


Medios LGBT+ en Internet: experiencias de comunicación e información en México

LGBT+ media on the Internet: experiences of communication and information in Mexico

Raúl Anthony Olmedo Neri¹

Fecha de recepción: 25 de julio del 2022

Fecha de aceptación: 15 de septiembre del 2022

¹ Nacionalidad: mexicana. Adscripción: Universidad Nacional Autónoma de México.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5318-0170> Correo electrónico: raul.olmedo@politicas.unam.mx



Clasificada como
competente internacional
por Conacyt



LICENCIA:

Esta obra está bajo una licencia de Creative
Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Resumen

Se analizan dos medios de comunicación LGBT+ digitales en México para comprender las implicaciones de su operación y su articulación con las necesidades informativas y sociales de las poblaciones sexo-genéricas. Se parte de la perspectiva comunicacional para conceptualizar estos proyectos como ejercicios de apropiación tecnológica, pero destacando sus cruces empíricos con otros marcos analíticos. Mediante el método de sistematización de la experiencia se han recuperado las trayectorias de ANODIS y Seis Franjas Mx; mediante entrevistas semiestructuradas realizadas a sus cofundadores en febrero de 2022 se analizan las razones, horizontes y retos que han enfrentado estos proyectos. Los resultados muestran que la falta de contenido y representaciones LGBT+ en los medios de comunicación motivan la creación de estos proyectos, los cuales articulan un sentido colaborativo y de socialidad con otros usuarios pertenecientes a las comunidades sexo-genéricas; además, las personas participantes en estos proyectos son parte de las poblaciones LGBT+, volviéndolas productoras y consumidoras de información que reivindican la dimensión sexo-identitaria en los contenidos. Igualmente, estas iniciativas se concretan en la etapa juvenil de sus cofundadores, lo cual remite a repensar el papel de las juventudes LGBT+ en las novedosas formas de activismo y socialización mediadas por Internet. Finalmente, ante la conformación progresiva de esta área de conocimiento y la falta de consenso sobre su definición, se propone nombrar este campo interdisciplinario de estudio como Estudios Comunicacionales LGBT+, para mostrar una perspectiva epistemológica desde la comunicación y un posicionamiento ontológico latinoamericano.

Palabras clave: Medios de comunicación, Internet, jóvenes LGBT, activismo digital, redes sociales de apoyo

Abstract

Two digital LGBT+ media in Mexico are analyzed to understand the implications of their operation and their articulation with the informational and social needs of sex-gender populations. It starts from the communicational perspective to conceptualize these projects as exercises in technological appropriation but highlighting their empirical intersections with other analytical frameworks. Through the method of systematizing the experience, the trajectories of ANODIS and Seis Franjas Mx have been recovered; through semi-structured interviews conducted with their co-founders in February 2022, the reasons, horizons and challenges that these projects have faced are analyzed. The results show that the lack of LGBT+ content and representations in the media motivate the creation of these projects, which articulate a sense of collaboration and sociality with other users belonging to sex-gender communities. In addition, the people participating in these projects are part of the LGBT+ populations, becoming them producers and consumers of information that claim the gender-identity dimension in the content. Likewise, these initiatives are specified in the youth stage of their co-founders, which refers to rethinking the role of LGBT+ youth in the new forms of activism and socialization mediated by Internet. Finally, given the progressive formation of this area of knowledge and the lack of consensus on its definition, it is proposed to name this interdisciplinary field of study as LGBT+ Communicational Studies, to show an epistemological perspective from communication and a Latin American ontological position.

Keywords: Media, Internet, LGBT youth, digital activism, social support networks

Introducción

En América Latina, los medios de comunicación son percibidos como problemáticos para las poblaciones Lésbica, Gays, Bisexual, Trans (LGBT+) porque a través de sus contenidos pueden (re)producir estereotipos creados desde la mirada heteronormativa. Esto margina la información de interés para estas poblaciones y genera representaciones de estas comunidades fundadas en el estigma (Medina, 2015; Olmedo Neri, 2019). Estos contenidos pueden ser usados de dos maneras en la vida cotidiana: como referentes cargados de una violencia simbólica que, al tener un alcance masivo, pueden ser reinterpretados críticamente por las poblaciones LGBT+ con el fin de satisfacer necesidades identitarias y socioculturales o; como referentes culturales y de comportamiento que prefiguran de manera negativa la interacción social hacia estas poblaciones en espacios privados y públicos (Goffman, 2019; Ventura, 2016a).

No obstante, con el espacio digital las personas LGBT+ no solo amplían sus referentes culturales e informativos sobre sus orientaciones sexuales e identidades de género, sino que además generan espacios de socialidad² para construir y fortalecer sus redes sociales de apoyo³. El espacio digital está conformado por la estructura material de Internet (Pisani y Piotet, 2009), así como por las relaciones que los usuarios crean a partir de las diferentes dimensiones que constituyen su (inter)acción. Por lo tanto, la Internet adquiere una materialidad espacial-territorial a partir de la posibilidad de los usuarios por habitarla (Lechón Gómez y Mena Farrera, 2019; Sfez, 1995). En este proceso, las personas LGBT+ pueden crear proyectos mediante los cuales producen contenido que reivindica su dimensión sexo-identitaria, cuestionando los estereotipos y la discriminación predominantes.

Así, la visibilidad de discursos y representaciones sociales contrahegemónicas mediante la creación y difusión de contenido alternativo en Internet deja de ser una posibilidad y se vuelve una oportunidad de transformación sociocultural (Olmedo Neri, 2021; Trejo Olvera y Ruiz Tregallo, 2021). Por lo tanto, las poblaciones LGBT+ se apropian de Internet para posicionar su visión del mundo en la esfera pública sin la intervención y distorsión que suponen los medios de comunicación (Natanshon y Paz, 2019); además, su acción descentralizada, desterritorializada y descorporizada en Internet facilita la coproducción de espacios para afianzar una socialidad basada en la dimensión sexo-identitaria e hipertextual de los usuarios (Martel, 2013; Parra, 2021; Pérez-Chirinos, 2012; Olmedo Neri, 2022).

El interés de las poblaciones LGBT+ por crear contenidos contrahegemónicos descansa en que mediante esas narrativas es posible hacer un cambio cultural que contribuye en su reconocimiento e inclusión en la sociedad. De esta manera, las posibilidades técnicas y comunicativas que ofrece Internet vuelven factible el desarrollo de proyectos comunicativos *de* y *para* las personas LGBT+. El progresivo crecimiento de páginas y medios LGBT+ digitales y las escasas investigaciones sobre sus implicaciones para las poblaciones sexo-genéricas, pone de relieve un campo analítico de interés creciente para las ciencias sociales.

² La socialidad es la posibilidad espaciotemporal para que dos o más personas interactúen. Por su parte la sociabilidad es la capacidad de los sujetos por interactuar, es decir, el aprovechamiento de esa posibilidad para concretar una relación social.

³ Las redes sociales de apoyo son fundamentales para las personas LGBT+. Dados los marcos heteronormativos presentes en la vida cotidiana, las poblaciones sexo-genéricas sufren de manera contingente acciones que invalidan su dimensión sexo-identitaria. Estas redes cumplen funciones de socialidad y reafirmación identitaria, por lo que reducen perceptiva y empíricamente la sensación de opresión y estigma; estas redes se construyen entre personas que pertenecen a las comunidades LGBT+ o que reconocen de manera positiva estas orientaciones sexuales e identidades de género. Estas redes pueden ser creadas o ampliadas por las personas LGBT+ en Internet.

Por ello, este artículo busca recuperar las trayectorias de estos medios LGBT+ digitales con el objetivo de comprender desde una perspectiva comunicacional (Craig, 1999) las formas en que se articulan con las necesidades y demandas de las personas LGBT+ en Internet. A partir de ello se construye un marco teórico que articula nociones de la perspectiva comunicacional dentro de lo que se ha denominado en países desarrollados como *Queer Media Studies*. El objetivo es redimensionar la comunicación como un proceso desde el cual se pueden explicar fenómenos sociales y con ello proponer desde un posicionamiento latinoamericano el nombre de Estudios Comunicacionales LGBT+ y sus respectivas aportaciones conceptuales.

Después, mediante el método de sistematización de la experiencia se recupera la trayectoria de dos medios de comunicación LGBT+ digitales mexicanos, para identificar su trayectoria en tres campos analíticos: la historia del medio, los métodos para la recopilación de información y su articulación con los usuarios LGBT+. Los medios seleccionados son la Agencia de Noticias sobre Diversidad Sexual (ANODIS) y Seis Franjas Mx: ambos proyectos son sitios de noticias que tienen relevancia por su trayectoria y los retos que han enfrentado tanto en la dimensión operativa de Internet como en la visibilidad de su contenido en las plataformas sociodigitales.⁴

Finalmente, los resultados enriquecen la discusión sobre la seguridad *per se* en Internet y las implicaciones de este tipo de proyectos para las personas LGBT+: aunque todos los usuarios tienen una capacidad de agencia en Internet, solo algunos la emplean de manera explícita para generar espacios digitales seguros. Es decir, solo con la participación permanente de los usuarios es que se pueden co-producir espacios de socialidad LGBT+ en Internet.

1. Marco teórico

En las investigaciones sociales sobre las poblaciones LGBT+ mexicanas predomina una perspectiva sociológica que prioriza la construcción histórica del movimiento social a nivel nacional/regional, sus demandas-derechos y sus repertorios de acción (Diez, 2018; Franco, 2019; Lázaro, 2014; Lizarraga, 2018). En dicha perspectiva, las posibilidades, ensamblajes y tensiones entre los medios de comunicación y las poblaciones LGBT+ no constituye un objeto de estudio. De hecho, no se reconoce la relevancia de los medios para el movimiento LGBT+ y se diezman los procesos organizativos que motivan la creación y operación de proyectos de comunicación alternativos, desconociendo su función en la disputa simbólica dentro del imaginario colectivo.

A pesar de esto, en los últimos años se han desarrollado investigaciones que reconocen y problematizan la dimensión tecnológica, comunicativa y mediática como campos interrelacionados con las poblaciones sexo-genéricas, su vida cotidiana y sus acciones colectivas (Montoya Gastélum, 2020; Olmedo Neri, 2021, 2022; Trejo Olvera y Ruiz Tresgallo, 2021). La búsqueda por crear y gestionar medios de comunicación para cuestionar las representaciones sociales que contribuyen a su opresión en la vida cotidiana, así como los usos que le dan a los dispositivos e Internet suponen procesos históricos y graduales que muestran la apropiación de la tecnología (Bucher y Heldmond, 2018; Morales, 2019). En Latinoamérica, los estudios que profundizan en la relación medios de comunicación y poblaciones LGBT+ se enfocan en los abordajes sobre la construcción simbólica e informativa de estas comunidades para mantener o

⁴ El término sociodigital reconoce la convergencia entre lo tecnológico y lo social. Ninguno de ellos se prioriza, por el contrario, están dialécticamente relacionados. Facebook, Twitter e Instagram son estructuras tecnológicas rentables en relación con su capacidad por atraer y mantener a usuarios que interactúan a través de sus interfaces. Los perfiles creados, el contenido producido y la interacción social ejercida en estas plataformas son la base de su vitalidad en las sociedades contemporáneas.

transformar los estereotipos legitimados (Spada, 2021; Ventura, 2016b); en el reconocimiento del impacto mediático de sus acciones colectivas (De Sandi, 2016; Settanni, 2013) y; en el análisis Internet como un espacio para la organización, socialización y activismo LGBT+ (Pérez, 2018; Rondón, 2019).

En esta última área se hace una vinculación con los usos que se le dan a la tecnología y los procesos de apropiación de esta. La apropiación tecnológica repercute en la experiencia del sujeto con la tecnología, así como en su forma de ver y participar en el mundo (Morales, 2019); esta apropiación incluso amplía las funciones de los medios de comunicación y da la posibilidad de que puedan ser habitados y empleados de forma creativa (Bucher y Heldmond, 2018; Miège, 2015). Sfez (1995) identifica que la dimensión tecnológica de la comunicación ha sufrido tres cambios sustanciales que se perciben en relación con los sujetos que la usan: la tecnología puede cumplir una función instrumental, espacial y personal. Las tres funciones son empleadas por las personas LGBT+ en Internet: navegan en el espacio virtual para acceder y consumir información de interés (instrumento), se vuelve un lugar de disputa simbólica por las narrativas que entran en conflicto al tratar de legitimarse (espacio), y se vuelve una dimensión digital de la subjetividad, la cual se diseña y expresa selectivamente (personal).

Si bien en los medios de comunicación tradicionales la disputa simbólica se materializaba sobre la decodificación del sentido heteronormativo de las representaciones LGBT+ (Juárez Cárdenas y Sánchez Kuri, 1998), en Internet se amplía dicha disputa en el circuito de la producción de contenidos. Al descentrar a los medios de comunicación masiva de la esfera pública, Internet y las plataformas sociodigitales se vuelven espacios de disputa simbólica dada la ambivalente función que juegan los usuarios y los flujos de contenido que visibilizan o restringen el contenido contrahegemónico producido desde la experiencia (Olmedo Neri, 2021).

Por espacio de disputa simbólica se alude a un lugar con materialidad física o digital donde las interacciones sociales están en permanente tensión ya que existe la intención de imponer y legitimar determinados usos, representaciones sociales y narrativas en la sociedad (Lechón Gómez y Mena Farrera, 2019). En otras palabras, es un espacio heterogéneo y asimétrico en donde se manifiestan los lugares de enunciación de los sujetos que allí luchan por posicionar su sentido y visión del mundo en aras de mantener o transformar el statu quo.

En este sentido, pensar Internet como espacio de disputa simbólica permite observar la capacidad del usuario para crear proyectos de comunicación donde se produzca y difunda contenido contrahegemónico al (re)producido en los medios de comunicación masiva (Olmedo Neri, 2021; Trejo Olvera y Ruiz Tregallo, 2021). De esta manera, la dimensión organizativa, productiva, informativa y simbólica que se da en los medios de comunicación LGBT+ digitales contribuyen a la percepción y a la interacción con las poblaciones sexo-genéricas; son estas dimensiones las que cuestionan los imaginarios sociales contruidos desde la heteronorma y sus manifestaciones de discriminación y estigma en la vida cotidiana. Así, el análisis de proyectos comunicativos LGBT+ adquiere relevancia por los efectos que producen en los usos y significados que le dan los usuarios LGBT+ a Internet.

En los estudios latinoamericanos que analizan Internet en tanto espacio/medio para la información y la interacción social no se ha reconocido que el espacio digital sirve de soporte para proyectos comunicativos que satisfacen las necesidades informativas y culturales de sectores invisibilizados en los medios de comunicación tradicionales, como las poblaciones LGBT+. El trabajo pionero de Pérez (2018) identifica 19 de estos proyectos en la región y muestra tanto sus motivaciones como las funciones que cumplen en el ámbito informativo y cultural. Siguiendo estas aportaciones, es posible observar que este tipo de medios tienen una función comunicativa al ofrecer de manera fácil y rápida información a usuarios LGBT+ que en otros espacios y medios es restringida por contravenir la heteronorma; además, cumplen una función social y cultural porque la difusión y el consumo de su contenido contribuyen al (auto)reconocimiento público de estas poblaciones sexo-genéricas.

Por su parte, en países desarrollados se ha dado un acercamiento hacia las plataformas sociodigitales, las cuales son utilizadas para sortear los contextos hostiles donde se desenvuelven las poblaciones LGBT+ (Craig y McInroy, 2014; Craig, et al, 2017; Hawkins y Watson, 2016; Tripathi, 2017). Aunque importantes las aportaciones, las realidades abordadas en esos trabajos presentan diferencias ontológicas a lo que acontece en América Latina, por lo que reconocer el lugar de enunciación latinoamericano implica nombrar sus realidades y por ende, sus especificades, posibilidades y tensiones para el uso crítico de herramientas teórico-conceptuales.

De hecho, desde estos países se ha conceptualizado este campo de estudio como *Media Safe Spaces* (Lucero, 2017; Ventura, 2016a, 2018) o *Queer Media Studies* (Griffin, 2018; Rodriguez, 2018; Scott, 2010). El término *Media Safe Spaces* es una adecuación conceptual para asumir que los espacios digitales son seguros para las poblaciones sexo-genéricas (Craig y McInroy, 2014; Tripathi, 2017). Estos espacios simbólicos son importantes porque ofrecen referentes que permiten moldear la identidad, pero también intervienen en los procesos de socialización ya que “las personas aprenden de la observación en función de si sus referentes son recompensados o castigados por sus comportamientos, y también del resultado de esos comportamientos” (Ventura, 2016a, p. 1174).

Por su parte, la propuesta de *Queer Media Studies* tiene un campo más amplio y podría ser considerada como una perspectiva. Rodriguez (2018) refiere cuatro grandes ejes principales: la construcción de identidades, personas y temas LGBT+/Queer en los medios; el papel del individuo en el ciclo de producción del contenido (producción, distribución, recepción y uso); la preponderancia de este contenido de acuerdo con el tipo de medio y producto cultural y; la transdisciplinariedad de métodos, temas y perspectivas que abordan la presencia de lo LGBT+ en los medios. En este sentido, Ventura (2018) arguye que, a pesar de estas dimensiones, esto no significa que exista una frontera porque en realidad se “busca explicar cualquier mecanismo que permita pensar la realidad desde fuera de los marcos normativos de la sociedad heteronormativa” (p. 1). Por ello, la prioridad que le da esta perspectiva al sujeto LGBT+/Queer es parte de la estrategia política que dota hoy a estas comunidades de una protección moderna propia de su existencia en el espacio público (Scott, 2010).

En ambos planteamientos existe un enfoque sobre el sujeto LGBT+ y la forma en que son (re)presentados en los medios, particularmente en el contenido, lo cual deja de lado las implicaciones teóricas y empíricas que supone la comunicación en tanto proceso transaccional (Giménez, 2011) y estructura material (Alonso, 2005; Sfez, 1995). A partir de esto y reconociendo las diferencias ontológicas entre las realidades abordadas y América Latina, es factible y necesario proponer un concepto que delimite este campo, que enriquezca el debate actual en la región latinoamericana y que aglutine las investigaciones alrededor de los medios de comunicación y las poblaciones LGBT+. Dicha propuesta, además, se articula con la perspectiva comunicacional y la apropiación social de la tecnología.

En este sentido, se plantea la noción de Estudios Comunicacionales LGBT+ para referir al campo de conocimiento que integra el papel de la tecnología y el rol del sujeto LGBT+ en tanto productor y consumidor de contenido dentro de procesos anclados en los intersticios entre la comunicación y la cultura. Dicha propuesta abona al debate internacional sobre cómo referirse a este campo de estudio, pero también establece la perspectiva desde la que se parte, para redimensionar el soporte tecnológico y las implicaciones del proceso comunicativo (Craig, 1999, Lash, 2005; Miège, 2015; Vizer, 2016). Proponer un nombre desde América Latina para referir y reconocer los estudios realizados en esta región también implica un posicionamiento epistemológico y ontológico disruptivo al de las realidades y marcos analíticos de los países desarrollados.

En un primer momento, el desplazamiento de la noción de medios en el nombre propuesto es solo aparente ya que lo comunicacional reconoce implícitamente su relación dialéctica con la tecnología,

la cual ha tenido una mayor presencia desde el siglo XX (Lash, 2005; Sfez, 1995). Por ello, los Estudios Comunicacionales LGBT+ no solo incluyen la parte técnica y operativa de las estructuras de comunicación, sino que priorizan y reconocen la comunicación como proceso y práctica que atraviesa a la sociedad y sus diversos ámbitos (Alonso, 2005; Giménez, 2011; Vizer, 2016).

Lo que para los *Media Safe Spaces* supone el reconocimiento de espacios físicos y simbólicos que promueven una mayor libertad *per se* de las personas LGBT+, para los Estudios Comunicacionales LGBT+ es un resultado del *social affordance* de los usuarios (Bucher y Heldmond, 2018). Es decir, la percepción de seguridad en Internet no es intrínseca al medio, sino que es resultado de la intervención del sujeto y los usos que le da a la tecnología para reducir la opresión y el estigma cuando se encuentra en el espacio digital; las posibilidades que ofrece Internet a los usuarios no son más que características que han reconocido y aprovechado las personas LGBT+ en su proceso de apropiación tecnológica, para sortear el estigma predominante en lugares físico mediante un distanciamiento espacial (Lash, 2005; Han, 2021). Sumado a esto, la interacción y la interactividad contribuyen a que Internet y las plataformas sociodigitales se conviertan en lugares de socialización (Sfez, 1995; Van Dijck, 2016)

Por otro lado, los *Queer Media Studies* en tanto perspectiva que prioriza al sujeto LGBT+/Queer tiene más relación con la propuesta de Estudios Comunicacionales LGBT+. No obstante, la falta de reconocimiento de la tecnología, sus interfaces y sus implicaciones en los procesos inmanentes a los cuatro grandes grupos que aglutina, vuelve factible pensar la propuesta hecha como una mirada que posiciona el carácter comunicativo del sujeto LGBT+ en dichos campos. Así la parte material de los medios de comunicación e Internet supone reconocer que estos no solo construyen espacios discursivos, sino que también son en esencia espacios laborales donde la presencia de personas LGBT+ es contingente. Lo anterior amplía la noción de medios no solo como productores de sentido, sino como proyectos que tienen una materialidad económica, política, cultural y laboral que permite observarlos como lugares que pueden ser seguros o no para estas poblaciones y que de ello depende la forma en que se producen contenidos a favor o en contra de las comunidades LGBT+.

De esta manera, los proyectos de comunicación *de y para* las poblaciones LGBT+ no solo representan el uso y gestión de las estructuras de la comunicación, sino que sus integrantes pueden ser miembros de estas comunidades, por lo que la producción de contenido está vinculada a las necesidades e intereses informativos y simbólicos que identifican a través de su experiencia en tanto consumidores. En otras palabras, estudiar los proyectos comunicativos LGBT+ que se desarrollan dentro y fuera de Internet visibiliza las realidades de las poblaciones sexo-genéricas, su cultura, su identidad y la experiencia de la que parte para participar en dichos proyectos.

2. Método

Se utiliza el método de sistematización de la experiencia para analizar el conocimiento adquirido por los cofundadores de proyectos comunicativos LGBT+ a lo largo del tiempo. Al recuperar esta experiencia se reconoce la percepción del sujeto ante un fenómeno, el lugar desde el que se mira/participa en dicho proceso y las implicaciones culturales y sociales que contribuyen a que dicha experiencia sea particular y portadora de un saber-conocimiento (Rodríguez y Pérez, 2017).

Así, la sistematización de la experiencia en tanto método reivindica el lugar de enunciación del sujeto y lo sitúa en un ejercicio de reflexividad para que pueda explicar(se) las razones de su actuar en un fenómeno social previamente delimitado (Mera, 2019). Esa reflexividad es interpretada a partir del objetivo de este trabajo para rescatar y articular dichas experiencias en un marco analítico común.

Con este método, la experiencia se asume “como un terreno donde confluyen la subjetividad que decide, reflexiona y actúa, y su interacción concreta con el contexto sociohistórico que le enmarcan y condicionan” (Parra, 2021, p.1).

La estrategia metodológica se construyó a partir de técnicas de investigación que recuperan, sistematizan e interpretan dicha experiencia. La selección de los medios LGBT+ digitales estuvo determinado por factores como tipo de medio, contenido desarrollado y presencia en plataformas sociodigitales. A partir de ello, se concretó una entrevista semiestructurada⁵ vía zoom a los cofundadores de la Agencia de Noticias sobre Diversidad Sexual (ANODIS) y Seis Franjas Mx. Ambos son sitios de noticias LGBT+ en México y su función informativa y operativa es netamente digital. ANODIS se fundó en 2002 y Seis Franjas Mx en 2019; esta diferencia temporal enriquece la interpretación de sus experiencias: mientras que ANODIS vivenció los cambios tecnológicos en Internet, Seis Franjas Mx inició en un contexto donde las plataformas sociodigitales ya estaban afianzadas en la vida cotidiana.

La entrevista contempla tres áreas específicas: 1) historia del medio y contexto de inicio; 2) proceso de producción de contenido y 3) experiencia con usuarios LGBT+ en plataformas sociodigitales. La relevancia de la entrevista semiestructurada en esta investigación es estratégica ya que permite que, a través de las respuestas dadas y su vinculación narrativa, se guíe el contenido de acuerdo con los temas de interés y así evitar la repetición de información. La información obtenida se articuló mediante una narración interpretativa que destaca y ensambla sus experiencias en el contexto sociohistórico que los determina; a pesar de la distancia experiencial su marco de acción es común, por lo que resulta destacable observar y comprender las similitudes y diferencias.

3. Resultados

Los resultados encontrados se agrupan de acuerdo con las áreas de interés en las entrevistas semiestructuradas; cada una de ellas muestra la concreción sociohistórica del proyecto, las formas de articulación con fuentes y actores LGBT+, así como las funciones ampliadas que adquieren mediante la interactividad ofrecida y ejercida en las plataformas sociodigitales. Su articulación narrativa reconoce las implicaciones de su desarrollo en un contexto sociocultural marcado por la heteronorma y en un espacio específico como lo es Internet.

3.1 Historia del medio

ANODIS y Seis Franjas Mx son sitios web de noticias LGBT+ que inician actividades en el siglo XXI en México. En términos temporales, ANODIS es uno de los primeros proyectos comunicativos LGBT+ en Internet, por lo que sus integrantes poseen una experiencia sobre el cambio estructural de la web 1.0 a la web 2.0; Seis franjas Mx, por su parte, inició en un contexto caracterizado por las plataformas sociodigitales y la interactividad (web. 2.0).

Los cofundadores de ANODIS iniciaron con el proyecto cuando eran jóvenes universitarios (estudiantes o profesores adjuntos) de la carrera de Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Por su vinculación universitaria

⁵ Las entrevistas se grabaron con el consentimiento explícito y su duración promedio fue de 1 hora. Las entrevistas se transcribieron y se analizaron sin ningún software o programa específico. Se omitieron los nombres de las personas entrevistadas para evitar posibles agresiones.

generaban noticias y reportajes para medios universitarios y públicos; no obstante, fue la renuencia por publicar dos propuestas de contenido LGBT+ (un reportaje sobre la Ley de Sociedades de Convivencia y otro sobre el Grupo Universitario de Diversidad Sexual), lo que evidenció la necesidad de pensar en un medio propio que diera visibilidad a ese contenido. Así:

... junto con uno de los estudiantes que entregó uno de los reportajes, platicando decidimos hacer un sistema de información planteado como agencia de noticias para poder darle visibilidad a los temas de la diversidad sexual en temas políticos, culturales, de esparcimiento, de salud, pero desde un enfoque correcto, periodísticamente bien hecho y desde un enfoque de derechos humanos adecuado al momento (Cofundador de ANODIS, comunicación personal, 28 de febrero de 2022).

Sus operaciones iniciaron formalmente el 28 de junio de 2002, fecha relacionada simbólicamente con el activismo LGBT+ mexicano, particularmente la Marcha del Orgullo en la capital del país. De acuerdo con el entrevistado, los primeros seis meses de este proyecto tuvieron su espacio en un subdominio dentro de mileniogay.com, dedicado al entretenimiento para adultos, mismo que dejaron en 2003 al obtener el dominio '.com'. Además de la agencia de noticias, el proyecto se amplió progresivamente a una agencia de publicidad, la primera editorial Queer en México (Quimera Ediciones), así como una línea de ayuda psicológica con espacios de atención y consultoría. Esto evidencia la diversidad de proyectos que atendían a las poblaciones LGBT+, pero también a posibilitar la socialidad de éstas dentro y fuera de Internet. En sus inicios trataron de establecer vínculos con otros medios (LGBT+ y no LGBT+); sin embargo, solo pudieron publicar inicialmente su contenido de manera gratuita y a título de colaboración en la revista Boys and Toys (revista de contenido homosexual). A partir de esto:

...los primeros seis meses para nosotros fue enfrentarnos a esa realidad. Y tomamos la decisión de ser un medio propio, es decir por sí mismo. No con el objetivo de proveer a otros medios sino de directamente llegar al lector... Y la verdad que fue la mejor decisión (Cofundador ANODIS, comunicación personal, 28 de febrero de 2022).

ANODIS salió de Internet entre finales de 2012 y hasta mayo de 2016 como resultado de un problema técnico con el software⁶ que mantenía el sistema de información y que no pudo competir con las actualizaciones de la web 2.0. Además, desde 2016 la actividad de ANODIS no fue periódica, situación que cambió en 2020 cuando se retomó el proyecto, su sitio web y con ello la incursión del medio en Facebook, Twitter e Instagram.

Por su parte, Seis Franjas Mx también fue una iniciativa pensada por jóvenes universitarios; los proyectos estudiantiles que realizaron dentro de su formación en comunicación en la UNAM abarcaban temáticas LGBT+ y su recepción era positiva. Esto contribuyó a pensar en un proyecto más allá de lo estudiantil. De acuerdo con la cofundadora entrevistada, el proyecto cobró materialidad cuando asistieron a un curso-taller para iniciativas/empresas LGBT+ impartido en la librería Somos Voces (ubicada en Zona Rosa, Ciudad de México). El curso-taller fue de utilidad ya que los cofundadores “veníamos desde cero, sin saber cómo se compra una página web, sin saber nada ¿Por qué? porque justamente veníamos de otros empleos sí relacionados con la comunicación, pero en medios tradicionales y por

⁶ De acuerdo con el cofundador de ANODIS, los integrantes del proyecto desarrollaron el Content Management System (CMS) con código propio. Ese era el camino que seguir para poder almacenar, jerarquizar y publicar contenidos en Internet durante la primera década del siglo XXI. No obstante, la falta de actualización operativa y de infraestructura contribuyeron a su insostenibilidad dado el acelerado cambio tecnológico en Internet. En palabras del entrevistado “... la tecnología nos ganó y diez años después, aproximadamente en 2012, el sistema ya no dio el ancho” (Cofundador de ANODIS, comunicación personal 28 de febrero de 2022).

ello no teníamos mucha idea” (Cofundadora de Seis Franjas Mx, comunicación personal, 25 de febrero de 2022). Así, Seis Franjas Mx inició el 14 de julio de 2019, día de la visibilidad no binaria; el proyecto inició con un dominio “.com” y actualmente está presente en Facebook, Twitter, Instagram y Nitter.

En ambos casos la concreción de los medios LGBT+ implicó, entre otras cosas, una mayor apropiación tecnológica para trascender la interfaz operativa de Internet y con ello crear su página web y obtener su propio dominio. Además, de manera implícita, los proyectos nacen de varias situaciones: por un lado, los cofundadores de ANODIS se organizaron como respuesta a la oposición de algunos medios por publicar contenido LGBT+, así como por el interés en generar contenido periodístico con un enfoque de derechos humanos. Por su parte, las motivaciones de Seis Franjas Mx se orientan a los intereses de sus cofundadores sobre temas LGBT+, así como de la positiva respuesta obtenida al realizar trabajos sobre estos temas y presentarlos a otros jóvenes, mostrando un nicho informativo que requería atención.

3.2 Producción de información

En ANODIS y Seis Franjas Mx los equipos están conformados en su mayoría por jóvenes LGBT+; algunos de ellos son activistas. Esta presencia, de acuerdo la visión de Seis Franjas Mx:

... es de vital importancia. Y de hecho es nuestra meta: que en un futuro nosotros podamos tener personas de la comunidad les [lésbica] para redactar noticias les, personas trans redactando noticias trans (...) De hecho es nuestra piedra angular: desde siempre quisimos darles voz a ellos, ellas y ellos. (Cofundadora de Seis Franjas Mx, comunicación personal, 25 de febrero de 2022)

Situar a la persona LGBT+ como productora de contenido permite observar que su experiencia como consumidora de este interviene en la producción de contenidos mediáticos alternativos y con un sentido simbólico contrahegemónico que apela a una (auto)representación no heteronormada. En el caso de ANODIS también se reconoce la pertinencia de las personas LGBT+ como protagonistas tanto en la producción como en el consumo de contenido que visibiliza los intereses, demandas y consumos culturales de las poblaciones sexo-genéricas. El cofundador de ANODIS hace hincapié en el potencial aprendizaje reflexivo que se obtiene en este tipo de proyectos: dado que las personas colaboradoras reconocen el estigma que se (re)produce en ciertos contenidos mediáticos, los productos que generan contienen sus aspiraciones simbólicas de representación, así como la perspectiva de derechos humanos, inclusión y no discriminación. En otras palabras, con estos medios las personas LGBT+ se empoderan para hablar desde sus realidades y utopías con el fin de encontrarse con sus iguales.

Las fuentes de ambos proyectos son diversas, pero existe una tendencia por generar redes con activistas y organizaciones LGBT+ para obtener información y difundir eventos que promueven temas de interés para las poblaciones sexo-genéricas. En el caso de ANODIS destaca la creación de un grupo de WhatsApp donde se encuentran activistas y organizaciones civiles que comparten información propia; además, dicho grupo es también un espacio de reflexión y diálogo sobre las formas de abordar las temáticas LGBT+, siempre con un sentido empático y enfoque de derechos humanos actualizado. En el caso de Seis Franjas Mx esta vinculación se da de manera general, ya que son contactados por diferentes usuarios (activistas, organizaciones y público en general) para compartir información sobre eventos o actividades LGBT+ autogestionadas. Además, se menciona que “siempre estamos escuchando a la audiencia viendo las reacciones a los contenidos, viendo qué quieren o requieren en cada una de las plataformas sociodigitales” (Cofundadora de Seis Franjas Mx, comunicación personal, 25 de febrero de 2022).

La vinculación desarrollada con otros actores pertenecientes a las poblaciones LGBT+ muestra la esencia reticular de este movimiento social, donde sus integrantes construyen redes sociales para difundir temáticas de interés común. Esta dinámica relacional no solo es reflexiva, sino que posiciona de manera estratégica a los medios de comunicación LGBT+ ya que su función comunicativa los vuelve un lugar común donde los usuarios LGBT+ pueden incrementar el alcance de sus actividades y establecer vínculos con otros miembros de estas comunidades. Además de ello, resulta importante mencionar que estos proyectos de comunicación no son desarrollados desde colectivos LGBT+, sino de personas que pueden o no ser activistas, las cuales se organizan desde la experiencia y a partir de las posibilidades que reconocen en Internet para sus objetivos anclados en el campo cultural y comunicativo.

3.3 Plataformas sociodigitales

Las plataformas sociodigitales son indispensables para que los medios de comunicación mantengan su carácter masivo; en el caso de los proyectos de comunicación LGBT+ no es la excepción. Aunque ambos proyectos poseen perfiles en diferentes plataformas, la percepción en las entrevistas evidencia una brecha en su uso. Mientras que la falta de actualización del software que ANODIS utilizaba redujo su dinamismo y entró “tarde” al uso de plataformas sociodigitales, Seis Franjas Mx supo articular su proyecto con el ecosistema de plataformas actual.

El cofundador de ANODIS reconoce esta situación, misma que se evidencia en la poca interacción con usuarios en estos espacios; sin embargo, esto responde a que el público al que pretende enfocarse no está allí. A partir de sus reflexiones, el Cofundador de ANODIS (comunicación personal, 28 de febrero de 2022) reconoce un sector de la población desatendido; él indica que “había espacios que atendían a los jóvenes, a los adultos contemporáneos, pero no había un sistema de información que atendiera a adultos de media edad y entrados en edad (40 o más años).

Este último segmento es el público objetivo de ANODIS, sobre todo el ámbito de la política y la salud. Sin embargo, esto no significa que desestimen las plataformas sociodigitales, porque de hecho ANODIS ha establecido una alianza con otros medios como Escándala y El Clóset LGBT+, que se enfocan a otras temáticas como entretenimiento, arte y cultura, para potenciar su visibilidad en estos espacios digitales y no competir con estos otros medios. A pesar de esta apropiación tardía y las alianzas creadas para incrementar su visibilidad en estas plataformas, esto no ha repercutido en la relevancia de ANODIS para los usuarios LGBT+ mexicanos. Entre 2005 y 2008 ANODIS utilizó un correo como parte de la campaña de salud sexual *Mejor Hazte la Prueba*. La experiencia de esta acción es destable ya que:

Fue inmanejable. Fue una cantidad impresionante de correos que recibimos y muchos no tenían que ver con VIH o con salud sexual, muchos correos tenían que ver con: “Oye, me peleé con mi novio”; “Oye, pues fíjate que tengo un amigo y no sé cómo decirle y me siento deprimido”; “Oye, quiero salir del clóset”; “Oye, fíjate que en mi casa no me aceptan”. En fin, una cantidad de asuntos que tienen que ver con orientación sexual y que tienen un impacto en la salud mental, y que la gente no tenía a dónde acudir. Y encontraron un buzón que estaba hecho para otra cosa a donde dijeron “Aquí voy a escribir”. (Cofundador de ANODIS, comunicación personal, 28 de febrero de 2022).

Así, independiente del uso de las plataformas sociodigitales, resulta importante observar el impacto y la ampliación de la función comunicativa de este proyecto como resultado de las necesidades y demandas de las poblaciones LGBT+ mexicanas. La búsqueda de un otro digital por parte de las personas LGBT+ para abordar temas relacionados a su identidad y su socialidad descansa en las restricciones

heteronormativas que ejercen presión sistemática en sus vidas. De este modo, Internet se convierte en un espacio donde es posible evadir la discriminación e incrementar la capacidad de los usuarios LGBT+ para acceder a un conjunto de redes sociales de apoyo y a sentidos contrahegemónicos sobre su dimensión sexo-identitaria.

Por su parte, Seis Franjas Mx posee un mayor uso de las plataformas sociodigitales. De hecho, estas plataformas han sido un canal que también ha ampliado su rol como medio de comunicación para convertirse en punto de orientación/referencia para los usuarios LGBT+. Mediante las posibilidades de interacción e interactividad que ofrecen estas plataformas, Seis Franjas Mx ha tenido una experiencia similar ya que:

Nos buscan más para publicitar talleres, actividades que la misma comunidad está creando; (...) entonces, ven que es un proyecto de la comunidad para la comunidad y se sienten seguros de decir “Oye, ¿puedes promocionar mi curso?”, “Oye, ¿puedes promocionar mi Stand Up? O también, casi el noventa y tantos por ciento es como de “Oye, ¿conoces una asociación que pueda ayudarme? Y ya de allí los canalizamos (Cofundadora de Seis Franjas Mx, comunicación personal, 25 de febrero de 2022).

A pesar de la diferencia temporal de los proyectos, las restricciones en la vida cotidiana siguen presentes para las personas LGBT+. Por ello, estos medios sirven de referentes para que los usuarios puedan reducir la opresión heteronormativa, así como obtener ayuda y recibir orientación profesional sobre temas que repercuten en su desarrollo individual y social. Finalmente, Seis Franjas Mx reconoce que su publicidad ha sido objeto de ataque con discursos de odio. Ante esto, los administradores de los perfiles lo eliminan para mantener un espacio seguro para los usuarios LGBT+. De acuerdo con lo mencionado en la entrevista este tipo de incidentes no se ha presentado en el contenido ni en los chats de las plataformas sociodigitales de este medio de comunicación.

4. Discusión

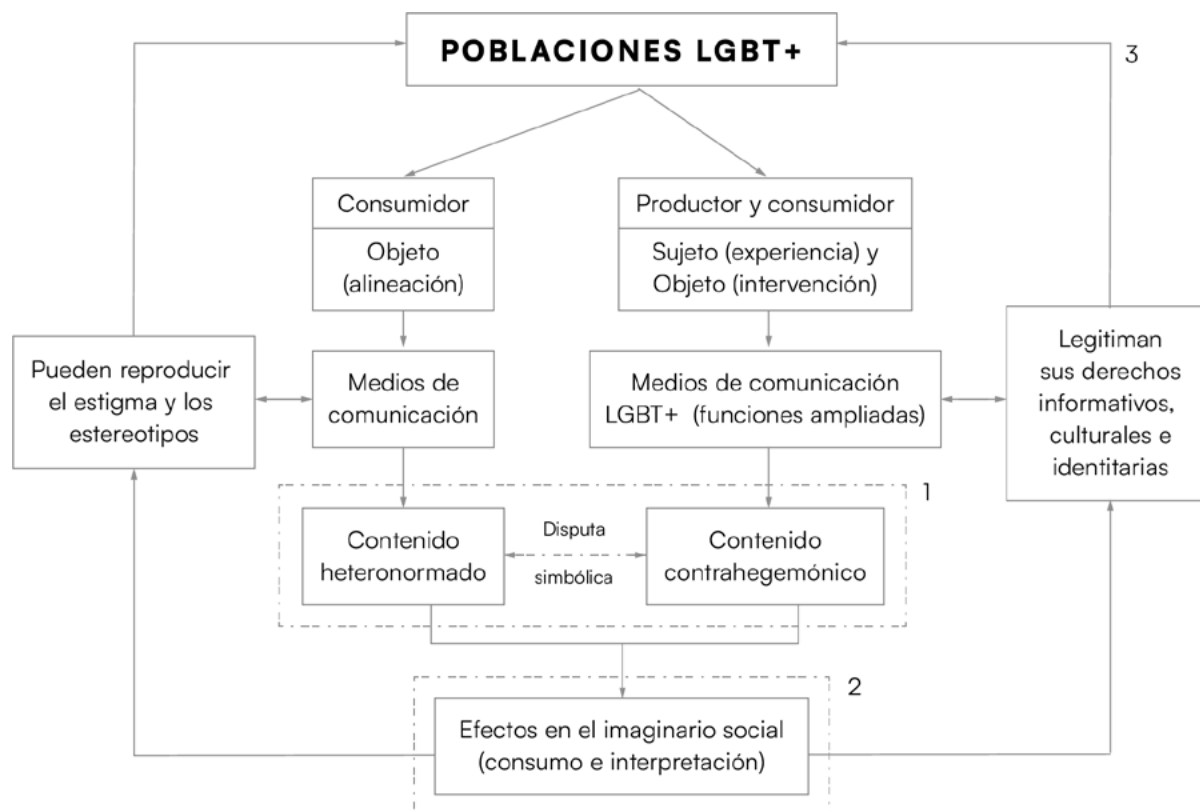
Los estudios que abordan la relación entre medios de comunicación y poblaciones LGBT+ son escasos en México y América Latina. Algunas investigaciones analizan las representaciones sociales de las poblaciones LGBT+; sin embargo, los hallazgos muestran la interpretación del investigador, desplazando la percepción generada en los usuarios LGTB+ y reduciendo el uso de Internet a un carácter instrumental (Delle, 2020; Medina, 2015; Settanni, 2013; Ventura, 2016a, 2018). El poco interés académico sobre estas poblaciones sexo-genéricas repercute en las escasas investigaciones realizadas sobre este tipo de proyectos, por lo que hay un pendiente teórico-conceptual en las ciencias sociales por reconocer a estas poblaciones en su doble dimensión productor/consumidor de contenidos mediáticos.

En América Latina, el abordaje de estos medios se encuentra en estudios de caso para obtener un título universitario o investigaciones regionales generales, lo cual evidencia un interés progresivo en el campo ampliado y formal que supone su análisis (Castillejo, 2011; Juárez Cárdenas y Sánchez Kuri, 1998; Pérez, 2018; Tapia, 2012). Sus hallazgos coinciden con lo encontrado aquí, mostrando que la principal motivación por emprender este tipo de proyectos deriva del sesgo heteronormativo en los contenidos mediáticos y de la falta de espacios para que estas poblaciones hablen desde sus contextos y realidades para reducir la percepción de opresión.

Este trabajo reconoce el rol simultáneo que pueden fungir las personas LGBT+ en tanto productoras y consumidoras de contenidos mediáticos; el protagonismo de las personas LGBT+ en medios de

comunicación es reflexivo ya que producen contenido de acuerdo con su experiencia en tanto consumidores y la articulan con sus aspiraciones simbólicas de representación. Así, el abordaje de los medios de comunicación LGBT+ es pertinente porque su función no es restrictivamente informativa: la producción de contenido, las representaciones que difunden y las implicaciones de su consumo están estrechamente vinculadas con sus procesos organizativos internos y externos. Estas áreas serían el campo de los Estudios Comunicacionales LGBT+. La siguiente figura muestra estos campos y su relación.

Figura 1. Campo de los estudios comunicacionales LGBT+.



Nota: 1. Campo actual; 2. Campo potencial; 3. Campo formal y ampliado.

Fuente: Elaboración propia

Metodológicamente, el estudio de los medios de comunicación LGBT+ permite analizar de manera simultánea el rol productor/consumidor de la persona LGBT+: su experiencia parte de su papel como consumidora de información y se amplía a la producción de esta mediante proyectos comunicativos como ANODIS o Seis Franjas Mx. Así, analizar los proyectos de comunicación LGBT+ en tanto objetos de estudio evidencia la disputa simbólica en los contenidos (digitales y no digitales) que circulan en la sociedad; además, se reconoce que dichos proyectos son espacios donde las personas de estas comunidades intervienen en la selección, producción/construcción y difusión del contenido (Juárez Cárdenas y Sánchez Kuri, 1998).

En este proceso, es importante recuperar las precisiones planteadas desde la perspectiva comunicacional para los Estudios Comunicacionales LGBT+, con el fin de emplearlas en los hallazgos encontrados. En primer lugar, la materialización de estos proyectos es parte no solo de la apropiación

tecnológica, sino de su articulación con objetivos específicos derivados de las posibilidades que ofrece la web 2.0. Este ensamblaje entre el medio y el fin que se persigue es muestra del *social affordance* (Bucher y Heldmond, 2018); es decir, la capacidad del sujeto por incorporar de manera estratégica la tecnología para conseguir objetivos no planteados por los diseñadores de las interfaces en Internet. En este sentido, la puesta en marcha de medios de comunicación en Internet donde las personas LGBT+ sean protagonistas en el contenido, su producción, difusión y consumo es resultado, entre otras cosas, del empoderamiento que les ofrece el espacio digital, de la falta de visibilidad en el espacio público, de la forma heteronormada de representar a las personas LGBT+ en el contenido y de la ausencia de un enfoque de no discriminación en los medios de comunicación (Medina, 2015; Olmedo Neri, 2022).

El reto técnico-operativo de crear una página web está presente en ANODIS y Seis Franjas Mx: conseguir un dominio propio, diseñar la interfaz y montar su contenido son formas en las que se apropia la tecnología para tener un sitio propio y formal desde el cual se pueda publicar y difundir información. Aquí se observan de manera general los procesos que intervienen en la apropiación de la tecnología (Morales, 2019): tienen acceso a Internet, interactúan con el espacio digital y reconocen sus posibilidades y restricciones para poder concretar acciones específicas que trascienden los usos predefinidos de este.

Respecto a la producción de contenido, ANODIS y Seis Franjas tienen en común el establecer vínculos con activistas y colectivos LGBT+. Ese proceso no solo refleja las redes de estas poblaciones, sino que muestra el ensamblaje entre los objetivos de estos medios con los de otros actores del movimiento LGBT+ mexicano (Olmedo Neri, 2021). Así como los activistas y organizaciones LGBT+ pueden incrementar el alcance de sus acciones a través de medios de comunicación LGBT+, las personas pertenecientes a estas poblaciones sexo-genéricas pueden recurrir a estos proyectos para encontrar orientación y concretar redes sociales de apoyo para satisfacer necesidades informativas, de socialidad e identitarias. Este doble papel que juegan los medios LGBT+ extiende sus funciones al campo de la cultura y lo social como resultado de la transversalidad del proceso comunicativo, posicionándolos como actores nodales que promueven la autocomunicación de masas (Castells, 2015; Rovira, 2017).

Por su parte, se observa que los espacios digitales seguros para estos usuarios no están dados por el medio, como se menciona en los *Safe Media Spaces* (Craig y McInroy, 2014; Lucero, 2017; Tripathi, 2017), sino que en términos estrictos debe existir un proceso de intervención colectiva para habitar esos espacios y dotarlos progresivamente de dicha percepción de seguridad. Los usos que le dan los usuarios LGBT+ para acceder a información, ampliar sus redes sociales de apoyo y obtener ayuda profesional son procesos que transforman la percepción del medio para ser usado como un instrumento, ser habitado como un espacio y ser empleado como una extensión de la propia subjetividad (Sfez, 1995) Por ello, Internet cumple estas tres funciones simultáneamente a partir de los intereses y necesidades que intervienen en la relación sujeto-tecnología. En este sentido, es posible decir que los medios de comunicación LGBT+ pueden considerarse como un espacio digital seguro *per se*: dado que sus miembros son parte de estas poblaciones o reconocen y legitiman su presencia en sociedad, estos proyectos comunicativos se vuelven espacios seguros y susceptibles de ser habitados por las poblaciones sexo-genéricas (Lechón Gómez & Mena Farrera, 2019; Sfez, 1995).

Además de ello, las estrategias que emplea Seis Franjas Mx por invisibilizar la discriminación en su publicidad muestran el compromiso de este medio por crear y mantener espacios seguros para aquellos usuarios que interactúan con sus integrantes y sus contenidos. De este modo, se puede pensar a Internet como un lugar proclive para la socialidad LGBT+ (Martel, 2013; Parra, 2021). No obstante, la ampliación de las funciones de estos medios al campo de la cultura, lo social y las disputas simbólicas que esto representa abre el camino a pensar estos proyectos como una forma contemporánea y particular de activismo digital (Reguillo, 2017; Rovira, 2017). Aunque los entrevistados no expresaron una

afiliación a colectivos ni el propio proyecto se creó desde esa dimensión, sus acciones juegan un papel importante tanto en los imaginarios colectivos como en la lucha contra el estigma y la discriminación en la vida cotidiana.

La presencia contingente de activistas y colectivos en estos medios es un cambio relevante porque en los proyectos comunicativos del siglo XX su presencia era un rasgo distintivo (Juárez Cárdenas y Sánchez Kuri, 1998). A pesar de esto, los medios analizados siguen cumpliendo las funciones informativas que sus predecesores y las amplían de acuerdo con las necesidades y demandas informativas, culturales e identitarias que las poblaciones LGBT+ mexicanas presentan como resultado de la invisibilidad cotidiana y el estigma (in)justificado.

Los correos que recibieron los miembros de ANODIS y cuyo contenido trascendía el objetivo de la campaña para prevenir el VIH/Sida, así como las solicitudes de orientación hacia Seis Franjas Mx muestran que la ampliación de funciones de los medios LGBT+ no es innata, sino producto de la transversalidad de la comunicación en el campo cultural y social, así como de las restricciones que ejerce la heteronorma dentro de la cotidianidad de las personas LGBT+. Por tanto, es posible pensar que estos proyectos, y sus integrantes, hacen activismo digital (Castells, 2015; Reguillo, 2017; Rovira, 2017), pero específicamente un activismo soft (Olmedo Neri, 2022); es decir, acciones que pretenden dismantelar el estigma y la heteronorma para contribuir a la transformación social y cultural de sus realidades. Futuras investigaciones pueden profundizar en esta relación con el activismo para develar las relaciones y tensiones que pueden derivar sobre los medios, su organización y su dinámica relacional con otros actores sociales.

Ante este contexto, las poblaciones LGBT+ encuentran en Internet un espacio idóneo para superar el estigma y la discriminación mediante estrategias como el anonimato digital o la configuración de sus perfiles para modular la visibilidad de su identidad hipertextual y el alcance de su interacción (Pérez-Chirinos, 2012; Pérez, Salazar, 2021). Los medios de comunicación LGBT+ intervienen parcialmente en estos procesos, por lo que el interés que representan para los usuarios LGBT+ los sitúa en un punto estratégico y nodal dentro de estas comunidades en la actualidad. Futuras investigaciones pueden seguir abonando a estos hallazgos mediante el estudio de otros medios de comunicación LGBT+ en soportes digitales o masivos, con el objetivo de recuperar la experiencia adquirida y reconocer las implicaciones de su operación en el marco de los Estudios Comunicaciones LGBT+.

Finalmente, reconocer el papel de las juventudes LGBT+ en estos proyectos comunicativos es fundamental: no solo fueron jóvenes quienes fundaron estos proyectos, sino que se organizaron y potenciaron su acción mediante la apropiación del espacio digital. Indirectamente, estos proyectos se suman a las formas en que los jóvenes LGBT+ intervienen en la vida cotidiana, particularmente en el ámbito político, cultural, comunicativo y evidentemente la disputa simbólica que ello representa (Reguillo, 2013). Para los jóvenes LGBT+, la Internet no solo es un espacio constituyente de su experiencia juvenil, por el contrario, es una ventana por la cual satisfacen necesidades relacionadas a su orientación sexual e identidad de género, mismas que pueden ser objeto de estigma en espacios físicos cotidianos (Yaaj México, 2016).

A través de las posibilidades tecno-operativas que ofrece Internet, y las plataformas sociodigitales, los jóvenes LGBT+ amplían sus redes sociales de apoyo, participan en la coproducción de espacios digitales seguros y diseñan/exponen su dimensión sexo-identitaria sin la opresión heteronormativa sistemática (Parra, 2021; Yaaj Mexico, 2016). Además de esto, los usos que le dan los jóvenes LGBT+ a Internet representa una ruptura intergeneracional de cómo hacer frente al estigma y la discriminación: cuestionar las manifestaciones simbólicas de la heteronorma mediante contenidos pensados desde la mirada de sus protagonistas es una acción enmarcada en la disputa simbólica que se lleva a cabo en los medios de comunicación y en el espacio digital.

Conclusión

En América Latina, la relación entre las poblaciones LGBT+ y los medios de comunicación ha estado marcada históricamente por el estigma y la discriminación. La relevancia progresiva de Internet y las plataformas sociodigitales en la vida cotidiana vuelve factible el estudio de proyectos comunicativos que priorizan a las personas LGBT+ como productoras de contenido y protagonistas de este. Esta investigación partió de preguntarse sobre las formas en que los medios de comunicación LGBT+ se articulan con las demandas y necesidades de las poblaciones sexo-genéricas; lo encontrado en este trabajo permite decir que sus funciones son amplias y complejas: aunque sus intereses y acciones inician en el campo de la comunicación, progresivamente se extienden al campo de la cultura y lo social. De hecho, la incursión de los medios LGBT+ en el circuito de la producción cultural los lleva de manera (in)directa al espacio donde se disputan simbólicamente las (re)presentaciones de las poblaciones sexo-genéricas, complejizando sus funciones en la vida cotidiana.

Además de ello, su función combativa en el plano de lo simbólico, sus formas históricas de concreción y sus estrategias para operar vuelven factible pensar los medios LGBT+ como expresiones (in) directas de activismo digital contemporáneo. Esto, lejos de restringir su estudio a una sola perspectiva teórica, abre camino a su abordaje interdisciplinario; los cruces empíricos encontrados con la socialidad, la comunicación y el activismo refuerzan la necesidad de continuar con estudios de estos medios de acuerdo con su soporte, sus contenidos, su organización y las interrelaciones que generan con otros actores sociales. Todos estos temas son parte del campo que aquí se ha propuesto definir como Estudios Comunicacionales LGBT+

De hecho, los hallazgos encontrados evidencian la viabilidad de teorizar y analizar estos proyectos desde una mirada latinoamericana; mientras que en países desarrollados el reconocimiento de las poblaciones LGBT+, y sus derechos, tienen larga data, en América Latina el estigma y la discriminación siguen teniendo un peso estructural sobre la vida cotidiana. Ante la continua legitimación de la opresión hacia estas poblaciones sexo-genéricas, los medios LGBT+ se instalan como iniciativas que socavan la bases discursivas y simbólicas de la heteronorma, por lo que resulta viable comprender de qué manera estos proyectos contribuyen a materializar el horizonte de posibilidades de estas poblaciones.

Las futuras investigaciones alrededor de esta área de conocimiento pueden desembocar en líneas de investigación alrededor de la constitución de medios LGBT+ como emprendimientos laborales, los retos que enfrentan en el campo de la apropiación tecnológica, las tensiones que desata su participación como productores de contenido y las acciones futuras que establecen para seguir habitando Internet en tanto espacio de disputa simbólica.

Finalmente, la materialización y permanencia de estos proyectos están atravesadas tanto por los retos tecnológicos y operativos, como por los potenciales conflictos que derivan de la interpelación que genera su existencia y contenido. Esto también es un signo que incrementa su relevancia: actualmente, los medios de comunicación LGBT+ no solo se mantienen para atender las necesidades de los usuarios que consumen su contenido e interactúan a través de la interfaz, sino que, a la vez, y de manera indirecta, se convierten en trincheras desde las que se hace frente al estigma, contribuyendo a la legitimidad de las orientaciones sexuales e identidades de género en la sociedad contemporánea.

Referencias

- Alonso, J. (2005). Presupuestos conceptuales para el estudio de Internet: las nociones de virtualidad de internet y estructuras de comunicación. *Comunicación*, (3), 15-29.
- Bucher, T., y Heldmond, A. (2018). The affordances of social media platforms. En J. Burgess, A. Marwick, y T. Poell (eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 233-253). SAGE Publications.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Castillejo, A. (2011) *Otras voces al aire: comunidad, identidad y comunicación en relación con las emisoras para población LGBT transmitidas por Internet en Bogotá*. [tesis de Magister no publicada, Universidad de los Andes]. Repositorio Institucional Séneca. <https://bit.ly/3v2wSOt>
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Craig, S., y McInroy, L. (2014). You can form a part of yourself online: the influence of new media on identity development and coming out for LGBTQ youth. *Journal for Gay and Lesbian Mental Health*, (18), 95-109. <https://doi.org/10.1080/19359705.2013.777007>
- Craig, S., McInroy, L. B., D'Souza, S. A., Austin, A., McReady, L. T., Eaton, A. D., y Wagman, A. M. (2017). Influence of information and Communication Technologies on the Resilience and Coping of Sexual and Gender Minority Youth in the United States and Canada. *JMIR Research Protocols*, 6, 1-11. <https://doi.org/10.2196/resprot.8397>
- De Sandi, A. G. (2016). La marcha del Orgullo LGBT de Ciudad de México. *Perspectivas. Revista de Ciencias Sociales*, (1), 1-13. <https://doi.org/10.35305/prcs.v0i1.240>
- Delle, B. (2020). Juventudes, violencias y colectivo LGBT+: Construcciones mediáticas hegemónicas y contra hegemónicas. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 6(1), 1-9.
- Diez, J. (2018). *La política del matrimonio gay en América Latina*. FCE.
- Franco, C. A. (2019). El movimiento LGBT en México. *Revista Direitos Culturais*, 14(34), 275-305. <https://dx.doi.org/10.20912/rdc.v14i34.3218>
- Giménez, G. (2011). Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. *Cultura y Representaciones Sociales*, 6(11), 109-132.
- Goffman, E. (2019). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu (original publicado en 1971).
- Griffin, H. (2018). Queer Media Studies. *Feminist Media Histories*, 4(2), 167-172. <https://doi.org/10.1525/fmh.2018.4.2.167>
- Han, B-C. (2021) *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus
- Hawkins, B. y Watsonm, R. (2016) LGBT cyberspaces: a need for a holistic investigation. *Children's Geographies*, 15(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/14733285.2016.1216877>
- Juárez Cárdenas, S. E. y Sánchez Kuri, A. L (1998) *Medianoche en Babilonia: La voz de los homosexuales en el cuadrante*. [tesis de Licenciatura no publicada, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio Institucional U NAM. <https://bit.ly/3v7k5K2>
- Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Amorrortu.
- Lázaro, C. (2014). La conformación del movimiento LGBT en Guadalajara, Jalisco. *Argumentos*, (76), 241-273.
- Lechón Gómez, D. M., y Mena Farrera, R. A. (2019). El hacktivismo e Internet como territorio de disputa. Una mirada desde los marcos de acción colectiva. *Estudios Políticos*, (48), 115-131. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2019.48.70423>

- Lizarraga, X. (2018). Un devenir de visibilidad y voces. En M. Schuessler, & M. Capistrán (coords.), *México se escribe con J. Una historia de la cultura gay* (pp. 345-370). DeBolsillo.
- Lucero, L. (2017). Safe in online places: social media and LGBTQ youth. *Multicultural Education Review*, 9(2), 117-128. <https://doi.org/10.1080/2005615X.2017.1313482>
- Martel, F. (2013). *Global Gay. Cómo la revolución gay está cambiando el mundo*. Taurus.
- Medina, J. A. (2015). *Representación social de los homosexuales en los medios de comunicación: devenir, estigmas y la lucha por la igualdad*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Mera, K. (2019). La sistematización de experiencias como método de investigación para la producción del conocimiento. *Rehuso*, 4(1), 99-108.
- Miège, B. (2015). *El pensamiento comunicacional*. Universidad Iberoamericana.
- Montoya Gastélum, G. (2020). Soy una mujer trans, si no sabes qué es ser una mujer trans, te voy a explicar. En E. Pérez Reséndiz, & G. Montoya Gastélum (coords.), *Jóvenes entre plataformas sociodigitales: culturas digitales en México* (pp. 151-198). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Morales, S. (2019). Derechos digitales y regulación de Internet. Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales. En A. L. Rivoir, & M. J. Morales (coords.), *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina* (pp. 35-50). CLACSO.
- Natanshon, G., y Paz, M. (2019). Ciberfeminismos contemporáneos, entre usos y apropiaciones. *Cadernos Pagu*, (56), 1-29. <https://doi.org/10.1590/18094449201900560022>
- Olmedo Neri, R. A. (2019). Los medios en la inclusión de la diversidad sexual en la Ciudad de México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales Interdisciplinarias*, 7(2), 187-200. <https://doi.org/10.18848/2474-6029/CGP/v07i02/187-200>
- Olmedo Neri, R. A. (2021). Seguir la revolución: las redes del movimiento LGBT+ mexicano en Twitter. *Revista Temas Sociológicos*, (29), 163-192. <https://doi.org/10.29344/07196458.29.2937>
- Olmedo Neri, R. A. (2022). #ElOrgulloPermanece ante la pandemia. Usuarios, redes y contenido LGBT+ mexicanos en Twitter. *Comunicación y Sociedad*, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8130>
- Parra, N. (2021). Transiciones y soportes. La familia y la comunidad en las trayectorias biográficas de adolescentes trans. *Qadernos de Psicología*, 23(1), 1-20. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1636>
- Pérez, D. (2018). *Imparables. Radiografía de organizaciones, medios de comunicación y estado de los derechos de la comunidad LGBTI+ en América Latina*. Distintas Latitudes.
- Pérez-Chirinos, V. (2012). Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo hipertextual. *Austral Comunicación*, 1(1), 9-25. <https://doi.org/10.26422/aucom.2012.0101.per>
- Pérez-Salazar, G. (2021). *Identidad y virtualidad. Aproximaciones desde la comunicación*. Tintable.
- Pisani, F., y Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes*. Paidós.
- Reguillo, R. (2013). *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Siglo XXI.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes Insurrectos*. ITESO-NED.
- Rodríguez, A., y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción de conocimiento. *Revista Escual de Administración de Negocios*, (82), 1-26. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, J. A. (2018). Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Media: Key Narratives, Futures Directions. *Sociology Compass*, 13(4), 1-10. <https://doi.org/10.1111/soc4.12675>
- Rondón, L. (2019). Breve acercamiento a la historia del Ciber-activismo en Cuba (periodo 2008-2012). En E. L. López, P. A. Vargas, L. García & P. A. Becher (coords.), *Anticapitalismo y sociabilidades emergentes. Experiencias y horizontes en Latinoamérica y el Caribe* (pp. 187-200). CLACSO.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Icaria-UAM.

- Scott, D. T. (2010). Queer Media Studies in the Age of the E-visibility. *International Journal of Communication*, 5(6), 95-100.
- Settanni, S. V. (2013). Sexualidades politizadas y medios de comunicación: la Marcha del Orgullo LGBT en Buenos Aires. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, (5), 1-21.
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu.
- Spada, D. G. (2021). El rol de los medios de comunicación en la construcción de opinión pública con formación ciudadana en perspectiva de géneros frente a las diversidades sexuales y de géneros en Argentina. *Ratio Iuris. Revista de Derecho Privado*, 62-107.
- Tapia, G. (2012) *Situación de la comunidad LGBT en Televisión y radio de la ciudad de cuenca, importancia y diseño de espacios inclusivos*. [tesis de Grado no publicada, Universidad del Azuay] Repositorio Institucional. <https://bit.ly/3zm8GZs>
- Trejo Olvera, L. N., y Ruiz Tresgallo, S. (2021). Los imaginarios disruptivos del cuerpo queer: un análisis de la masculinidad disidente en la ilustración mexicana del siglo XXI. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*, 7(1), 1-33. <https://doi.org/10.24201/reg.v7i1.616>
- Tripathi, V. (2017). Youth violence and Social Media. *Journal of Social Sciences*, 52(1-3), 1-7. <https://doi.org/10.1080/09718923.2017.1352614>
- Van Dijck, J. (2016) *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Amorrortu
- Ventura, R. (2016a). Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los “media safe spaces”. En RAIEC, *Libro de Comunicaciones del V Congreso Iberoamericano de Comunicación “Comunicación, Cultura y Cooperación”* (pp. 1172-1178). AE-IC.
- Ventura, R. (2016b). Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación. *Opción*, 32(Número Especial), 932-952.
- Ventura, R. (2018). *LGBT/Queer Media Studies: Aportaciones para su consolidación como campo de estudio*. [tesis de Doctorado no publicada, Universitat Pompeu Fabra]. E-repositori UPF. <https://bit.ly/3vrbNO3>
- Vizer, E. (2016). Notas para una ontología de la comunicación. En E. Vizer, & C. Vidales (coords.), *Comunicación, campo(s), teorías y problemas* (pp. 21-65). Salamanca.
- Yaaj México. (2016). *Encuesta Nacional sobre discriminación y juventudes LGBT*. CONAPRED-Yaaj México.