culturals i familiars sense necessitat de dissociar-se, és a dir, d'haver de triar entre viure una vida plena d'acord amb la seva pròpia identitat o renunciar als seus entorns afectius d'origen. Al mateix temps m'interessa observar els mecanismes que promouen relats uniformes i homogeneïtzadors que busquen agradar als grups en el poder en lloc de mostrar el potencial subversiu i emancipador de les històries del jo.

---

<sup>34</sup> El festival Rihihui situat a Santa Bàrbara (Tarragona) se celebra cada mes d'octubre i pretén generar un nou relat des d'una perspectiva de gènere i inclusiva dels nostres territoris no urbans. Volem resignificar moltes de les nostres herències, des de la nostra perspectiva actual vinculada al pensament i l'activisme. La prioritat és aconseguir que els pobles puguin ser distints en qüestions d'identitats de gènere i afectives.

# Chapter 6. Conclusions

Throughout this thesis I have presented and assessed my results within a process of learning. What this means is that through the study cases, we can see how my process progressed and how my research started out from a certain point and expanded to take in these two different but complementary points of view: the autonomy of the ‘broadcasters’ or people speaking out, and the intentional use the market makes of their digital *coming out* stories.

When I began this work, I was interested at first in recordings of teenagers *coming out* in front of their parents. This kind of amateur recordings, also called ‘poor images’ (Steyerl, 2016), in the form of common and low-quality audiovisual information on the edges of traditional artistic or documentary genres, provided me with an ethnographic document to enter the homes of many families around the world, all within the same context of heteronormativity (Rubin, 1984; Roudinesco, 2004; Ahmed, 2014). Millions of youngsters, from Japan to Mexico, from Italy to the USA, all using their cameras to record such an important moment in their lives and upload it to share on social networks. I realized that these audiovisual documents, known as *coming out videos*, could provide information about the negotiation of identity issues between different generations in many parts of the world. I sensed that the expected or desired approval within a nuclear family still has a significant emotional hold over the identities of LGTBIQ+ youngsters, and that heteronormativity works as a behaviour-regulating mechanism, especially in primary affective family cores. Even LGTBIQ+ people who are managing to live a full life, in accordance with their identity in their social circles, feel afraid to go back to their family homes, their origins, and find there the burden of heteronormativity and the life expectations of a generation of parents who are from a time when LGTBIQ+ identities were seen as a dishonour or misfortune for the family, or were even considered illegal.

At the same time as I looked into this, I gradually widened my research to take in other aspects and analyse what strategies internet allows for users to be able to develop and publish their own narratives and present *coming out* stories with different intentions. What soon became clear to me is that LGTBIQ+ people want to make up for so many years of silence; that is, they want to speak out for themselves. And I also saw that this historical ground change has not passed unseen by large multinational companies who are always on the look-out for ways to reach consumers through attractive life stories.

I shall now present a summary of the general conclusions of my doctorate thesis in this final section.

1. The first decades of the twenty-first century will be remembered as the first time in history when the general public have been able to tell their own life stories to other members of the public via social networks. Outside of the usual framework of mass media, a social network user can express who they

are and their values and ideals by producing written or audiovisual contents where the user themselves become both the producer and the protagonist. Visibility has long been considered to be one of the chief keys to recognizing LGTBIQ+ identities, and this visibility can now be greatly achieved via social networks. Our life stories can travel from our personal context and local circles to anywhere in the world. Social network users become both creators and broadcasters, using these technologies to show who they are with a capacity for transgression or surprise. They integrate the elements of a personal life story into the recognition of the global community. They produce intimate personal *coming out* stories as well as other creations that help identities become visible and show their diversity; stories which provide reference models for other people who had previously found themselves in isolated environments before the introduction of social networks. This is especially the case of sparsely-populated rural areas without the presence of social activists. Each person has a story. LGTBIQ+ people who have traditionally lived and shared their life experiences only within the shelter of their own clandestinity can now become visible to anyone, to people they know and people they don't know. Their life experiences and stories belong to them and they have decided to share them. The result is a *distributed self*, which goes beyond each individual (Bruner, 2003).

2. Social networks offer a space for self-affirmation regarding different emotional states which have traditionally remained hidden in the realm of the “private life”. In most modern Western cultures and also in contexts based around heteronormativity, emotions have usually been considered to be a symptom of weakness – or even to be a feminine affair – and it was assumed that any emotion or physical display of emotions should be kept private. Reasoning and arguments have traditionally been considered public concepts, whereas emotions and emotional states were seen to be a personal issue with no interest for the management of public policies or social movements. However, feminism, with its famous premise of “the personal is political” has popularized a change in how we perceive emotions. The “affective turn” in cultural studies has shown us the value of looking at things with the perspective that emotions respond to cultural constructs which often reveal interesting readings of social phenomena. Recognizing the wide spectrum of emotions we experience in public is a way to promote the visibility of emotions which are in the background of our social behaviour. The oppression of the LGTBIQ+ community generated, and generates, sadness, pain, fear, the need for recognition, and a desire or need for freedom. It is important that society becomes aware of this and it can be achieved through the visibilization of life stories. Articles in the media written in the third person, global statistics, and political statements and promises are not enough regarding LGTBIQ+ acceptance and rights, and the personal aspect of these stories and recordings can provide much more. The LGTBIQ+ stories collected in different case studies offer us proof and evidence of the harm and

discrimination suffered by the community as well as the capacity of the community to seek out strategies of cohesion, integration and healing.

3. Digital story-telling represents a rhetorical action located in a specific time and place which contains a connection between the personal and public spheres. In this sense, in study case 2, we can see that stories can either be based on self-referencing content which offers information about the Self, but not linked to political struggles, or they can offer contents which do have an element of political demands; that is, stories where the Self plays the part of a mediating function between one's own experience and the dissemination of matters connected to social and political movements. In the latter case, the personal experience of the story-teller is used for the collective cause, rather than the other way round. In many cases it is difficult to establish a clear difference between these two kinds of testimonies, in a context where each creator of content is seeking to generate as large an impact and gain as many likes as possible among their followers.

4. Digital *coming out* stories operate as a political tool as I explain in this thesis even though at the same time they run the risk of being used to deactivate the very same political struggle. In much the same way as what happened when feminism and its seductive attraction (Gill, 2007; Lotz, 2001) became popularized and used, the political demands of the LGTBQ+ community are also in danger of being captured by market forces attempting to obtain commercial profits and advantages from the new-found visibility of this movement. Different brands, seduced by the construction of stories of the worries and social wishes and demands of LGTBQ+ influencers, aim to show they are sympathetic to these demands and to present themselves as being open-minded, tolerant and modern firms.

5. The family conditions our bodies and our identities despite our attempts to shake off the experiences integrated into our first social learning framework, which are marked by a need for unconditional love (Roudinesco, 2002). If *coming out* as LGTBQ+ means you risk losing necessary affection, then you are faced with a violent decision. As many queer authors have pointed out, sexuality, affection, and family are the three key pillars which have traditionally been linked together as they condition each other and provide the framework in which we develop. The testimonies of youngsters continue to show how important it is for them to be accepted by the family and what it means to them to not be accepted. Youngsters explain that in the moments leading up to *coming out* they feel nervous and fearful. Overcoming this problem calls for the creation of new expressions of life stories and affection. It means questioning this obligatory heterosexuality, and even the nuclear family itself as the body which articulates our first experiences of affection and recognition, and which provides our later emotional individualization.

6. The stress or shame experienced by youngsters *coming out* shows that there are still sexual norms at play which associate heterosexuality with something good, and LGTBIQ+ identities with something bad (Ahmed, 2004). Acceptable, but not desirable. Happiness is still linked to fulfilling social requirements connected to heteronormativity. Getting married, having children, grandchildren for your parents. LGTBIQ+ sons and daughters create a conflict with the heteropatriarchal ideals of parents and the traditional family structure. This also demonstrates the prevalence of the family institution as a space for transmitting values and a place for safety and wellbeing.

7. The digital *coming out* process responds to this specific period in time where we can observe the transition from the silence of LGTBIQ+ people in the twentieth century to the overexposure allowed by the emergence of social networks in the first decades of the twenty-first century. This thesis proposes that *coming out* corresponds to a historic moment and will one day no longer be a common emancipating action. According to queer pedagogies, rather than simply reinforcing an *out and proud* identity by *coming out*, our objective should now move on to disseminating the diversity and variety of identities which do not necessarily correspond to the liberal discourse which prefers a closed and normalized LGTBIQ+ identity.

8. The appearance of these life stories has coincided with the institutionalization of LGTBIQ+ rights in many countries around the world but also with a reactionary wave led by the far-right and alt-right. In the context of Spain, the modern-day generational coexistence of LGTBIQ+ people who lived through the final years of Franco's dictatorship and young Youtubers has created a unique historic moment. Nowadays, people condemned and labelled by the *Ley de Vagos y Maleantes* law (a law to punish a varied group of what Franco's government considered to be miscreants – including homosexuals) live alongside Youtubers explaining publicly their *coming out* stories and winning the battle of representation. These digital autobiographies act as a mechanism to understand the meaning of our time and the political challenges we face. Some of the subjects they deal with include the act of *coming out*, forming an 'official' relationship with a partner, separations, and even leaving behind the digital environment. Defining yourself as LGTBIQ+ in the period we are looking at, 2010 to 2024, still involves the necessity to use your own body and voice to come out. It offers a portrait of a unique historic moment, which will probably be followed in the future by a time when speaking about sexual diversity will not involve revealing any private personal details.

9. Social networks as a space for collective creation act in the same way as the guerrilla activist movement which used to operate offline. It is possible to deactivate a negative message and turn around stereotypes relating to the LGTBIQ+ community in the digital world too. For example, the community's use of the Gaysper symbol sabotages the far-right's attempt to use it to spread their

message. The LGTBIQ+ community itself took the symbol on board and began to use it as a ‘self-parody’, thus increasing the power of the initial image and producing a great impact on social networks. Self-parody, in this case via an emoji, can act as an affective reparation mechanism to turn a harmful insult into a symbol of identity for the political struggle of the community.

10. These self-representations on public display have found a faithful ‘ally’ in market forces which try to use them in their aim to be different from others and find products which stand out from their competitors’ by associating their brand or product to something authentic. This can be seen on the Instagram social network every year when LGTBIQ+ Pride Day comes around. Many firms use these alternative life stories of self-improvement and self-development in order to promote the image of their brand. The fact that large multinational firms approach and use the LGTBIQ+ collective like this gives an indication of the institutionalization of the cause. It no longer destabilizes the pillars of the *status quo* but rather offers an image of the collective as potential consumers or as a group which is looked on with sympathy.

To finish, I would like to add that the final stages of my research have involved looking at the risk that LGTBIQ+ digital representations can change direction away from the liberation of *coming out* towards other forms of self-discipline such as homonormativity. That is, the wish to appear respectable and fit in with social norms, leading to people *coming out* of the closet but still trying to be normative. This tendency warrants a closer observation. The temptation to be good mothers, good workers, good citizens, ‘even though’ we are lesbians can lead to a subtle form of self-control. As many authors have pointed out, assimilating the LGTBIQ+ community within heteronormativity deactivates the original force of LGTBIQ+ people as agents of social change.

I hope to be able to continue investigating how alternative or dissident ways of life are capable of generating new emancipating actions, and not only in digital environments. I aim to research such online practises but above all to contribute to the creation of pleasant physical environments for face-to-face communications. I am interested in rituals that start out from queer artistic practises (Bell, 2018) such as those that incorporate elements from circus, freak shows and carnivals. In fact, in my role as an activist, I organize a queer festival<sup>35</sup> based on this idea where we invite artists to develop their artistic proposal in a festival primarily for an audience of different generations of inhabitants in rural areas. In this sense, I consider that we have overcome the situation where LGTBIQ+ people born in sparsely-populated rural areas could do nothing else but flee to the big city (sexile) or search

---

<sup>35</sup> The Rihihiu festival located in Santa Bàrbara (Tarragona) is celebrated every October in order to generate a new story from a gender and inclusive perspective of our non-urban territories. We want to resignify many of our heritages, from our current perspective thought and activism. The priority is to ensure that the towns can be distinct in matters of gender and affective identities.

out people from the LGTBIQ+ community on social networks. We are currently working on the construction of several physical in-person spaces where LGTBIQ+ people can connect with their cultural and family legacy without having to dissociate; that is, without having to choose between living their life in full in accordance with their own identity or maintaining the affective environments of their origins. At the same time, I am also interested in studying the mechanisms which promote uniform and homogenizing portraits to please groups of power rather than to show the subversive and emancipating potential of *coming out* stories.

# Referencias bibliográficas

Abruzzo, L. E. (2022). *Decolonizing genderqueer: An inquiry into the gender binary, resistance, and imperialistic social categories*. City University of New York (CUNY).

Ahmed, S. (2010). Killing joy: Feminism and the history of happiness. *Signs*, 35(3), 571–594. <https://doi.org/10.1086/648513>

Ahmed, S. (2018). *La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. La caja negra.

Ahmed, S. (2019): *Fenomenología queer. Orientaciones, objetos, otros*. Edicions Bellaterra.

Alexander J. y Losh E. (2010). A YouTube of one’s own?: “Coming out” videos as rhetorical action”. En C. Pullen & M. Cooper (Eds.), *LGBT identity and online new media* (pp. 37–50). Routledge.

Alfarache Lorenzo,  . G. (2014). *Las mujeres lesbianas y la antropología feminista de género. Teoría y pensamiento feminista*. Universidad Nacional Aut noma de México.

Althusser, L. (2024). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Legorreta.

Altmann, W. (2006). Vicio repugnante en lo social, aberración en lo sexual, perversión en lo psicológico y defecto en lo endocrino. Un ensayo bibliográfico sobre la homosexualidad y los homosexuales bajo la dictadura franquista. *Iberoamericana (2001-)*, 6(22), 193-210.

Arango, C., y Cruz-González, M. C. (2021). Postureo y rituales digitales. Itinerarios para asir la datificación de un recuerdo. *InMediaciones de la Comunicación*, 16(2), 131-155.

Ard vol, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Disparidades. Revista de Antropología*, 53(2), 217-240.

Ard vol, E. (2012). Virtual/Visual Ethnography: Methodological Crossroads at the Intersection of Visual and Internet Research. En Pink, S. (Ed.), *Advances in Visual Methodology* (pp. 74-94). Sage.

Atlas, G. (2022). *Emotional inheritance*. Hachette Book Group.

Austin, J. L., y Urmson, J. O. (1990). *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós.

- Banet-Weiser, S. (2004). Girls rule!: Gender, feminism, and Nickelodeon. *Critical Studies in Media Communication*, 21(2), 119-139.
- Banet-Weiser, S. (2011). Convergence on the street: Rethinking the authentic/commercial binary. *Cultural Studies*, 25(4-5), 641-658.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Beck, U. (1997). Subpolitics. Ecology and the Disintegration of Institutional Power. *Organization & Environment*, 10(1), 52-65. <https://doi.org/10.1177/0921810697101008>
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Paidós.
- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2003). *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Paidós.
- Bell, G. (2018). NATURAL HYSTERIA (a queer response to ecocide): An exercise in Living Art, Participatory Rituals and Queer Ecology -or- How I discovered Geysersbird, the Transgender Shaman within [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/111925>
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of consumer research*, 40(3), 477-500.
- Bernández Rodal, A. y Padilla Castillo, G. (2021). *Deshaciendo nudos en el social media. Redes, feminismos y políticas de la identidad*. Tirant Humanidades.
- Bernstein, M. y Reiman, R. (2001). *Queer families, queer politics: Challenging culture and the state*. Columbia University Press.
- Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 128– 137. <https://doi.org/10.1177/0092070300281012>.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit.
- Boyd, S., Ghosh, A., Prabhakar, B., y Shah, D. (2006). Randomized gossip algorithms. *IEEE transactions on information theory*, 52(6), 2508-2530.
- Bowlby, J. (1988). *A secure base: Parent-child attachment and healthy human development*. Basic Books.

- Bradshaw, J. (1995). *Crear amor: la siguiente etapa del crecimiento*. Los Libros del Comienzo.
- Brookes, L. (2009). *Gay Male Fiction Since Stonewall. Ideology, Conflict, and Aesthetics*. Routledge.
- Bruner, J. (2003). Self-making narratives. In *Autobiographical memory and the construction of a narrative self* (pp. 225-242). Psychology Press.
- Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43–55.  
<https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>
- Burgess, J. y Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter*. Routledge.
- Butler, J. (2001). *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*. Ediciones Cátedra.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Caballero-Gálvez, A., Tortajada I., y Willem, C. (2017). Autenticidad, marca personal y agencia sexual: el posfeminismo lésbico en Youtube. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 353-369.
- Cabanas, E. y Illouz, E. (2019). *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Planeta.
- Caldeira, S. P., Van Bauwel, S., & Ridder, S. D. (2021). ‘Everybody needs to post a selfie every once in a while’: exploring the politics of Instagram curation in young women’s self-representational practices. *Information, Communication & Society*, 24(8), 1073-1090.
- Carbonell, E. (2022). *El futur de la humanitat*. Ara Llibres.
- Cass, V. (1979). Homosexual identity formation: A theoretical model. *Journal of Homosexuality*, 4(3), 219–235. [https://doi.org/10.1300/J082v04n03\\_01](https://doi.org/10.1300/J082v04n03_01).
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.

- Chasseguet-Smirgel, J. (1991). Acerca del acting out. *Libro Anual de Psicoanálisis*, (6), 49-58.
- Cavalcante, A. (2016). "I Did It All Online:" Transgender identity and the management of everyday life. *Critical Studies in Media Communication*, 33(1), 109–122.  
<https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1129065>
- Chevrette, R. (2013). Outing heteronormativity in interpersonal and family communication: Feminist applications of queer theory "beyond the sexy streets". *Communication theory*, 23(2), 170-190.
- Chalfen, R. (1982). Home movies as cultural documents. En Sari, T. (Ed.), *Film/Culture: Explorations of Cinema in Its Social Context* (pp. 126-138). Scarecrow Press.
- Coles, R. L. (2008). Others in the making of selves. En Denzin, N. K. (Ed.), *Studies in Symbolic Interaction* (pp. 197-226). Emerald Group Publishing Limited.
- Costello, C. G. (2020). Beyond binary sex and gender ideology. En Boero, N y Mason, K (Eds.), *The Oxford handbook of the sociology of body and embodiment* (pp. 199-220). Oxford University Press.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New media & society*, 10(3), 373-391.
- Cover, R. (2012). Performing and undoing identity online: Social networking, identity theories and the incompatibility of online profiles and friendship regimes. *Convergence*, 18(2), 177-193.
- Cover, R. (2000). First contact: Queer theory, sexual identity, and "mainstream" film. *International journal of sexuality and gender studies*, 5(1), 71-89.
- Cover, R. y Prosser, R. (2013). Memorial accounts: queer young men, identity and contemporary coming out narratives online. *Australian Feminist Studies*, 28(75), 81–94.
- Croce, M. (2015). Homonormative dynamics and the subversion of culture. *European Journal of Social Theory*, 18(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/136843101453434>.
- Cruz Lera, E. (2021). Alt-right y la metapoltica desestabilizadora de la extrema derecha. En *Minoras políticas en la agenda de Estados Unidos: representación y agencia de cambio* (pp. 171-193). Universidad Autnoma de México.

- Denzin, N. K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Aldin.
- Denzin, N. K. (1989). *Interpretive biography*. Sage.
- De Coppet, D. (1992). *Understanding rituals*. Routledge.
- De Lauretis, T. (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Indiana University Press.
- De Lauretis, T. (1991). Queer Theory. Lesbian and Gay Sexualities: An Introduction, *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 3(2), 3-18.
- De Man, P. (1991). La autobiografía como desfiguración. *Suplementos anthropos*, 29, 113-117.
- De-Ridder, S. y Van Bauwel, S. (2015). Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites. *Communications. The European journal of communication research*, 40(3), 319-340. <https://doi.org/10.1515/commun-2015-0012>
- De Sena, A. (2014). Las políticas hechas cuerpo y lo social devenido emoción. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 6(15), 111-113.
- Doyle, P. C., y Campbell, W. K. (2020, 5 de agosto). Linguistic Markers of Self-Disclosure: Using YouTube Coming Out Videos to Study Disclosure Language. <https://doi.org/10.31234/osf.io/tvgs9>
- Drushel, B. E. (2010). Virtually supportive: Self-disclosure of minority sexualities through online social networking sites. En Pullen, C. y Copper, M (Eds.), *LGBT identity and online new media* (pp. 76-86). Routledge.
- Duggan, L. (2002). The New Homonormativity: The Sexual Politics of Neoliberalism. En Castronovo, R. y Nelson, D. (Eds.), *Materializing Democracy: Toward a Revitalized Cultural Politics*, Duke University Press.
- Eakin, P. J. (1992). *Touching the world: Reference in autobiography*. Princeton University Press.
- Ellenberger, H. F. (1970). *The discovery of the unconscious: The history and evolution of dynamic psychiatry*. Basic books.
- Espluga, E. (2021). *No seas tu mismo*. Paidós.

- Elias, N. (2021). *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Fondo de Cultura Económica.
- Ellis, C. (1991). Sociological introspection and emotional experience. *Symbolic Interaction*, 14(1), 23–50. <https://doi.org/10.1525/si.1991.14.1.23>
- Ellis, R. R. (1997). *The Hispanic homograph: gay self-representation in contemporary Spanish autobiography*. University of Illinois Press.
- Elsbree, L. (1982). *The Rituals of Life: Patterns in Narratives*. Kennikat Press.
- Eng, D. L. y Kazanjian, D. (2003). *Loss: The politics of mourning*. University of California Press.
- Engels, F. (2024). *El origen de la familia, la propiedad privada el estado*. Panamericana Editorial.
- Enguix, B. y Ardévol, E. (2012). Enacting bodies: Online dating and new media practices. En Ross, K. (Ed.), *The handbook of gender, sex and media* (pp. 502-515). Wiley.
- Enguix, B. (2017). Protesta, mercado e identidad en las celebraciones del Orgullo LGTB en España. *Convergencia*, 24(73), 165– 186.
- Enguix, B. (2019). *Orgullo, protesta, negocio y otras derivas LGTB*. Ediciones Doce Calles.
- Eribon, D. (2015). *Regreso a Reims*. Libros del Zorzal.
- Erikson, E. H. (1977). *Life history and the historical moment: Diverse presentations*. WW Norton & Company.
- Espluga, E. (2021). *No seas tú mismo. Apuntes sobre una generación fatigada*. Paidós.
- Farnell, B. y Huntley, J. (1995). Ethnography goes interactive. *Anthropology today*, 11(5), 7-10.
- Fernández- Cavia, J. y Huertas, A. (2009). City Brands and their Communication through Web Sites: Identification of Problems and Proposals for Improvement. En M. Gascó y T. Torres (Eds.), *Information Communication Technologies and City Marketing: Digital Opportunities for Cities around the World* (pp. 26– 47). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-134-6.ch002>
- Ferrarotti, F. (2013). *Histoire et histoires de vie*. Téraèdre.
- Flam, H. (2005). Emotions' map. A research agenda. En Flam, H. y King, D. (Eds.), *Emotions and Social Movements* (pp. 19-40). Routledge.

Flores, V. (2010). Entre secretos y silencios. La ignorancia como política de conocimiento y práctica de (hetero)normalización. *Trabajo Social UNAM*, (18).

<https://doi.org/10.22201/ents.20075987p.2008.18.19514>

Flores, V. (2021). *Romper el corazón del mundo: modos fugitivos de hacer teoría*. Continta me tienes.

Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad*. Siglo XXI.

Foucault, M. (2014). *Obrar mal, decir la verdad*. Siglo XXI.

Fraj Herranz, E. (2015). *Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, 56. <https://doi.org/10.2307/466240>

Galindo, M. (2022). *Feminismo bastardo*. La Vaca Editora.

Galería Chiquita Room. (2022). *Daniel Gasol. Orden público: Vagos, Maleantes y Peligrosidad Social*. Barcelona.

Garretson, J. J. (2018). *The path to gay rights: How activism and coming out changed public opinion*. NYU Press.

Genz, S. (2015). My job is me: Postfeminist celebrity culture and the gendering of authenticity. *Feminist media studies*, 15(4), 545-561.

Ghaziani, A., Taylor, V. y Stone, A. (2016). Cycles of sameness and difference in LGBT social movements. *Annual Review of Sociology*, (42), 165– 183. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073014-112352>

Gibbs, A. (2010). Sympathy, synchrony, and mimetic communication. En Gregg, M. y Seigworth, G. J. (Eds.), *The affect theory reader* (pp. 186-205). Duke University Press.

Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B. y Carter, M. (2015). #Funeral and Instagram: death, social media and platform vernacular. *Information, Communication & Society*, 18(3), 255–68.

Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Península.

- Gill, R. (2008). Postfeminism. *The International Encyclopedia of Communication*. Wiley.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Goffman, E. (1964). The Neglected Situation. *American Anthropologist*, 66(6/2), 133-136.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. Harper & Row.
- Goffman, E. (1983). Interaction Order. *American Sociological Review*, (48), 1-17.
- Goltz, D. (2013). It gets better: queer futures, critical frustrations and radical potentials. *Critical Studies in Media Communication*, 30(2), 135–151. <https://doi.org/10.1080/15295036.2012.701012>
- Gondim, S. M. G., Estramiana, J. L. Á., Gallo, I. S., Vasconcellos, C. M. y Bonfim, M. C. (2009). Status profissional e gênero na atribuição intercultural de afetos no trabalho. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, (10), 75-99.
- Gorman-Murray, A. y Nash, C. (2017). Transformations in LGBT consumer landscapes and leisure spaces in the neoliberal city. *Urban Studies*, 54(3), 786-805.
- Gras-Velázquez, A. y Maestre-Brotons, A. (2023). Spanish gay male subjectivity, body, intimacy, and affect on Instagram. *Sexualities*, 26(3), 331-353.
- Gray, M. L. (2009). Negotiating identities/queering desires: coming out online and the remediation of the coming-out story. *Journal of Computer-Mediated Communication* (14), 1162–1189. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01485.x>
- Guber, R. (2019). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI.
- Halberstam, Jack (2018). *Trans\**. Una guía rápida y peculiar de la variabilidad de género. Egales.
- Halberstam, J. (2018). *El arte queer del fracaso*. Egales.
- Halleck, D. (2005). Local community channels: Alternatives to corporate media dominance. En Meehan, E. R. y Wasko, J. (Eds), *A Companion to Television*, Malden (pp. 489-500). Wiley Blackwell.
- Han, B. C. (2020). *La desaparición de los rituales: una topología del presente*. Herder Editorial.

- Haraway, D. J. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinvencci3n de la naturaleza*. Universitat de València.
- Haraway, D. J. (2020). *Seguir con el problema: Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni.
- Harold, C. (2004). Pranking rhetoric: “Culture jamming” as media activism. *Critical Studies in Media Communication*, 21(3), 189-211.
- Hawley, K. (2019). *How to be trustworthy*. Oxford University Press.
- Hill, A. (2005). Reality TV: Performance, authenticity, and television audiences. En Meehan, E. R. y Wasko, J. (Eds.), *A Companion to Television, Malden* (pp. 449-467). Wiley Blackwell.
- Hine, C. (2000). Internet as culture and cultural artefact. En Hine, C., *Virtual Ethnography* (pp. 15-40). Sage Publications.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American journal of sociology*, 85(3), 551-575.
- Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. University of California Press.
- Hogget, P. y Simpson S. (2012). Introduction. En Hogget, P. y Simpson S. (Eds.), *Politics and the Emotions: The affective turn in contemporary political studies* (pp. 1-20). Continuum.
- hooks, B (2021): *Todo sobre el amor*. Paid3s.
- hooks, B (2024): *Ensenar comunidad. Una pedagogía de la esperanza*. Bellaterra Edicions.
- Illouz, E. (2019). *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía*. Katz Editores.
- Illouz, E. (2020). *El fin del amor: Una sociología de las relaciones negativas*. Katz Editores.
- Jasper, J. M. (2014). Feeling-Thinking: Emotions as Central to Culture. En Baumgarten B., Daphi P. y Ullrich, P. (Eds.), *Conceptualizing Culture in Social Movement Research* (pp. 23-44). Palgrave Macmillan.
- Jenkins, H. (2009). What Happened Before YouTube. En J. Burgess and J. Green (Eds.), *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (pp. 109–125). Polity Press.

- Jenzen, O. (2017). Trans youth and social media: Moving between counterpublics and the wider web. *Gender, place & culture. A journal of feminist geography*, 24(11), 1626-1641. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1396204>
- Jenzen, O. y Karl, I. (2014). Make, share, care: Social media and LGBTQ youth engagement. *Ada: A journal of gender, new media, and technology*, (5). <https://doi.org/10.7264/N39P2ZX3>
- Jones, A. (1998). *Body Art: Performing the Subject*. University of Minnesota Press.
- Jones, A. (2006). *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject*. Routledge.
- Juhasz, A. y Gund, C. (1995). *AIDS TV: Identity, community, and alternative video*. Duke University Press.
- Kellner, D. y Kim, G. (2010). YouTube, critical pedagogy, and media activism. *Review of education, pedagogy and cultural studies*, 32(1), 3-36. <https://doi.org/10.1080/10714410903482658>
- Kolakowski, M. (2016). Transición narrativa incompleta. La imagen de sí mismos en la novela gay popular de la España contemporánea. *Sociocriticism*, 31(2), 89-123.
- Lacan, J. (1982). *La familia*. Argonauta.
- Le Play, F. (2009). *L'organisation de la famille*. Kessinger Publishing.
- Lévi-Strauss, C. (1971). La famille. *Annales de l'Université d'Abidjan, Serie F: Ethnosociologie*, (3), 5-29.
- Lipovetsky, G. (2002). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo posmoderno*. Anagrama.
- Lladó, A. (2019). *La mirada lúcida*. Anagrama.
- Llevadot, L. (2019). *Jacques Derrida: democràcia i sobirania*. Editorial Gedisa.
- Llevadot, L. (2022). *Mi herida existía antes que yo: Feminismo y crítica de la diferencia sexual*. Tusquets Editores.
- Lancaster, R. (1996). Coming-Out Stories: Recent Videos on Gay and Lesbian Themes. *American Anthropologist [New series]*, 98(3), 604-616. <https://doi.org/10.1525/aa.1996.98.3.02a00130>

Linares, J. (1996). *Identidad y Narrativa*. Paidós.

López-Sáez, M. Á. y Platero, R. L. (2022). Spanish youth at the crossroads of gender and sexuality during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Women's Studies*, 29(1\_suppl), 90-104.

Love, H. (2007). Compulsory happiness and queer existence. *new formations: a journal of culture/theory/politics*, (63), 52-64.

Lovelock, M. (2017). Is every YouTuber going to make a coming out video eventually? Youtube celebrity video bloggers and lesbian and gay identity. *Celebrity Studies*, 8(1), 87–103.  
<https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1214608>

Lovelock, M. (2019). My coming out story: Lesbian, gay and bisexual youth identities on YouTube. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 70–85.

Machin, D. (2002). *Ethnographic research for media studies*. Arnold.

McAdams, D. P. (1985). Motivation and friendship. En S. Duck y D. Perlman (Eds.), *Understanding personal relationships: An interdisciplinary approach* (pp. 85–105). Sage Publications, Inc.

Morduchowicz, R. (2022). *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet*. Fondo de Cultura Económica Argentina.

Marín-Dòmine, M. (2019). *Fugir era el més bell que teníem*. Club Editor.

Markham, A. (1998). *Life Online: Researching real experience in virtual space*. Alta Mira Press.

Martín-Barbero, J. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*, (6), 1683-3783.

Martín Serrano, M. (1998). La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública. En Cortés, L. García, C. y Mapes, C. (Coord.), *La lengua española y los medios de comunicación. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española* (pp. 357-375). Siglo XXI.

- Masip, P., Ruiz-Caballero, C. y Suau, J. (2019). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article. *El profesional de la información*, 28(2).  
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>
- McAdams, D.P. (1985). *Power, intimacy and the life story: personological inquiries into identity*. Guilford Press.
- McRobbie, A. (2009). Post-feminism and popular culture. En Bassett, C., Marris, P. y Thornham, S. (Eds). *Media Studies: A Reader* (pp. 350-361). New York University Press.
- Micalizzi, A. (2014). Cyber-Self. *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, 217.
- Mira, A. (2006). Cine y homosexualidad:  por qu  no? *Archivos de la Filmoteca*, (54), 8-19.
- Mohr, J. y Fassinger, R. (2003). Self-acceptance and self-disclosure of sexual orientation in lesbian, gay, and bisexual adults: An attachment perspective. *Journal of Counseling Psychology*, 50(4), 482-495. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.50.4.482>
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en internet*. Fondo de Cultura Econ mica.
- Newton, E. (1979). *Mother camp: Female impersonators in America*. University of Chicago Press.
- Newton, E. (1996). Dick (less) Tracy and the homecoming queen: Lesbian power and representation in gay male Cherry Grove. En Lewin, E. (Ed.), *Inventing Lesbian Cultures* (pp. 161-93). Beacon Press.
- Ng, E. (2017). Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape. *Transformative Works and Cultures*, 24(1). <https://doi.org/10.3983/twc.2017.0917>
- Ochs, E. (1993). Constructing social identity: A language socialization perspective. *Research on language and social interaction*, 26(3), 287-306.
- O'Brien, M. E. (2023). *L'abolición de la familia*. Tigre de paper.
- O'Riordan, K. y Phillips, D. J. (2007). *Queer online: Media technology and sexuality*. University of Sussex.
- Papacharissi, Z. (Ed.). (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.

- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology and politics*. Oxford University Press.
- Pascual-Bordas, J. (2024). Resisting and transgressing cisheteronormativity at home: LGBT+ youths' active strategies. *Sexualities*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13634607241248892>
- Paul, J. (2013). *Film and the classical epic tradition*. Oxford University Press.
- Pérez Cánovas, N. (1996). *Homosexualidad, homosexuales y uniones homosexuales en el derecho español*. Editorial Comares.
- Piaget, J. (1972). Development and learning. En Lavattelly, C. S. y Stendler, F. (Eds.), *Reading in child behavior and development* (pp. 38-46). Hartcourt Brace Janovich.
- Platero Méndez, R. L. y López Sáez, M. (2020). Perder la propia identidad. La adolescencia LGTBQA+ frente a la pandemia por COVID-19 y las medidas del estado de alarma en España. *Sociedad e Infancias*, (4), 195-198.
- Plummer, K. (1995). *Telling sexual stories: Power, change and social worlds*. Routledge.
- Plummer, K. (1996). Intimate citizenship and the culture of sexual storytelling. En J. Weeks y J. Holland (Eds.), *Sexual cultures (communities, values and intimacy)* (pp. 34-52). St. Martin's Press.
- Plummer, K. (2001). *Documents of life 2: An invitation to a critical humanism (Vol. 2)*. Sage Publications.
- Poletti, A., & Rak, J. (Eds.). (2014). *Identity technologies: Constructing the self online*. University of Wisconsin Press.
- Polkinghorne, D-E. (1988). *Narrative knowing and the human sciences*. State University of New York Press.
- Ponse, B. (1976). Secrecy in the lesbian world. *Urban Life*, 5(3), 313-338.
- Postigo Gómez, I., Balanza, T. V. y De Frutos García, R. (2022). *Feminismos, violencias y redes sociales: Prácticas y estrategias iberoamericanas contra los discursos del odio*. Peter Lang International Academic Publishers.

- Probyn, E. (2010). Writing shame. En Gregg, M. y Seigworth, G. (Eds.), *The Affect Theory Reader* (pp. 71-93). Duke University Press.
- Probyn, E. (1993). Girls and Girls and Girls and Horses: Queer Images of Singularity and Desire. *Tessera*, (15). <https://doi.org/10.25071/1923-9408.24995>
- Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual. Prácticas subversivas de identidad sexual*. Opera Prima.
- Puar, J. K. (2004). Abu Ghraib: Arguing against exceptionalism. *Feminist Studies*, 30(2), 522-534.
- Puar, J. K. (2018). *Terrorist assemblages: Homonationalism in queer times*. Duke University Press.
- Ramajo, B. (2023). *El fantasma lesbiano*. Edicions Bellatera.
- Ramos Cantó, J. (2013). El fenómeno de "la salida del armario" en personas migrantes latinoamericanas TLGB (transexuales, lesbianas, gays y bisexuales) residentes en el municipio de Madrid respecto a sus familias.
- Raun, T. (2010) Screen- Births: Exploring the Transformative Potential in Trans Video Blogs on YouTube. *Graduate Journal of Social Science*, 7(2), 113–129.
- Raun, T. (2016). *Out Online: Trans Self-representation and Community Building on YouTube*. Routledge.
- Renov, M. (2004). *The subject of documentary*. University of Minnesota Press.
- Rich, A. (1996). Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana. *DUODA: Estudis de la diferència sexual*, (10), 15-48.
- Ricœur, P. (1978). The Metaphorical Process as Cognition, Imagination and Feeling [Metaphor Special issue]. *Critical Inquiry* 5(1), 143–159.
- Riera, R. (2019). *L'herència emocional: Viatge als sentiments invisibles*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Paidós.
- Ríos, C. (2015). *Cómo el# 15M cambió la información: Una guía de periodismo móvil*. Editorial Libros.com.

- Ritzer, G. (2015). Prosumer capitalism. *The Sociological Quarterly*, 56(3), 413-445.
- Rosen, Sam (2015). An act of violence: Transfemininity and the media.  
[https://www.sarahlawrence.edu/faculty/media/Rosen\\_Transfemininity.pdf](https://www.sarahlawrence.edu/faculty/media/Rosen_Transfemininity.pdf)
- Roudinesco, E. (2004). *La familia en desorden*. Editorial Anagrama.
- Roux, M. G. (2021). Perder el norte: Nancy Huston y el imaginario de las lenguas. *Alea: Estudios Neolatinos*, (23), 60-76.
- Rubin, G. (1975). *The traffic in women: Notes on the "political economy" of sex*. Monthly Review Press.
- Rubin, G. (1984). Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality. En Abelove, H., Barale, M. A. y Halperin, D. M. (Eds.), *The Lesbian and Gay Studies Reader* (1993) (pp. 3–44), Routledge.
- Ruiz Cartagena, J. J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, (8), 347– 367.
- Russell S. & Fish, J. (2016). Mental health in lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) Youth. *Annual Review of Clinical Psychology*, 12, 465–487.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-021815-093153>
- Saguy, A. C. (2020). *Come out, come out, whoever you are*. Oxford University Press.
- Sánchez- Soriano, J. J. y García- Jiménez, L. (2020). La investigación en comunicación LGTBI en España: estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Revista Prisma Social*, (28), 161– 175.
- Sandlin, J. A. y Milam, J. L. (2008). Mixing pop (culture) and politics: Cultural resistance, culture jamming, and anti-consumption activism as critical public pedagogy. *Curriculum inquiry*, 38(3), 323-350.
- Santore, D. (2011): Heterosexual intimacy. En Fischer, N. L., Seidman, S. y Meeks, C. (Eds.), *Introducing the new sexuality studies* (pp. 201-205). Routledge.
- Sanz, R. M. y Fernández, C. G. (2018). Comunicación de marca en Instagram. ¿Una cuestión de género? El rol del influencer de moda. *Masculinidades y cambio social*, 7(3), 230– 254. <https://doi.org/10.17583/mcs.2018.3693>

- Sedgwick, E. K. (1990). *The epistemology of the closet*. University of California Press.
- Sedgwick, E. K. (1999). Performatividad queer the art of the novel de Henry James. *Nómadas (Col)*, (10), 198-214.
- Seigworth, G. J. y Gregg, M. (2010). *The affect theory reader*. Duke University Press.
- Segato, R. L. (2011). Racismo, discriminación y acciones afirmativas: herramientas conceptuales. *Observatório da Jurisdição Constitucional*, 1(1).
- Sibilia, P. (2003). Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. En Lemos, A. y P. Cunha (Eds.). *Olhares sobre a cibercultura* (pp. 139-152). Editora Sulina.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Singly, F. de (2000). O nascimento do "indivíduo individualizado" e seus efeitos na vida conjugal e familiar. En Peixoto, C., De Singly, F. y Cicchelli, V. (Eds.), *Familia e individualização* (pp.13-19). FGV.
- Smith-Laing, T. (2018). *An Analysis of Jacques Derrida's Structure, Sign, and Play in the Discourse of the Human Sciences*. Macat Library.
- Steyerl, H. (2016). *Los condenados de la pantalla*. Caja negra.
- Strangelove, M. (2011). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. University of Toronto Press.
- Thomson, R., Bell, R., Holland, J., Henderson, S., McGrellis, S. y Sharpe, S. (2002). Critical moments: choice, chance and opportunity in young people's narratives of transition. *Sociology*, 36(2), 335–354. <https://doi.org/10.1177/0038038502036002006>
- Thompson, J. B., y Delgado, J. C. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós.
- Tietchen, T. (2001). Language out of language: Excavating the roots of culture jamming and postmodern activism from William S. Burroughs' Nova trilogy. *Discourse*, 23(3), 107-129.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York. Bantam Books.
- Tolson, A. (2010). A new authenticity? Communicative practices on YouTube. *Critical Discourse Studies*, 7(4), 277–289. <https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511834>

- Tomkins, S. S. (1962). *Affect, imagery, consciousness: Vol. 1. The positive affects*. Springer.
- Torres, H. (2019): Bastardas de Camille. Fabulación y feminismo especulativo de la mano de Donna Haraway. *Ecología Política*, 57, 98-103.
- Tortajada, I., Caballero-Gálvez, A. y Willem, C. (2019): Contrapúblicos en YouTube: el caso del colectivo trans. *El profesional de la información*, 28(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.22>
- Tortajada, I., Willem, C., Platero Mendez, R. L., y Araña, N. (2021). Lost in transition? Digital trans activism on YouTube. *Information, Communication & Society*, 24(8), 1091-1107.
- Thrift, N. (2008). *Non-Representational Theory: Space, Politics, Affect*. Routledge.
- Troiden R. R. (1989). The formation of homosexual identities. *Journal of homosexuality*, 17(1-2), 43-73. [https://doi.org/10.1300/J082v17n01\\_02](https://doi.org/10.1300/J082v17n01_02)
- Trujillo, G. y Burgaleta, E. (2014). ¿Queerizando la institución familiar? Entre los discursos bio-sociales y las múltiples resistencias. *Feminismo/s*, 23, 159-179. <https://doi.org/10.14198/fem.2014.23.08>
- Trujillo, G. (2022). *El feminismo queer es para todo el mundo*. Los libros de la Catarata.
- Ulmer, J.B. y Koro-Ljungberg, M. (2015). Writing visually through (methodological) events and cartography. *Qualitative Inquiry*, 21(2), 138-152.
- Valverde, M. (2006). A new entity in the history of sexuality: The respectable same-sex couple. *Feminist studies*, 32(1), 155-162.
- Van der Kolk, B. (2015). *El cuerpo lleva la cuenta. Cerebro, mente y cuerpo en la superación del trauma*. Eleftheria.
- Van-Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Sage.
- Velasco, R. (2008). La vergüenza en la de-construcción y construcción del Sentimiento de Sí. *Clínica e Investigación Relacional*, 2(1), 58-67.
- Vilaseca, D. (2017). *Els homes i els dies*. L'Altra Editorial.
- Walters, S. (2003). *All the rage: The story of gay visibility in America*. University of Chicago Press.

- Warner, M. (1999). Normal and normaller: Beyond gay marriage. *GLQ: A journal of lesbian and gay studies*, 5(2), 119-171.
- Watkins, M. (2010). *12 Desiring Recognition Accumulating Affect*. Duke University Press Books.
- Wargo, J. M. (2015). Spatial Stories with Nomadic Narrators: Affect, Snapchat, and Feeling Embodiment in Youth Mobile Composing. *Journal of Language and Literacy Education*, 11(1), 47-64.
- Weeks, J. (1993). *El malestar de la sexualidad*. Talasa.
- Weston, K. (1991). *Families we choose: Lesbians, gays, kinship*. Columbia University Press.
- Winnicott, D. (1969). La experiencia de mutualidad entre la madre y el bebé. En Winnicott, C., Shepherd, R. y Davis, M. (Eds), *Exploraciones psicoanalíticas*. Paidós.
- Wittig, M. (2006). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Egales.
- Wuest, B. (2014). Stories like Mine: Coming Out Videos and Queer Identities on YouTube. En Pullen, C., (Ed.), *Queer Youth and Media Cultures* (pp. 19-33). Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1057/9781137383556\\_2](https://doi.org/10.1057/9781137383556_2)
- Yago Casado, E. (2018). *El uso de Twitter por parte de los ciudadanos en acontecimiento políticos relevantes. Caso práctico: referéndum catalán del 1 octubre 2017*. [Trabajo de Fin de Grado]. Universitat Jaume I.
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo*. Editorial Anagrama.
- Zafra, R. (2021). *Frágiles: cartas sobre la ansiedad y la esperanza en la nueva cultura*. Anagrama.
- Zimmermann, P. R. (1995). *Reel families: A social history of amateur film*. Indiana University Press.
- Zurian, F. A. (2018). Representaciones LGTBIQ en la televisión de ficción española, de la Transición a Zapatero. En Ingenschay, D. (Ed.), *Eventos del deseo. Sexualidades minoritarias en las culturas/literaturas de España y Latinoamérica a finales del siglo XX* (pp. 243-261). Iberoamericana Editorial Vervuert.

## Otras publicaciones

Cordier, S. (2020, 23 diciembre). Maltraitance des enfants : une étude démontre l'effet du confinement sur les violences physiques. Le Monde.fr.

[https://www.lemonde.fr/societe/article/2020/12/22/maltraitance-des-enfants-les-hospitalisations-pour-violences-ont-augmente-de-50-lors-du-premier-confinement\\_6064220\\_3224.html](https://www.lemonde.fr/societe/article/2020/12/22/maltraitance-des-enfants-les-hospitalisations-pour-violences-ont-augmente-de-50-lors-du-premier-confinement_6064220_3224.html)

Flores, V. (2008). *El armario de la maestra tortillera. Políticas corporales y sexuales en la enseñanza.* (s/f). Blogspot.pt. Recuperado de <http://escritoshereticos.blogspot.pt/2009/07/el-armario-de-la-maestra-tortillera.html>

Jenkins, H. (2008, 19 de febrero). *Learning from YouTube: An Interview with Alex Juhasz.*  
[http://henryjenkins.org/2008/02/learning\\_from\\_youtube\\_an\\_inter.html](http://henryjenkins.org/2008/02/learning_from_youtube_an_inter.html)

Lopez, I. y Tobalina, G (2022). Estudio sobre las necesidades y demandas de las personas no binarias en España. Ministerio de Igualdad. Dirección General de Diversidad Sexual y Derechos LGTBI.

[https://www.igualdad.gob.es/wp-content/uploads/Estudio\\_no\\_binarios\\_accesibilidad.pdf](https://www.igualdad.gob.es/wp-content/uploads/Estudio_no_binarios_accesibilidad.pdf)

Mohan, M. (2020, 17 de junio). Coronavirus: Domestic violence «increases globally during lockdown». [Video]. <https://www.bbc.com/news/av/world-53014211>

Proenza, A. (2024, 23 de julio). 'Tradwives': las redes sociales ponen de moda el ideal de mujer del fascismo. [www.elsaltodiario.com](http://www.elsaltodiario.com). <https://www.elsaltodiario.com/redes-sociales/influencers-del-hogar-tradwives-hacen-pasar-trabajo-amor>

Reid, G. (2021, 24 de febrero). Pandemia y personas LGTB: lucha integral contra la desigualdad. *Politica exterior*. <https://www.politicaexterior.com/pandemia-y-personas-lgtb-lucha-integral-contra-la-desigualdad/>

Rivera, A. (2024, 2 de julio). RoRo Bueno, la copia de las 'tradwives' americanas en España que se ha convertido en el foco de los memes: "Hoy a Pablo le apetecía..."» *La Vanguardia*.  
<https://www.lavanguardia.com/comer/expres/20240702/9774814/ro-ro-bueno-copia-tradwives-americanas-espana-convertido-foco-memes-hoy-pablo-le-apetecia-pvlv.html>

Stephens, E. <https://elizabethstephens.org/love-art-laboratory/> (consultada el 10 de Agosto de 2024).

## Obras cinematográficas

Fernández, T. (Director). (1970). *No desharás al vecino del quinto* [Película]. Atlántida Films, SA.

Adair, P. (Director). (1977). *Word Is Out: Stories of Some of Our Lives* [Película]. Mariposa Film Group.

Todó, L. M. (Director). (1979). *El joc de mentider* [Película].

Riggs, M. T. (Director). (1989). *Tongues united* [Película]. Frameline California Newsreel.

Ivory, J. (Director). (1987). *Maurice* [Película]. Merchant Ivory Productions.

Babbit, J. (Director). (2000). *But I'm a cheerleader* [Película]. The Kushner-Locke Company.

Tucker, D. (Director). (2005). *Transamérica* [Película]. The Weinstein Company.

Mills, M. (Director). (2010). *Beginners* [Película]. Focus Features, Olympus Pictures, Parts and Labor.

Parrot, D. (Director). (2018). *Out* [Película].

Spade, D. (Director). (2015). *Pinkwashed exposed: Seattle fights back* [Documental]. 13th Avenue Productions