

Primer Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinarios sobre Diversidad Sexual y de Género. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Escuela IDAES), General San Martín, 2024.

Notas para una revisión sistemática de la bibliografía sobre la relación entre medios y diversidades LGBTQ+.

Vasen, Isabel.

Cita:

Vasen, Isabel (2024). *Notas para una revisión sistemática de la bibliografía sobre la relación entre medios y diversidades LGBTQ+.* Primer Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinarios sobre Diversidad Sexual y de Género. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Escuela IDAES), General San Martín.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/congresodiversidad/43>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eUcC/G3p>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Notas para una revisión sistemática de la bibliografía sobre la relación entre medios y diversidades LGBT+

Integrantes del equipo de trabajo: Vasen, Isabel (elle) - isabelellx@gmail.com (CONICET, IIGG, UBA; ALAIC)

Eje temático: 3. Arte, prácticas culturales y expresiones estéticas. Coordinación: Nicolás Cuello, Alejandro Silva Fernández, Lucas Martinelli, Leandro Martínez, Laura Navallo.

Resumen Ampliado

Introducción

La presente ponencia pertenece a un proyecto de investigación doctoral titulado “Formación de la identidad transgénero. Prácticas mediáticas y experiencias subculturales” que se llevará adelante con una beca CONICET (2024-2029) bajo la dirección del Dr. Ernesto Meccia y la codirección de la Dra. Carolina Spataro. Desde la sociología de la cultura, con un pie en la sociología y el otro en la comunicación, me pregunto cuál es el rol de las prácticas mediáticas en la formación de identidades transgénero en las culturas contemporáneas. Pregunta de la que desprendo el objetivo general: analizar las prácticas mediáticas de los individuos transgénero en relación con sus experiencias vividas y enclaves subculturales entre jóvenes transgénero de la generación Z residentes en el AMBA. El marco teórico está compuesto por el interaccionismo simbólico, los estudios culturales, las perspectivas interseccionales, y los estudios trans. La metodología vertebral es el método biográfico en clave interpretativa, microsociológica y narrativa (Meccia, 2017; 2020; 2022). También acudiré a otros métodos complementarios como la observación participante en múltiples subculturas trans, el análisis de redes sociales (o SNA), diarios de consumo, y el análisis discursivo de productos mediáticos relevantes para los participantes. Planeo realizar, al menos, 40 entrevistas biográficas a personas transgénero.

En esta oportunidad, el objetivo es presentar una primera versión del estado del arte, específicamente una revisión sistemática de las investigaciones cualitativas y culturales, ya sean clásicas o recientes, nacionales o internacionales, sobre la relación entre medios y



comunidad LGBTQ+. Espero que los comentarios, las recomendaciones y las críticas de los colegas me permitan ampliar la literatura y me brinden nuevas claves para interrogarla.

Hasta aquí la introducción, debido a la extensión no expondré ni los objetivos específicos, ni la metodología, ni el marco teórico. Me limitaré a plantear una primera clasificación del estado del arte y las preguntas con las que interrogaré los textos. Luego esbozaré los primeros resultados del análisis. El trabajo, dado que está en elaboración, carece de conclusiones por lo que resumiré en una tabla las características principales de cada enfoque.

Análisis

Con un criterio metodológico, las investigaciones sobre medios y comunidades LGBTQ+ pueden ser clasificadas en tres grupos:

- (I) **Representaciones LGBTQ+** (de Lauretis, 1984; Russo, 1987; Dyer, 1990; Phillip, 2006; Melo, 2008; Villarejo, 2014; De Ridder y Dhaenens, 2014; Olivera, 2016; Griffin, 2016; Marentes, 2017; Martínez, 2020; Feder, 2020; Martinelli, 2022; Abbot, 2022; Santoro y Garibaldi, 2022);
- (II) **Lecturas Queer [*Queer Spectatorship*]** (Doty, 1993; 1995; Muñoz, 1999; 2020; Halberstam, 2005; 2011; Mira, 2008)
- (III) **Audiencias LGBTQ+** (Driver, 2007; 2008; Gray, 2009; Cavalcante, 2018; Farris, Compton y Herrera, 2020; Dame-Griff, 2023)

En cada caso me pregunto: ¿En qué situación social surgieron? ¿Qué objetivos se han propuesto? ¿Cómo están compuestos sus contextos conceptuales? ¿Cuáles son los principales métodos utilizados y qué resultados han dado? ¿Cómo han cambiado con el paso del tiempo? ¿Qué marcos teóricos están en boga y cuáles han sido abandonados? ¿Cómo ha conceptualizado cada corriente la instancia de consumo? ¿Qué desacuerdos y debates hay entre las líneas de investigación y al interior de ellas? ¿Cuáles son los resultados que comparten a pesar de sus diferencias terminológicas? ¿Cómo afrontaron el desafío de los medios digitales, la era de la hipermediatización y el prosumo? ¿Cómo han incorporado el giro afectivo? ¿Qué permanece vacante? Más allá del estudio bibliográfico en sí mismo,



pretendo extraer de cada corriente una síntesis analítica que me permita avanzar en el análisis de mi propio trabajo de campo.

(I) Representaciones LGBT+

Si bien el análisis discursivo (o semiótica de segunda generación) tiene su origen en el CECMAS parisino en la década del setenta, el abordaje de las representaciones de personas LGBT+ en los medios recién será abordado en la década del ochenta en el mundo angloparlante al calor de los estudios gays sobre el cine. Esta corriente estuvo marcada por la apropiación que el CCCS hizo de las teorías del discurso francesas. A grandes rasgos, se trata de trabajos semióticos sobre los regímenes de visibilidad que regulan la representación de las personas LGBTI+. Suelen estudiar, o bien la representación de las disidencias en géneros cinematográficos/televisivos en un periodo histórico pasado, o bien las representaciones emergentes de personajes LGBTI+ en la cultura mediática contemporánea. En ambos casos, la noción de “estereotipo” ordena el análisis, ya que permite dar cuenta de los procesos por los cuales es típicamente representada una disidencia y de las instancias de ruptura de este. En gran parte de estas investigaciones opera un debate clásico sobre la tensión entre la adquisición de visibilidad por parte de las disidencias y su representación estereotipada: por un lado, el estereotipo esencializa y simplifica, por el otro lado, permite visibilidad inmediata e incluso, a veces, son aceptados y celebrados por la comunidad representada. Por ejemplo, el estereotipo de “la marica amanerada” es aceptado y celebrado por la comunidad gay (Dyer, 1993).

Debido a que estos trabajos han analizado exclusivamente los discursos mediáticos, se los ha criticado por “media centrismo”: al no considerar la instancia de recepción, habrían engrosado los efectos de los medios y terminarían cayendo en una concepción pasiva de la audiencia (Morley, 2009; Elizalde, 2009; Laudano, 2010). Agregó que suelen caer en posturas valorativas (representaciones positivas y negativas) y en afirmaciones generales sobre la necesidad de representaciones más inclusivas. Asimismo, las teorías del discurso fomentan la hipertrofia teórica que deviene en aplicacionismo y en el olvido de las personas – base de las ciencias sociales– (Plummer, 1995). En este sentido también se señala con frecuencia que, a pesar de su vocación interdisciplinar, los estudios de CDA realizan un análisis lingüístico antes que sociológico o cultural. Por último, cabe destacar que hoy en día



las nociones de discurso y régimen de visibilidad o formaciones discursivas han perdido peso, mientras que la de narrativa se ha impuesto en los estudios culturales y mediáticos (Plummer, 1995; Rincón, 2006; Alabarces, 2021; Meccia, 2022). El giro afectivo, por su parte, agregó una serie de problemáticas que empiezan a ser abordadas en relación con la representación (v.g. Griffin, 2016).

A pesar de las críticas, considero que esta corriente realiza un aporte fundamental porque permite caracterizar la “oferta de subjetivación” (Meccia, 2020) disponible en la cultura mediática contemporánea. Una cultura que ha incorporado los discursos feministas en coexistencia con los tradicionales (Gill, 2007; 2017) y, en este sentido, hipotetizo que se ha dado lugar a una hipervisibilización de las disidencias y a una proliferación de categorías y saberes sobre los géneros y las sexualidades que afecta a los órdenes cognitivos y morales contemporáneos. Resulta relevante, por lo tanto, indagar en qué hacen los sujetos atravesando procesos de transición de género con esta nueva oferta mediática.

A los fines de mi investigación, apunto a resumir los resultados de esta corriente en una tabla que sintetice las principales narrativas sobre la transición (tal tabla se asienta en las narrativas del yo homosexual analizadas por Ernesto Meccia [2017: 467]). Con vistas a tal fin, puede ser útil considerar los aportes de los estudios cuantitativos y los análisis de contenidos sobre representaciones LGBT+ (por ejemplo, los informes de GLAAD).

(II) Lecturas Queer

Desde la teoría *queer* (Butler, 2018; Preciado, 2018) se produce una ruptura con los estudios gays sobre el cine. Si antes se hacía hincapié en las representaciones de personajes disidentes y sus efectos positivos/negativos en las audiencias, los investigadores invirtieron la cuestión al sostener que la cultura mediática está atravesada por lo disidente: todo texto tiene sentidos disidentes potenciales que un espectador puede activar si lo lee de forma oposicional.

Recuperaron, así, el proyecto analítico de *Screen* (Mulvey, 1989; De Lauretis, 1984), al señalar que todo texto crea ciertas “posiciones de lectura” en las que las audiencias se ubican—ya sea de forma ortodoxa o ejerciendo una mirada insumisa que revela a cada instante un subtexto que pasa desapercibido para la mayoría de los espectadores—. Con esto en mente, elaboraron una teoría de la “lectura *queer*” como “desidentificación”: los sujetos *queer* invisten lo que consumen en los medios con una nueva vida, de manera tal que lo consumido



termina por dar cuenta de su comunidad. En una táctica de supervivencia, las disidencias leerían –à la Walter Benjamin– la pantalla “a contrapelo” para encontrarse a sí mismos en la cultura y proyectar nuevos mundos posibles, utopías.

Estos enfoques sobre la recepción recibieron múltiples críticas desde diversas disciplinas (Sarlo, 1992; 2001; Stein y Plummer, 1994; Namaste, 2000; Fernández, 2004; Serano, 2007; Justo y Spataro, 2015; Cavalcante, 2018). Se les objetó que a partir de los binarismos norma/subversión y opresión/resistencia construyeron una “sujete queer ideal” que subvierte toda norma y vehiculiza promesas emancipatorias, ignorando los condicionamientos sociales de las prácticas. En simples palabras, no todos los trans leen la pantalla como lo haría Walter Benjamin. Aquí habría dos problemas. Por un lado, el teórico: toman por axioma el binarismo “norma/subversión” –cuyos correlatos comunicacionales han sido “dominante/subalterno”, “tontes/críticos”, “víctimas/feministas”–. Por otro lado, el metodológico: al abordar las audiencias a partir del texto solo pueden inferir posibles posiciones de lectura, no abordan lecturas ni prácticas cotidianas. Me propongo ir más allá de los textos para abordar las lecturas que efectivamente hacen los sujetos trans en su vida cotidiana (Plummer, 1995). Esto supone desafiar los binarismos, a pesar de que ello ponga en peligro nuestras preconcepciones sobre lo que hacen las personas trans con los medios o una macro-teoría del género. Aun así, reivindico de esta corriente haber planteado el problema de las lecturas LGBT+ y el carácter transversal de lo disidente en los medios.

(III) Audiencias LGBT+

Inscribo mi proyecto de investigación en esta corriente. Bajo el paraguas de los estudios culturales, investigadores del mundo angloparlante (Ang, 1985; Radway, 1991; Press, 1991; Morley, 1992; McRobbie, 1998; Abu-Lughod, 2005; Fiske, 2005; Skeggs y Woods, 2011; Harvey, 2015; hooks, 2015; Cavalcante, Press y Sender, 2017; Milestone y Meyer, 2021) y en Latinoamérica (Alfaro, 1988; Muñoz, 1992; 1993; Laudano, 1999; Mazziotti, 2006; Spataro, 2012; Justo y Spataro, 2015; Viola, 2017; Justo, Spataro y Rovetto, 2018; Felitti y Spataro, 2018; Masci, 2019; Silvera Basallo, 2020; Borda y Álvarez Gandolfi, 2021; Pates, 2023; Vasen, 2023) abordaron el consumo en clave socio-etnográfica. Este tipo de investigaciones surgen en la década del ochenta, aunque históricamente ocuparon un lugar menor en la academia local por tres motivos. Por un lado, la hegemonía de la economía



política de los medios, que critica a los enfoques microsociológicos por perder de vista la concentración y dominación de clase a nivel macro. Por otro lado, la hipertrofia teórica de los enfoques discursivos ha alejado a los investigadores de las personas, sus experiencias y prácticas. Por último, la falta de financiamiento (y su inestabilidad) suele ser señalada como una imposibilidad para conducir un trabajo de campo intensivo o sostenido en el tiempo.

En el plano metodológico, los estudios de audiencias pueden optar por dos vías que no son excluyentes. El primer procedimiento consiste en estudiar a un grupo social que es unido por un mismo consumo mediático y, a partir de la inmersión en el campo, reconstruir los sentidos que efectivamente asignan a lo que consumen y el punto de vista nativo (por ejemplo, un club de lectura de X tema o un club de fans de Y cantante). Este procedimiento hace foco en las formas de sociabilidad que los consumos habilitan y, en consecuencia, la conformación de comunidades interpretativas en torno a productos mediáticos. El segundo procedimiento consiste en estudiar los consumos mediáticos de un grupo social que comparte una misma característica social (por ejemplo, los consumos de un grupo de obreros o de jubilados). En este caso, hace foco en cómo la pertenencia a un grupo social puede depender de la adscripción a un consumo mediático, del cultivo de un gusto y el desarrollo de un estilo. Ambos procedimientos ponen sobre la mesa las tensiones entre individuo y grupo. Las investigaciones que abordan subculturas han logrado combinar ambos procedimientos.

En el plano conceptual, los estudios culturales han elaborado una teoría del consumo mediático. El consumo mediático puede ser definido como el proceso de generar sentido [*making sense of*] con los textos mediáticos (Milestone y Meyer, 2021). La interacción persona-medio está atravesada por cuatro aspectos sociales.

Primera, en el comienzo los investigadores hicieron hincapié en el **aspecto simbólico-enclasado** (Bourdieu, 1979; Martín-Barbero, 1987; Morley, 1992; Hall, 1994; Sunkel, 2001). Y, desde Michel de Certeau (1996), se aproximaron a las tensiones entre dominación y resistencia en las prácticas de consumo cotidianas conceptualizándolas como luchas entre lo impuesto y sus usos.

Segunda, desde claves más culturales, las investigadoras feministas comenzaron a llamar la atención sobre el **aspecto generizado-generizante** del consumo. Dado que los textos mediáticos, los géneros discursivos y los rituales de consumo están generizados, los individuos pueden construir su identidad de género a partir del consumo mediático.



Tercera, a partir del interaccionismo simbólico, se ha señalado el **aspecto cognitivo** del consumo: sirve para pensar, para inteligir la vida cotidiana y nuestra experiencia, consumiendo aprendemos a hacer cosas –incluso cuando no nos lo proponemos– (Denzin, 1992; García Canclini, 1999). Es más, afirmo que existen consumos epifánicos: aquellos consumos mediáticos cuya apropiación ha sido relevante en la construcción identitaria en tanto “altera” los sentidos que le sujeto se asigna a sí mismo y sus proyectos de vida.

Cuarta, en los últimos años y al calor del giro afectivo en la teoría feminista se ha empezado a teorizar el **aspecto corporal-emocional** del consumo (Skeggs y Woods, 2011; Aldana Reyes, 2015; Griffin, 2016; Cavalcante, 2018). Si bien la relación entre cuerpo y medios ya había sido abordada por las investigaciones feministas bajo la noción de “placer” (*c.f.* Radway, 1991; Ang y Hermes, 1996), ahora se empiezan a teorizar otras relaciones posibles y más complejas, aunque todavía de forma asistemática e hiper teórica. Estos trabajos tienen tres puntos de partida: cuestionan la distinción razones/pasiones; afirman que existe un vínculo entre emociones y acción; y critican a los estudios fundacionales del campo de la comunicación por haber hecho un foco excesivo en lo ideológico y los posicionamientos intelectuales. Habían teorizado a le consumidore como un ser racional que se posiciona frente al texto pero que no siente ninguna emoción al interactuar con este. Resulta relevante que los trabajos que pensaron las audiencias centrándose en el texto repiten siempre el mismo esquema: “lecturas preferentes/negociadas/oposicionales” (Hall, 1994), “pro/para/contra destinatario” (Verón, 1987), “proponentes/terceros/oponente” (Plantín, 1996). Si bien es innegable que iluminan diferentes fenómenos (códigos, creencias, argumentos), la estructura analítica es la misma desde el punto de vista metodológico. El parecido se podría deber a una común influencia de Michel Pêcheux (2016) –quien distingue tres formas de reaccionar a la interpelación: “identificación/desidentificación/contraintentificación”– y, por extensión, todos están operando bajo un marco althusseriano-psicoanalítico. Denunciar este sesgo abre la puerta para futuras investigaciones sobre lo que sucede con las emociones y el cuerpo a la hora de consumir medios; o, tal como plantea Pablo Alabarces (2021), para recuperar los trabajos de los estudios culturales latinoamericanos y, agrego yo, de palo alto y las semióticas dedicadas a la pasión. En simples palabras, las ciencias de la comunicación han tenido dificultades para explicar por qué alguien llora cuando ve una película. A partir de un relevamiento bibliográfico y de investigaciones *ad hoc* en colaboración con colegas, espero



esbozar un modelo analítico de las emociones para el estudio de los textos mediáticos y su consumo.

La fortaleza de estos cuatro aspectos yace en que sobreviven a los debates terminológicos y la rápida caducidad de los conceptos en el campo de la comunicación. En la era de las plataformas mediáticas se ha generado un extenso debate sobre las nociones de “audiencia”, “usuaria”, y “prosumidora” para dar cuenta de lo que las personas hacen con los textos mediáticos. Opto por la noción de práctica mediática porque da cuenta de los condicionamientos sociales, del carácter activo de toda recepción, y permite abarcar la producción de contenido realizada por usuarias. Tanto ver un video de *YouTube* (alguien diría “usuaria”), ir al cine o comprar un libro (“consumidora”), ver un programa de televisión (“audiencia”), como postear en *Instagram* (“prosumidora”) son prácticas mediáticas.

El aporte de estas conceptualizaciones a mi propia investigación es nodal. El punto de partida de mi investigación son las prácticas. Mi primer objetivo específico es estudiar los cuatro aspectos sociales de las prácticas mediáticas de las personas trans antes, durante y después de su transición. Ahora bien, no hay una única forma de ser trans. No hay *a priori* una forma trans de consumir los medios, toda práctica mediática está situada interseccionalmente. Las prácticas mediáticas son el resultado de la articulación entre experiencias biográficas (nivel micro), enclaves grupales (meso) y procesos socio-culturales (macro).

Por último, cabe destacar que los estudios de audiencias fueron criticados por dos motivos (Sarlo, 1992; 2001; Morley, 1993; Ang y Hermes, 1996; Elizalde, 2009). En primer lugar, se les imputa “subjetivismo”: al enfocarse en las audiencias en ocasiones perdieron de vista el poder de los medios y las estructuras económicas que condicionan la producción mediática. En consecuencia, caerían en posturas “celebratorias” al sobredimensionar los usos y los desvíos sobre las instituciones y las instrucciones. En última instancia –argumenta Morley (1993) contra Fiske–, se trataría de una “democracia semiótica” en la que todo se determina por elecciones culturales sin restricción alguna. De allí la importancia de dar cuenta de los condicionamientos de múltiples factores socio-individuales (edad, clase, sexualidad, etnia) desde una perspectiva interseccional.



Conclusiones

Presenté algunas notas para realizar una revisión sistemática de la literatura nacional e internacional sobre medios y diversidades sexo-genéricas. Con el foco en los aspectos metodológicos, clasifiqué la bibliografía en tres grupos: (I) Representaciones LGBTQ+, (II) Lecturas Queer [queer spectatorship], y (III) Audiencias LGBTQ+. Espero que los comentarios de los colegas me permitan ahondar en cada uno de ellos y, de ser necesario, revisar la clasificación. En el futuro espero terminar la revisión bibliográfica, incorporar más artículos y redactar un artículo para su publicación. Para concluir, una breve tabla que sintetiza las tres corrientes.



Revisión sistemática de la literatura nacional e internacional sobre medios y LGBT+ – Primeras notas

	Año y lugar de origen	Marco teórico	Concepto vertebral	Técnica de producción de datos	Aportes	Críticas que recibieron
Representaciones LGBT+	80s – USA y UK	Semióticas y teorías del discurso	Estereotipo	Observación mediática	<p>Inaugura la pregunta por las disidencias en el campo de la comunicación.</p> <p>Construye archivos y periodizaciones.</p> <p>Da cuenta del marco en el que se dan las prácticas.</p>	<p>Media centrismo que no considera las audiencias.</p> <p>Realiza valoraciones (positivo/negativo) y afirmaciones generales.</p>
Queer spectatorship	90s – USA	Teoría <i>queer</i> + Análisis literario	Posiciones de lectura	Observación mediática	<p>Saca las audiencias LGBTI+ del lugar de víctimas sufrientes.</p> <p>Conceptualiza las audiencias como activas.</p> <p>Reconstruye archivos no oficiales.</p>	<p>Posturas binarias.</p> <p>Idealista</p> <p>Subversionismo.</p> <p>Se quedan en el nivel textual, no van al campo.</p>
Audiencias LGBT+	80s – UK	Estudios culturales británicos y latino americanos	Prácticas Y Experiencias	Etnografía y entrevistas	<p>Sistematiza una teoría del consumo mediático.</p> <p>Permite abordar la ambigüedad e ir más allá de lo valorativo.</p> <p>Realiza un abordaje situado y lleva a la práctica de la investigación los enfoques interseccionales.</p>	<p>Subjetivismo.</p> <p>Posturas celebratorias.</p> <p>Democracia semiótica.</p>