



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

LGBT/Queer Media Studies: Aportaciones para su consolidación como campo de estudio

Rafael Ventura

LGBT/Queer Media Studies:

Aportaciones para su consolidación como
campo de estudio.

Rafael Ventura

TESIS DOCTORAL UPF / 2018

DIRECTORES DE LA TESIS

Dr. Miquel Rodrigo-Alsina

Dra. Pilar Medina-Bravo

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN



Esta tesis ha sido financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad de España, con una beca de Formación de Personal Investigador (FPI) (BES-2012-054253). También ha tenido el apoyo del Ministerio de Economía y Competitividad de España mediante la financiación de las estancias de investigación predoctorales (EEBB-I-14-08195, EEBB-I-15-09286 y EEBB-I-16-11669).

La tesis ha sido realizada dentro del grupo de investigación UNICA (Unidad de investigación en Comunicación Audiovisual) del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. UNICA es un grupo de investigación consolidado por la Generalitat de Catalunya (2017-SGR-53).

La investigación se inserta dentro del proyecto I+D+i “Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España (CSO2011-23786) y dirigido por el Dr. Miquel Rodrigo-Alsina.

“En efecto, la sociedad heterosexual está fundada sobre la necesidad del otro/diferente en todos los niveles. [...] Ahora bien, ¿qué es el otro/diferente sino el dominado? Porque la sociedad heterosexual no es la sociedad que oprime solamente a las lesbianas y a los gays, oprime a todas las mujeres y a numerosas categorías de hombres, a todos los que están en la situación de dominados. Porque construir una diferencia y controlarla es «un acto de poder ya que es un acto esencialmente normativo»”

(Wittig, 2006: 53)

Tabla de contenidos

	Pág.
Tabla de contenidos	vii
Lista de figuras.....	viii
Nota del autor sobre el uso del lenguaje.....	ix
Agradecimientos.....	xiii
Resumen.....	xv
Prefacio.....	xvii
Estructura de esta tesis.....	xix
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Los LGBT/Queer Media Studies.....	1
a) Las etapas de la representación LGBTQ en los medios de comunicación.....	3
b) Los LGBTQ Internet Studies.....	5
1.2. Aporte de los Estudios Gay y Lesbianos y la Teoría Queer.....	6
a) La teoría queer.....	7
b) Linealidad heteronormativa.....	9
c) Homoparentalidad.....	14
1.3. Aporte de los Estudios de Comunicación.....	17
a) Nivel de producción: contenidos.....	18
b) Nivel de recepción: audiencia.....	22
1.4. Objetivos.....	27
2. COMPENDIO DE PUBLICACIONES.....	29
2.1. Publicación 1: Libro de actas de congreso.....	31
2.2. Publicación 2: Artículo de revista.....	41
2.3. Publicación 3: Artículo de revista.....	65
2.4. Publicación 4: Capítulo de libro.....	93
3. CONCLUSIONES.....	125
3.1. Discusión.....	125
3.2. Final considerations.....	129
Bibliografía.....	133
Anexo 1.....	143
Anexo 2.....	145

Lista de figuras

	Pág.
Fig. 1. Intersección de campos de estudio académico.....	2
Fig. 2. Las etapas de la representación LGBTQ en los medios de comunicación.....	5
Fig. 3. Diagrama del <i>charmed circle</i> propuesto por Gayle Rubin.....	11
Fig. 4. Linealidad heteronormativa y límites de lo permitido.....	13
Fig. 5. La jerarquía heteronormativa de la reproducción.....	15

NOTA DEL AUTOR

Sobre el uso del lenguaje no sexista y de género no binario en la tesis

Asumiendo la academia como un espacio con la responsabilidad no sólo de contribuir a la construcción de conocimiento sino también a la transformación social, esta tesis apuesta por el uso de un lenguaje no sexista y de género no binario, por lo que está redactada siguiendo las siguientes pautas:

- a) El uso de formas inclusivas, evitando el uso del masculino genérico (lenguaje no sexista).
- b) El uso gramatical de la *e* como marcador de género común, en aquellos casos en que no se conozca o no sea relevante el género de la persona a la que se hace referencia (lenguaje de género no binario).

El español es una lengua con flexión de género en la que encontramos dos únicos géneros para los sustantivos, el masculino y el femenino. Desde una perspectiva lingüística no debemos confundir el género gramatical con el sexo. No obstante, el género del lenguaje contribuye a clasificar a las personas a las que hace referencia en base a una categoría binaria del sexo: machos o hembras. Además de esto, la lengua española introduce una marcada perspectiva androcéntrica con el uso del masculino genérico, es decir, al utilizar las formas correspondientes al género masculino para referirse de manera genérica al conjunto de seres humanos (Bosque, 2015; Marçal et al., 2011).

Desde el movimiento feminista se considera que este uso del masculino genérico no sólo favorece la masculinización del ideario simbólico de la realidad social sino que además contribuye a invisibilizar a las mujeres, por lo que es sexista. Desde el movimiento LGBT, por su parte, también se manifiesta que el uso del género binario en el lenguaje excluye a un gran número de personas que no se sienten identificadas por las categorías binarias del género, o falla al asignarles erróneamente dentro de una de ellas.

Sarmiento (2015) nos recuerda que “a medida que las culturas se desarrollan van surgiendo nuevos elementos que exigen una respuesta en la lengua para cubrir estas nuevas realidades” (Sarmiento, 2015: 863). En este contexto empiezan a aparecer guías de lenguaje inclusivo (para evitar el uso sexista, binarista o transfobo), con el objetivo de poner de manifiesto estas realidades en el lenguaje y permitir que todas las personas se puedan sentir plenamente reflejadas en él, indiferentemente de su sexo, identidad de género o expresión de género (hombres trans, mujeres cis, personas intersexuales, hombres cis, mujeres trans, personas no binarias o queer).

Las guías más extendidas son las del lenguaje no sexista. En ellas se busca principalmente visibilizar a la mujer en el lenguaje centrándose en alternativas al uso del masculino como genérico. Entre las recomendaciones se encuentran: el uso explícito de la forma femenina cuando se sabe que la persona de la que se habla es mujer (la doctora), el uso de fórmulas o expresiones genéricas o neutras (el estudiantado), o el desdoblamiento del sustantivo en masculino y femenino (los niños y las niñas).

Por lo general estas estrategias buscan ajustarse a las normas lingüísticas establecidas. No obstante, a pesar de que existen estrategias lingüísticas que la lengua misma nos ofrece para tener alternativas al uso del masculino genérico, no siempre ocurre lo mismo a la hora de buscar alternativas al binarismo de género. En muchos casos resulta extremadamente complicado introducir lenguaje no binario sin realizar modificaciones morfológicas a las palabras. Esto supone una necesaria ruptura con las normas de la lengua española como la conocemos actualmente. Pero, tal como señala la Guía para el uso no sexista del lenguaje en la Universitat Autònoma de Barcelona (Marçal et al., 2011), los usos cambian y lo que hasta ahora las gramáticas y los diccionarios consideraban un error o desviación se puede acabar convirtiendo en norma. La lengua, como realidad cambiante, evoluciona en cada época para responder a las necesidades de la sociedad que la utiliza. En una sociedad como la nuestra, en la que se pide más igualdad entre los sexos y mayor reconocimiento de la diversidad de género, es conveniente que la lengua, como producto social y cultural, refleje esa igualdad (Marçal et al., 2011: 9). Por ello, desde la comunidad

trans (sobre todo) se ha tratado de revitalizar la propuesta de García Meseguer (1976) para la creación de un tercer género en español:

Como las desinencias en o y en a son, en la mayoría de los casos, las propias del masculino y el femenino, una solución sencilla consiste en asignar la desinencia en e al género común, es decir, a la persona (párr. 6).

García Meseguer manifiesta la necesidad de crear una nueva forma gramatical que corresponda a persona, sin importar su sexo, y por tanto se pueda utilizar tanto en los casos de plurales relativos a grupos mixtos (une para todes y todes para une), así como en los casos en que se quiere hacer referencia a una persona sin conocer su género, sin que sea necesario hacer referencia a él porque es irrelevante (estimade lectore). Estas formas también se podrían utilizar para hablar de las personas queer, de aquellas que no se identifican con ninguno de los dos sexos, hombre ni mujer, o cuando se pretende evitar asignar un género a una persona. De acuerdo con su propuesta, el género masculino perdería entonces su valor genérico y quedaría reducido, como es el caso del femenino, al género específico (los hijos, cuando se sabe que todos ellos son varones).

El uso de la e como marcador de género común es una manera sencilla de promover la igualdad, asegurando al mismo tiempo 1) respetar el principio de economía del lenguaje, 2) no recurrir a fórmulas engorrosas como el desdoblamiento (los niños y las niñas) o el uso de fórmulas como la x o la @ (niñxs o niñ@s, que impiden la pronunciación), y además, 3) tener ya cierta presencia en el castellano actual (dibujante, estudiante, son sustantivos de género común que ya usan la e).

Cabe señalar que esta apuesta tiene antecedentes en otras lenguas en las que se han incorporado formas neutras al lenguaje de manera exitosa, como por ejemplo en Suecia. En sueco existe el pronombre masculino *han* (él) y el femenino *hon* (ella). Al igual que ocurre en el español, la forma masculina *han* (él) adquiere también el sentido de género neutro (masculino genérico). No obstante, desde los movimientos feminista y trans suecos se ha venido introduciendo el pronombre *hen*, como propuesta alternativa de pronombre sin género. Su uso fue divulgándose cada vez más en la sociedad hasta

que finalmente en 2015 fue aceptada por la Academia Sueca de la Lengua (SAOL) (Moreno, 2015).

Para aplicar el uso gramatical de la *e* como marcador de género común se suele coger la base de la forma femenina y se sustituyen las marcas de género de *a* por *e*. Algunos ejemplos de uso serían:

Forma usada	En lugar de
Sus hij <u>e</u> s	Sus hij <u>o</u> s
L <u>e</u> s teóric <u>u</u> s	L <u>o</u> s teóric <u>o</u> s
L <u>e</u> recién naci <u>e</u> ha sido dade <u>e</u> a luz	L <u>a</u> recién naci <u>a</u> ha sido dada <u>a</u> a luz

Agradecimientos

En primer lugar, es mi deber agradecer a toda la sociedad española por financiar mi investigación por medio de una beca de Formación de Personal Investigador (FPI), concedida a través del Ministerio de Economía y Competitividad de España (MINECO). Sin ese apoyo económico esta tesis, y todo lo que de ella se desprende, no podría haberse materializado.

Agradezco igualmente a la Universitat Pompeu Fabra y su Departamento de Comunicación, por convertirse en el lugar académico que me ha ofrecido su espacio y sus recursos para desarrollarme en mis inicios como investigador y como docente. Prolongo este agradecimiento al PAS de la Universitat Pompeu Fabra, y en especial al personal de secretaría del Departamento de Comunicación, porque siempre han estado ahí haciendo que todo funcione.

Sin duda, dedico gran parte de mis agradecimientos a mis directores de tesis, Miquel Rodrigo y Pilar Medina, sobre todo por darme independencia para madurar mi idea de investigación y a la vez estar detrás de mí apoyándome en cada paso. Más en concreto, a Pilar, por guiarme, haber confiado en mí y, así, haberme dado confianza en mí mismo como investigador y como docente. Y a Miquel, por haber sido mi mentor académico y haberme brindado la oportunidad formar parte del proyecto I+D+i con el que vine a Barcelona. Por supuesto, también te tengo mucho que agradecer a esta ciudad, Barcelona, por acogerme, ofrecerme tantas nuevas vivencias y convertirse en mi hogar.

Y sigo agradeciendo. A les amigos que venían de antes, de Valencia, por haber seguido a mi lado en este camino durante tantos años. Le tengo mucho que agradecer al Barrio, porque aunque somos todes diferentes estamos muy unides, igual que los fruitis. En especial a Juanjo, mi hermano mayor marica. También a quienes han ido apareciendo por el camino, sobre todo en mi paso por la UJI, como Laura y Almus, que juntos hacemos un trío de oro. Y a Veros, que apareció en Atenas, siguió por Castellón, pasó por Barcelona y estoy seguro que seguirá estando presente en el futuro. Igual que Aida. En ese recorrido por Castellón también conocí a otras dos personitas: Anna, que tenía el pelo rojo, y Mar, que le

gustaban las almendras. La vida quiso que luego nos reencontráramos en Barcelona y se convirtieran en pilares de apoyo muy valiosos en estos años de tesis. Barcelona también hizo que me encontrara con mis quesitos, unas personas que me han brindado su apoyo y compañía todos estos años y sin las cuales no se si habría logrado llegar hasta aquí. Igualmente agradezco a Edu, que apareció en la última etapa de la tesis y, poniendo su mano en mi pecho, me ayudó a sobrellevar esa ansiedad que genera una tesis y de la que tan poco se habla.

Asimismo agradezco enormemente a todos mis compañeros académicos de Barcelona, que me acogieron al llegar, me acompañaron durante el camino y que espero sigan estando ahí cuando, por fin, evolucione a doctor: Albert, Anaitana, Ari, Bruno, Carles, Endika, Hibai, Ilaria, Júlia, Laura, Lorena, Madda, Manu, Marga, Marina, Olatz, Rita y Sara. No me olvido de la Majo que se convirtió en mi referente más próximo cuando me dió por ser PDI, como lo fue Thomas Edison para Homer Simpson, cuando quiso convertirse en inventor.

Extiendo mi gratitud al resto de personas que han estado presentes en este proceso y que, sin ningún motivo en concreto, no aparecen mencionadas en estos agradecimientos.

Finalmente, no podía acabar sin mostrar mi más inmenso agradecimiento a la michelada y los tacos de carnitas, a los arroces y las naranjas valencianas, al steak tartare y al gyros, al sushi y al ceviche (¡oh, bendito ceviche!), por estar siempre a mi lado y por hacer más llevaderos esos momentos difíciles de esta etapa de doctorado que ahora termina.

Resumen [castellano]

Esta tesis doctoral está elaborada alrededor de un compendio de 4 publicaciones. El objetivo es abordar de una manera holística los LGBT/Queer Media Studies y contribuir a su desarrollo como campo académico. Se trata de un campo emergente que combina los estudios sobre la diversidad sexual y de género con los estudios de los medios de comunicación. De este modo, en la tesis se explican tanto los aportes de la teoría queer y los estudios gays y lesbianos, como los que ofrecen las teorías de la comunicación. Las publicaciones incluidas en el compendio abordan cuestiones relacionadas con la representación de personas LGBT en los medios de comunicación, tanto en contenido informativo como en ficción, y los efectos que produce en la audiencia, tanto en la general como en la LGBT de manera específica. En concreto, recogen algunos de los temas más actuales en el estudio de los LGBT/Queer Media Studies, como las familias homoparentales formadas por gestación subrogada o el Síndrome de la Lesbiana Muerta. Para hacerlo se han combinado diversas metodologías cualitativas, incluyendo la revisión crítica de la literatura, los focus groups o el análisis de contenido cualitativo de redes sociales y foros online. Los resultados no pretenden presentar una comprensión integral y exhaustiva de los LGBT/Queer Media Studies sino reflejar algunas de las múltiples posibilidades de investigación que ofrece este campo y dotarle con herramientas para seguir explorándolo.

Resum [català]

Aquesta tesi doctoral està elaborada al voltant d'un compendi de 4 publicacions. L'objectiu és abordar d'una manera holística els LGBT/Queer Media Studies i contribuir al seu desenvolupament com a camp acadèmic. Es tracta d'un camp emergent que combina els estudis sobre la diversitat sexual i de gènere amb els estudis dels mitjans de comunicació. D'aquesta manera, en la tesi s'expliquen tant les aportacions de la teoria queer i els estudis gais i lesbians, com els que ofereixen les teories de la comunicació. Les publicacions incloses en el compendi aborden qüestions relacionades amb la representació de persones LGBT als mitjans de comunicació, tant al contingut informatiu com a la ficció, així com

els efectes que produeix a l'audiència, tant a la general com a la LGBT de manera específica. Més concretament, recullen alguns dels temes més actuals en l'estudi dels LGBT/Queer Media Studies, com les famílies homoparentals formades per gestació subrogada o la Síndrome de la Lesbiana Morta. Per fer-ho s'han combinat diverses metodologies qualitatives, incloent la revisió crítica de la literatura, els focus groups o l'anàlisi de contingut qualitatiu de xarxes socials i fòrums en línia. Els resultats no pretenen presentar una comprensió integral i exhaustiva dels LGBT/Queer Media Studies sinó reflectir algunes de les múltiples possibilitats de recerca que ofereix aquest camp i dotar-lo amb eines per seguir explorant-lo.

Abstract [english]

This doctoral thesis is built around a compendium of 4 publications. The objective is to holistically address LGBT/Queer Media Studies and contribute to its development as an academic field. It is an emerging field that combines the studies on sexual and gender diversity with media studies. In this way, this thesis explains both the contributions of queer theory and gay and lesbian studies, as well as those offered by communication theories. The publications included in the compendium address issues related to the representation of LGBT people in the media, both in informative content and in fiction, and the effects it produces on both the general audience and the LGBT community. Specifically, they collect some of the most current topics in the study of LGBT/Queer Media Studies, such as homoparental families formed by surrogacy or the Dead Lesbian Syndrome. To do this, several qualitative methodologies have been combined, including a critical review of the literature, focus groups, and analysis of the qualitative content of social networks and online forums. The results are not intended to present a comprehensive and exhaustive understanding of LGBT/Queer Media Studies, but rather to reflect upon some of the multiple research possibilities offered by this field and provide scholars with tools to continue exploring it.

Prefacio

La tesis que aquí se presenta es una apuesta firme por contribuir al desarrollo académico de un campo de estudio que incardine la teoría queer en la investigación en comunicación. Dicho de otro modo, se pretende combinar el estudio de la diversidad sexual y de género con el estudio de los medios de comunicación. Este es uno de los motivos por los que se ha optado por realizar la tesis siguiendo el modelo de compendio de publicaciones, en lugar de realizarla según el modelo tradicional de tesis monográfica. A diferencia de la tesis unitaria (monográfica), más orientada a ofrecer los resultados del análisis de una cuestión concreta o de un caso de estudio específico, la tesis por compendio de publicaciones propone un modelo de tesis que admite múltiples enfoques de análisis al mismo tiempo. El hecho de no limitarse al análisis de un tema concreto permite generar una propuesta de investigación doctoral que aborde el problema de investigación desde un enfoque más amplio, es decir, como estudio del fenómeno en lugar de como estudio de caso. Esto posibilita la exploración de un campo de investigación de manera más holística, entendida en términos de línea de investigación. Partiendo de esta idea, podemos decir que la coherencia investigadora de esta investigación doctoral gira en torno a un campo de estudio, en concreto al “LGBT/Queer Media Studies”.

Esta tesis ni pretende ni promete ser un documento definitivo sobre los LGBT/Queer Media Studies. Por el contrario, la intención de esta tesis es ser un punto de partida para la propia carrera investigadora del doctorando y, al mismo tiempo, servir como material para aquellas personas que tengan interés en iniciarse en el área de los LGBT/Queer Media Studies. Por ello, incorpora un compendio de publicaciones que, no solo demuestra algunas de las posibilidades que ofrecen los LGBT/Queer Media Studies, sino que, junto con la introducción y las conclusiones aquí presentadas, puede servir para orientar el estudio en esta tarea.

Estructura de esta tesis

Las tesis por compendio de publicaciones se presentan como una compilación de publicaciones acompañadas por una memoria en la cual se explica la coherencia investigadora de la misma. En esta tesis estos elementos se ordenan de la siguiente manera: 1) un capítulo introductorio, donde se presenta la línea de investigación; 2) el compendio de publicaciones, que ya han sido publicadas y por tanto previamente evaluadas de manera satisfactoria por miembros de la comunidad académica (peer-review); 3) unas conclusiones finales y 4) las referencias bibliográficas utilizadas.

El orden de lectura de esta tesis puede realizarse de varias maneras. Le lector puede encontrar oportuno leer toda la tesis como un texto lineal, empezando por el capítulo introductorio (1), continuando por cada una de las publicaciones que conforman el compendio (2) y terminando en las conclusiones finales (3). No obstante, también se ofrece la posibilidad a le lector de ir saltando oportunamente a cada una de las publicaciones cuando se las menciona en el cuerpo del texto (los encontrará señalados con este símbolo $\oplus$), ya que cada una de ellas se encaja, asimismo, a modo de ampliación de contenido dentro de algunos apartados de la memoria.

1. INTRODUCCIÓN

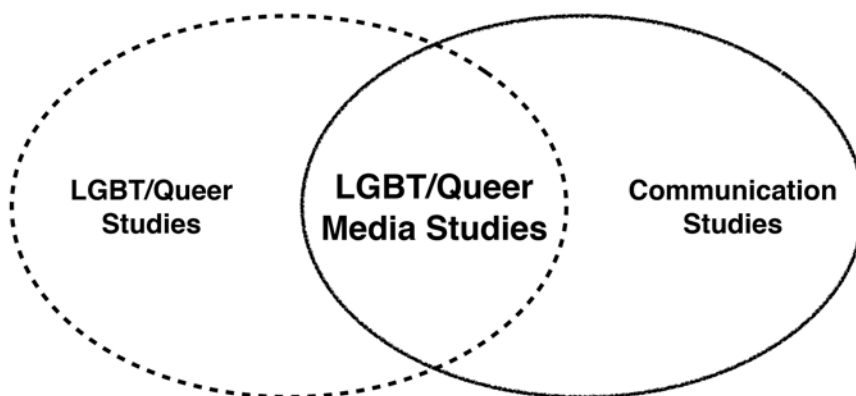
1.1 Los LGBT/Queer Media Studies

Se trata de un campo de estudio académico reciente, que apenas comienza a materializarse como tal a comienzos del siglo XXI. Desde entonces se ha desarrollado mayoritariamente en el ámbito anglosajón, sobre todo en Estados Unidos, donde incluso empieza a consolidarse dentro de la oferta docente en algunas de sus universidades (Stanford University, University of Illinois, San Francisco State University, entre otras), que ofrecen asignaturas específicas sobre LGBT/Queer Media.

Los LGBT/Queer Media Studies son un campo de estudio que combina el campo de estudio de la Comunicación con el campo de estudio de los estudios LGBT/Queer (ver figura 1). Anita Chi-Kwan Lee (2008) emplea el término *LGBT Media Studies* (estudios LGBT de los medios de comunicación) para definir el campo de estudio que examina la representación de personas lesbianas, gay, bisexuales y transgénero (LGBT) en los medios de comunicación. Por su parte, Dana Heller (2011) propone el término *Queer Television Studies* para referirse al campo de estudio académico centrado en analizar la visibilidad LGBTQ en la televisión. En concreto, este campo intersecciona las teorías y métodos de los Estudios de Comunicación y los Media Studies con los Estudios Gays y Lesbianos y la Teoría Queer. De hecho, con frecuencia también se emplean términos como *Queer Media Studies* o *Queer Communication Studies* para referirse a él. De tal modo, aunque la mayor parte de la producción se centra en explorar cómo se construyen y reproducen en los medios de comunicación las identidades "gay", "lesbiana", "bisexual" y/o "transgénero", este campo de investigación no restringe su interés únicamente a las categorías identitarias LGBT sino que busca explorar cualquier mecanismo que permita repensar la realidad desde fuera de los marcos normativos de la sociedad heteronormativa. Así, el análisis de la representación mediática de las diferentes sexualidades y expresiones de género se conecta también con cuestiones relacionadas con las estructuras sociales de poder y el papel que ejercen los medios a la hora de legitimar una determinada cosmovisión (Curran, 2012; Medina-Bravo et al, 2016; Rodrigo-

Alsina, 2005), en nuestro caso sobre el género y la sexualidad (Signorile, 2003).

Figura 1: Intersección de campos de estudio académico



Fuente: elaboración propia

Uno de los propósitos centrales de los LGBT/Queer Media Studies es precisamente el análisis y la crítica de las “prácticas y discursos [mediáticos] que producen conocimientos sexuales y la forma en que organizan la vida social, atendiendo en particular a la forma en que estos conocimientos y prácticas sociales reprimen las diferencias” (Seidman, 1996: 13). Por ello, mucho del interés académico de los LGBT/Queer Media Studies se centra en la visibilidad de las diferentes realidades de género y sexuales en el discurso mediático (Heller, 2011). Desde este enfoque se realizan estudios a partir del análisis de los distintos mecanismos de representación mediática y sus consecuencias, sobre todo en términos de normalización social y de los procesos de construcción identitaria de las personas LGBT (Campbell & Carilli, 2013).

Entre las compilaciones más ambiciosas que combinan la teoría queer con la disciplina de la comunicación se encuentra el libro *Queer theory and communication: From disciplining queers to queering the discipline(s)*, editado por Gust Yep, Karen E. Lovaas y John P. Elia (2014). En él reúnen una serie de trabajos con el propósito de examinar la homosexualidad y la orientación sexual como fenómenos de comunicación, es decir, examinar la retórica,

los símbolos, las decisiones y las estrategias utilizadas durante los procesos y en los contextos de comunicación en los que intervienen referencias a la configuración del género y la sexualidad, incluso de las maneras más sutiles o implícitas. Para ello hacen especial hincapié en la importancia del concepto de heteronormatividad, como concepto teórico paraguas que recoge el conjunto de fenómenos y experiencias relacionadas con el enfoque LGBT/Queer. De hecho, el concepto de heteronormatividad ha sido muy útil para abordar el estudio de lo LGBT/Queer dentro del campo de la comunicación, como se muestra en la publicación 2 del compendio de esta tesis (Ventura, 2016).

El contenido de de este apartado se amplía de manera más detallada en la siguiente publicación que forma parte de esta tesis por compendio:

📄 VER PUBLICACIÓN 2

Ventura, R. (2016). [Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación](#). Opción: : Revista de Ciencias Humanas y Sociales, 32(10), 932-952. ISSN: 10121587.

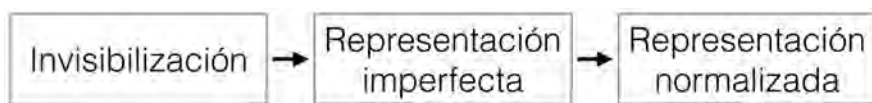
a) Las etapas de la representación LGBTQ en los medios de comunicación

Uno de los principales ejes en los que se han centrado los LGBT/Queer Media Studies ha sido la visibilidad. De hecho, entre los intereses del movimiento LGBTQ ha destacado el de conseguir visibilidad en los medios de comunicación. En este sentido, como ya señalaban Fejes y Petrich (1993), las personas homosexuales han pasado de la invisibilidad completa a una mayor visibilidad en los medios. Sin embargo, Raley y Lucas (2006) se cuestionaban qué

tipo de visibilidad entendemos por positiva, ya que, aunque se haya incrementado notablemente la visibilidad en los últimos años, ésta tiende a caer en representaciones fuertemente estereotipadas en gran parte de los casos. Tal como reflexionaba Gross (2001), la presencia de las personas gays, lesbianas, bisexuales y transgénero se ha hecho relativamente más familiar en la cultura mediática actual. Pero esta visibilidad no está necesariamente desproblematizada, ya que esas apariciones se producen casi siempre en el contexto de alguna controversia centrada en su diferencia con respecto a la heterosexualidad, la cual sigue teniendo un lugar privilegiado en los medios. Ya más en la actualidad, Carratalá (2011) considera que la visibilidad de las relaciones homosexuales ha logrado una cobertura relativamente digna en los medios de comunicación social.

De este modo, desde los LGBT/Queer Media Studies se perciben varias etapas por las que atraviesa el proceso de visibilización, que pueden ser entendidas como logros dentro de su contexto histórico o cultural. Así, si hace unas décadas la mera aparición de personas/personajes LGBTQ en los medios ya podía considerarse un logro, en la actualidad esta simple presencia ya no es suficiente y se exige que se haga de una manera digna. Es decir, se ha pasado de la fase de medir la visibilidad en términos de frecuencia de aparición a medirla en términos de la calidad con que se hace y sus consecuencias culturales. En este sentido, es oportuno retomar las teorías de Clark (1969), que establecía cuatro etapas en la representación mediática de cualquier grupo minoritario: no-representación, ridiculización, normalización y respeto. En nuestro caso, y aplicadas a los LGBT/Queer Media Studies, proponemos el uso de tres etapas (ver figura 2), que van desde la invisibilización (ausencia de representación, censura, omisión, infrarrepresentación, etc.), pasando por la representación imperfecta (estereotipificación, representaciones únicamente negativas, ridiculización/parodia, representaciones simplistas y poco realistas, personajes secundarios o apariciones puntuales, abuso de tropos, *queerbaiting*, homonormativización, etc.), hasta llegar a la representación normalizada (representación de la complejidad, existencia de modelos positivos y de roles protagonistas, personajes diversos y realistas, narrativas elaboradas, diversidad de roles, pluralidad de identidades, de cuerpos y de expresiones de género, etc.).

Figura 2: Las etapas de la representación LGBTQ en los medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia

b) Los LGBTQ Internet Studies

De manera específica, y como subsección dentro de los LGBTQ/Queer Media Studies, se ha generado un creciente interés académico en torno a la relación entre la realidad LGBTQ y el rol social de Internet y los *social media* (Berry et al., 2003; O’Riordan & Phillips, 2007; Pullen & Cooper, 2010). Łukasz Szulc (2014) usa la etiqueta de “*LGBTQ Internet studies*” para denominar a este campo de estudio. Las investigaciones que contribuyen al avance del conocimiento en el campo de los *LGBTQ Internet studies* incluyen, entre otras: la relación entre el uso de Internet y los *social media* y la formación/desarrollo de la identidad sexual (Dhoest & Szulc, 2016; Masanet & Buckingham, 2015; Mehra et al., 2004; Pullen & Cooper, 2010), incluyendo la búsqueda de información (Bond et al., 2009) y su auto-presentación virtual o *disclosure* (proceso de salir del armario o revelar su identidad LGBTQ) (Craig & McInroy, 2014; Szulc & Dhoest, 2013), la formación de comunidades y redes de apoyo LGBTQ online (Hillier et al., 2012), la creación de contenidos o canales específicos sobre temática o de interés LGBTQ (Kang & Yang, 2009), el despliegue de campañas de sensibilización y soporte LGBTQ (Waggoner, 2017), el uso de las tecnologías móviles y de geolocalización (dating apps) para generar encuentros entre personas LGBTQ fuera del ciberespacio (Blackwell et al., 2015), o la creación de escenarios de resistencia, entre los que se encuentran la divulgación de *slash* o *femslash fanfiction* (Dhaenens, 2012; Dhaenens et al., 2008), como alternativa queer a las narrativas heteronormativas de los productos culturales mainstream, o el despliegue del ciberactivismo (Guerrero-Pico et al., 2017; McCaughey & Ayers, 2013), para lograr diferentes objetivos políticos o sensibilizar sobre problemáticas LGBTQ.

El contenido de este apartado se amplía de manera más detallada en la siguiente publicación que forma parte de esta tesis por compendio:

☐ VER PUBLICACIÓN 4

Ventura, R., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.J. (aceptado). Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión. En A. Iranzo & A. Farné (Eds.), Comunicación para el cambio social: propuestas para la acción. Valencia: Tirant lo Blanch.

1.2 Aporte de los Estudios Gay y Lesbianos y la Teoría Queer

Uno de los dos ejes que estructuran los LGBT/Queer Media Studies es precisamente el componente LGBT y Queer. Este componente se enriquece teórica y metodológicamente de los Estudios Gay y Lesbianos (más tarde se ha usado también la terminología “Estudios LGBT”) y de la Teoría Queer. Como punto de partida tanto los Estudios Gay y Lesbianos como la Teoría Queer exploran la homosexualidad, sin embargo la relación entre ambos es más compleja. Mientras que la Teoría Queer adquiere una postura foucaultiana de la homosexualidad entendiéndola como una categoría *construida* de conocimiento, los Estudios Gays y Lesbianos consideran la homosexualidad como una identidad *descubierta* (Spargo, 2007).

Los Estudios Gays y Lesbianos se asientan teóricamente sobre la base de las políticas de identidad gay generadas de manera estratégica desde el movimiento LGBT. Por motivos de representación política ha resultado oportuno establecer la lucha LGBT en torno a categorías identitarias que definan a los sujetos que sufren la opresión heteronormativa, ya que éstas resultan necesarias para conceptualizar la opresión como un proceso sistemático, estructurado e institucional y poder así luchar de manera efectiva contra ella (Kollman & Waites, 2009; Paternotte,

2016, 2018). El dilema de las políticas de identidad gira alrededor del hecho de que las identidades tienden a construirse en torno a categorías estáticas, universalistas, biologicistas y esencialistas (Rodrigo-Alsina & Medina-Bravo, 2006). Les teóricas queer consideran problemático el esencialismo de género que se desprende de un análisis académico que tiene como punto de partida estas políticas de identidad, por ello buscan deconstruir la sexualidad y el género desde fuera de los límites que imponen las identidades estáticas LGBT. Opuesta a este esencialismo de género, la teoría queer considera la sexualidad como una construcción social discursiva, fluida, múltiple y continuamente negociada, en lugar de una identidad natural, fija, esencial y estable (Chandler & Munday, 2011; Yep et al., 2014).

En la práctica, los Estudios Gays y Lesbianos realizan un estudio de la homosexualidad desde un enfoque multidisciplinar en la historia, la política, la sociedad, la cultura, el arte, la literatura y la psicología, entre otros campos. Al partir de una noción de la sexualidad fundamentada en las identidades LGBT, examinan cómo afectan a éstas las cuestiones legales, derechos civiles, políticas públicas, y exploran la representación de estas identidades LGBT en el arte, la literatura y los medios de comunicación. La Teoría Queer, por otra parte, está más interesada en cuestionarse cómo se articulan las relaciones entre sexo, género, deseo y sexualidad. Y, si bien lo hace del mismo modo que los Estudios Gays y Lesbianos desde un enfoque multidisciplinar explorando diferentes campos de las humanidades y las ciencias sociales, no se interesa tanto por las identidades estables LGBT, sino que las cuestiona al mismo tiempo que pone en duda la identidad heterosexual (Warner, 2000). En la praxis, no obstante, los Estudios Gays y Lesbianos y la Teoría Queer funcionan como parte de una red dinámica y la mayoría de las personas que investigan sobre la diversidad sexual y de género en la academia se desplazan entre los dos campos, adoptando unos términos u otros de manera estratégica (Spargo, 2007).

a) La teoría queer

La teoría queer se origina en la academia a principios de la década de 1990, en gran medida gracias al aporte teórico que realiza la

filósofa Judith Butler en su libro *El género en disputa* (2007). Aunque es la teórica feminista Teresa de Lauretis quien acuña el término de "teoría queer". El Diccionario Oxford define la *teoría queer* (Queer theory, 2017) como “una aproximación al estudio social y cultural que busca desafiar o deconstruir las ideas tradicionales de sexualidad y género, especialmente la aceptación de la heterosexualidad como normativa y la percepción de una dicotomía rígida de las características masculinas y femeninas”. La intención de Butler en su libro *El género en disputa* (2007) era precisamente la “desarticulación de las normas que rigen sexo/género/deseo” (Butler, 2007: 82). Para ello parte de los aportes del postestructuralismo, el feminismo y los estudios LGBT. Así, la influencia de las ideas postestructuralistas de Foucault ha sido de importancia central para el desarrollo de la teoría queer, con sus contribuciones sobre el discurso, el conocimiento y el poder en su propuesta de análisis genealógico de la sexualidad, que desarrolla sobre todo en su obra titulada *Historia de la sexualidad* (Foucault, 2006). De acuerdo con Spargo (2007), la teoría queer emplea, asimismo, otros aportes teóricos del postestructuralismo, incluyendo los modelos psicoanalíticos de la identidad descentrada de Lacan y la deconstrucción de las estructuras conceptuales binarias de Derrida. Butler se basa igualmente en feministas lesbianas, como Adrienne Rich (1980) y Monique Wittig (2006), para relacionar la heterosexualidad con la perpetuación del sistema sexo/género. De hecho, el concepto de Rich de *heterosexualidad obligatoria* se ha considerado como un precursor del concepto de *heteronormatividad* (Jackson, 2006), que posteriormente se empleará extensamente desde los estudios queer. Judith Butler, por su parte, hace uso del concepto *matriz heterosexual* para ayudarse en su propósito de desestabilizar las categorías binarias mutuamente excluyentes que establece el género, tales como mujer / hombre, femenino / masculino, homosexual / heterosexual, cisgénero / transgénero, etc. Según la autora, en su análisis parte de la idea del *contrato heterosexual* de Monique Wittig y, en menor medida, de la *heterosexualidad obligatoria* de Adrienne Rich para describir la matriz heterosexual como:

Un modelo discursivo/epistémico hegemónico de inteligibilidad de género, el cual da por sentado que para que los cuerpos sean coherentes y tengan sentido debe haber un sexo estable expresado mediante un género estable

(masculino expresa hombre, femenino expresa mujer) que se define históricamente y por oposición mediante la práctica obligatoria de la heterosexualidad (Butler, 2007: 292).

Con esta idea Butler pretende explicar que la construcción de las categorías mujer/hombre no tiene sentido fuera del contexto de dicha matriz heterosexual, puesto que el sexo de los individuos únicamente adquiere importancia dentro de este sistema de ordenación social, basado en la reproducción, que se define como heterosexual. Por tanto, las categorías de mujer y hombre son el resultado de estas relaciones, es decir, de la necesidad de la complementariedad heterosexual. De hecho, Butler considera que las propias categorías de sexo no son naturales sino que responden al ordenamiento del género: “Quizás esta construcción denominada “sexo” esté tan culturalmente construida como el género; de hecho, quizá siempre fue género” (Butler, 2007: 55). Además, al hacer esto permite dar cabida a la realidad intersexual en el discurso académico. Tal y como expuso anteriormente Monique Wittig, “la categoría de sexo es la categoría política que funda la sociedad en tanto que heterosexual. En este sentido, no se trata de una cuestión de ser, sino de relaciones” (Wittig, 2006: 70). Esta consideración, que pretende poner en duda el sistema social esencialista basado en el binarismo de género, permite además incorporar al debate otros factores que determinan las cuestiones de género y que van más allá del encasillamiento en la diferencia sexual binaria (mujer/hombre). En esta tesis se genera la propuesta de denominar *linealidad heteronormativa* al conjunto de normas que conforman el sistema de género, como se explica a continuación, y que pueden servir de eje a la hora de establecer focos de investigación en el área de los LGBT/Queer Media Studies que vayan más allá de atender exclusivamente a la orientación sexual.

b) Linealidad heteronormativa

Un punto de partida interesante que vertebra la perspectiva deconstructiva de la teoría queer, pero que también puede ser usado para llevar a cabo estudios basados en las identidades LGBT, es el concepto de *heteronormatividad*, como ya hemos visto. Este concepto incorpora el cuestionamiento a la normatividad sexual,

inherente a los estudios queer, a la vez que posibilita el reconocimiento de categorías identitarias situadas en los márgenes de la heterosexualidad para su uso estratégico, más propio de las necesidades de los Estudios Gays y Lesbianos (o LGBT). De manera paralela se ha venido empleando también el concepto *heteropatriarcado*, sobre todo desde el feminismo de la tercera ola. Aunque se suele emplear de manera análoga al concepto de *heteronormatividad*, el término *heteropatriarcado* integra el concepto de *patriarcado*, más utilizado desde los estudios feministas de las primeras olas, por lo que evidencia aún más la raíz común y la alianza necesaria entre la causa LGBTQ y la feminista (Valdes, 1996).

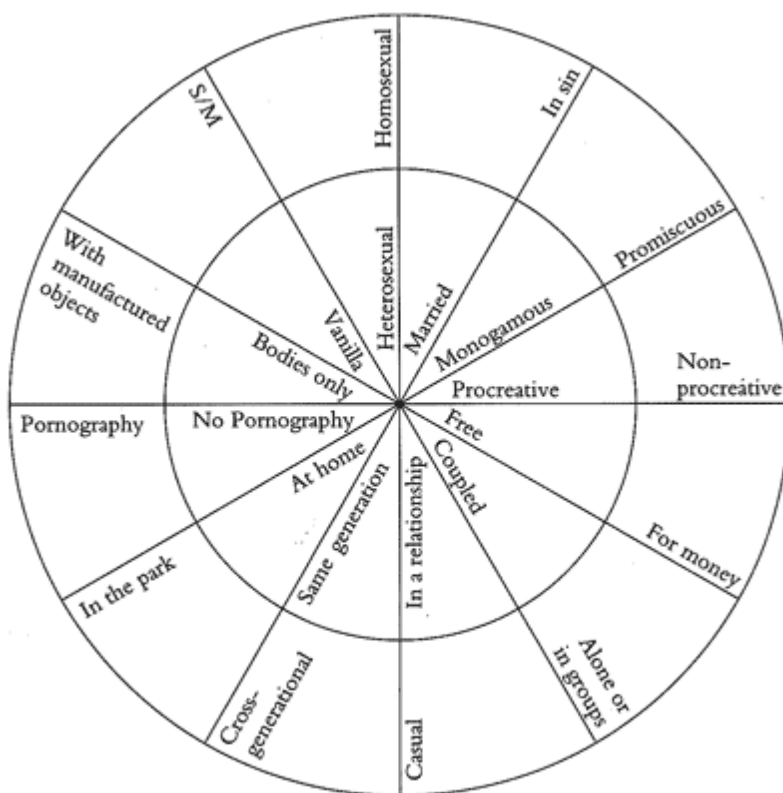
La heteronormatividad es un concepto acuñado por Warner (1991) que se usa desde la teoría queer y los estudios de género para explicar y evidenciar la existencia de un sistema social, cultural e ideológico que magnifica la heterosexualidad. La heteronormatividad presenta como normal y, más aún, necesaria la continuidad que se cree que existe entre el sexo y el género y todo lo que de ello se desprende. Al mismo tiempo, este hecho infiere que cualquier otra forma de conducta u orientación sexual contraria a la heteronorma supone una desviación y una anomalía, desplazando el resto de posibilidades y percepciones relativas a la sexualidad y al género a un segundo término, invisibilizado, rechazado y excluido.

En consecuencia, la linealidad heteronormativa se apoya en 5 elementos que estructuran el género y la sexualidad dentro del sistema heteronormativo: sexo biológico, identidad de género, expresión de género, orientación sexual y roles de género. Estos 5 elementos se establecen en base a los aportes, sobre todo, de Elisabeth Badinter (1993), Simone de Beauvoir (2005), Judith Butler (2003; 2007), R.W. Connell (2005), Betty Friedan (2009), Michel Foucault (2006), J. Halberstam (2005), Michael Kimmel (2004), Adrienne Rich (1980), Gayle Rubin (1984), Eve Kosofsky Sedgwick (1990), Michael Warner (1993, 2000) y Monique Wittig (2006), entre otros.

Partiendo de las *normas de género* de Butler (dimorfismo ideal, complementariedad heterosexual de los cuerpos, ideales y dominio de la masculinidad y la feminidad adecuadas e inadecuadas), que de

acuerdo con la autora “determinan lo que será inteligiblemente humano y lo que no, lo que se considerará «real» y lo que no” (Butler, 2007: 28), se establece un escenario social que en el que se marcan los límites de lo permitido en cuanto al género y la sexualidad. Gayle Rubin (1984) hizo uso del diagrama que denomina *charmed circle* para ilustrar los límites de lo normativo, lo aceptable y lo permitido sexualmente en nuestra sociedad y que le sirvió también para explicar cómo se nos verá como malos, locos, peligrosos o incorrectos en la medida en que nos alejamos de ellos.

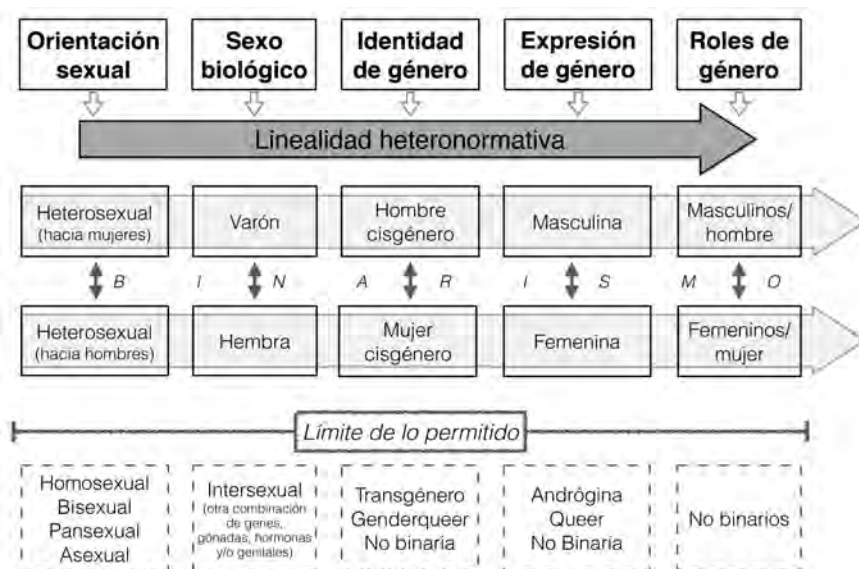
Figura 3: Diagrama del *charmed circle* propuesto por Gayle Rubin



Fuente: Gayle Rubin (1984)

En relación a este planteamiento, el sexólogo Richard Green expuso en 1975, desde una concepción heteronormativa, que la identidad sexual humana tiene al menos tres componentes: la identidad morfológica (la conciencia que tiene el individuo de pertenecer a una de dos categorías de individuos humanos: hombre o mujer), el comportamiento de rol genérico (comportamiento sexual dimórfico: masculinidad y feminidad), y la orientación sexual (anatomía de la pareja sexual, descrita en términos de heterosexualidad, homosexualidad y bisexualidad). Así, según Green, un hombre homosexual es “normal” en el primer componente (identidad morfológica), puede ser normal o anormal en el comportamiento de rol genérico y es anormal en cuanto a la orientación sexual (MacCulloch & Feldman, 1977: 107). Vemos cómo se va definiendo una linealidad de elementos que viene marcada por el sexo asignado al nacer y en la cual se involucrarán los 5 elementos que conforman esta propuesta de *linealidad heteronormativa*. Por ejemplo, la linealidad heteronormativa de un individuo al que se le asigna el sexo hombre al nacer, normalmente en base a la percepción observada de sus genitales externos (pene y testículos), pasa necesariamente por que se sienta/identifique como un hombre (identidad de género), exteriorice esa identidad conforme a las características de la masculinidad (expresión de género), sienta atracción hacia las mujeres, es decir, que sea heterosexual (orientación sexual), y se comporte y socialice como un hombre (roles de género). Como vemos, la linealidad heteronormativa se define por la catalogación de las personas dentro de un sistema de “binarismos de género que organizan sus prácticas y deseos desde el modelo de la pareja heterosexual reproductiva” (Pino, 2007: 160). En la figura 3 se explica de manera gráfica la linealidad heteronormativa y límites de lo permitido. Se puede observar cómo hemos ubicado la orientación sexual en primer lugar, antes que el sexo, para evidenciar la propuesta queer de que la propia catalogación de los seres humanos en las categorías mujer/hombre viene previamente definida por la necesidad de construir sujetos que se adapten al modelo de pareja heterosexual reproductiva. Al mismo tiempo, pone en duda la idea de que el sexo es el lugar sobre el que se piensa que se construye el género, como apuntaba Butler (2007).

Figura 4. Linealidad heteronormativa y límites de lo permitido



Fuente: elaboración propia

En este modelo heteronormativo no solo quedan fuera del límite de lo permitido todas aquellas orientaciones sexuales que no sean heterosexuales (homosexualidad, bisexualidad, pansexualidad, asexualidad...), sino que no se permite a los sujetos circular libremente por la identidad de género (sentirse mujer, hombre o fuera de este binarismo), la expresión de género (apariencia o aspecto externo de mujer, hombre, andrógina, queer o no binaria, mediante el cual se nos atribuye un género –atribución de género–) y/o los roles de género. Además, únicamente reconoce la existencia de dos categorías de sexo estables (mujer/hombre), por lo que la existencia de la intersexualidad se invisibiliza por ser considerada una aberración, fuera de los límites de lo normal, que por lo tanto hay que corregir. De acuerdo con Josefina Fernández, “la diferencia de género era igual a la diferencia entre los géneros, masculino y femenino, pero solo dos” (Fernández, 2006: 276). Cabe explicar que la intersexualidad es una condición de algunas personas que nacen con alguna variación de los elementos biológicos que definen a las personas como hombre o mujer: ya sea genética (cromosomas XY en el hombre y XX en la mujer), gonadal (testículos en el hombre y ovarios en la mujer), genital (pene en el hombre y vagina en la mujer) y/o hormonal (andrógenos en el hombre y estrógenos en la

mujer). Dicho de otro modo, la persona neonata puede presentar unos genitales externos ambiguos, o genitales definidos pero cromosomas o gónadas sexuales internas intercambiadas, es decir, características genéticas y fenotípicas propias de hombres y mujeres, en grados variables (Kitzinger, 1999). En otras palabras, las personas intersexuales no responderían a la norma ideal de cuerpos binaria establecida por el sistema heteronormativo, pues no serían ni hombre ni mujer. En cierto modo, su existencia desmonta la veracidad de ese sistema.

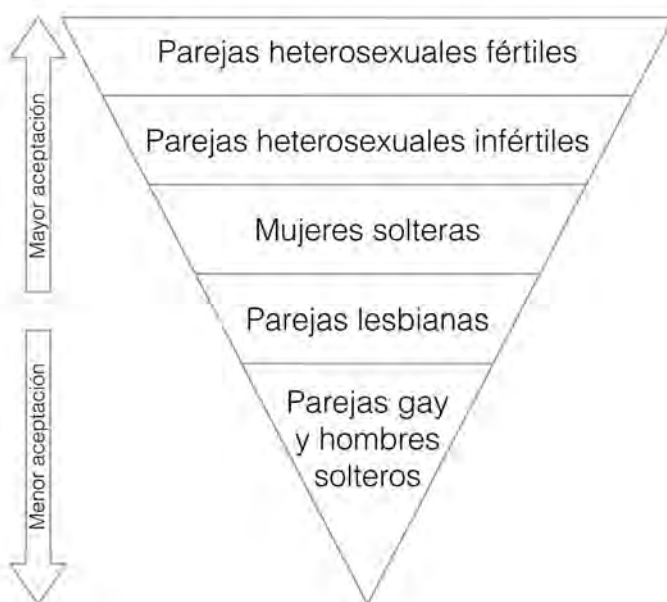
c) Homoparentalidad

Tal y como nos recuerdan Riggs y Due (2013), la reproducción a través del sexo heterosexual sigue siendo la forma de reproducción más valorada socialmente. En este sentido, la paternidad está estrechamente vinculada con la pareja heterosexual, conformando lo que se denomina el modelo de *familia nuclear* (Bengtson, 2001). Recordemos que la familia nuclear es aquel modelo de familia formado por una pareja heterosexual (mujer cis y hombre cis) y su descendencia biológica directa. Con este modelo se institucionaliza la heterosexualidad como eje de articulación de la unidad familiar: “Con el fin de asegurar el control de la producción y de la reproducción ordenada del grupo, la familia nuclear se convierte en la célula básica” (Amorós, 2000: 260). En consecuencia, el desarrollo paralelo de una ideología en torno a la monogamia, la mística de los mitos de la fecundidad, la heterosexualidad obligatoria, la división sexual del trabajo, el cuidado, la protección, la actividad laboral, etc., constituirá, de acuerdo con esto, la materialización de la ideología heteropatriarcal.

En este contexto, las personas LGBTQ han sido socialmente construidas como sujetos secundarios dentro del sistema de relaciones familiares (Bertone & Pallotta-Chiarolli, 2014), alejadas de la posibilidad de ser agentes activos en el discurso de la construcción de una familia, ya que cualquier otro tipo de relaciones reproductivas y familiares fuera de la pareja heterosexual normativa se ha considerado extraño y anormal. En este punto hacemos hincapié en las familias homoparentales, es decir, aquellas formadas por parejas del mismo sexo (Pichardo Galán, 2009). En concreto, la

homopaternidad masculina (dos padres gay) resulta especialmente inapropiada dentro del orden heteronormativo, ya que sobre ella se cruzan dos escenarios sobre los que se fundamenta este sistema: la *compulsory motherhood* –maternidad obligatoria– (Gordon, 1976), la idea de que el valor de las mujeres en la sociedad se define por su habilidad de ser madres, y la *compulsory heterosexuality* –heterosexualidad obligatoria– (Rich, 1980), que asume la heterosexualidad como única sexualidad válida. Como vemos en la figura 4, tanto el rechazo a las sexualidades no normativas, por un lado, como la mística de la maternidad (Medina-Bravo et al., 2014) creada alrededor de la reproducción como función esencial de la mujer (y por tanto no del hombre), por otro, contribuyen a situar a las parejas de hombres homosexuales al fondo de la jerarquía de la reproducción.

Figura 5: La jerarquía heteronormativa de la reproducción.



Elaboración propia a partir de DiLapi (1989) y Santos (2017).

La búsqueda de recursos para deslegitimar este orden social ha llevado a problematizar el proceso de institucionalización de la familia nuclear como elemento clave en la formación de la ideología heteropatriarcal (Amorós, 2000). Por eso, desde los estudios queer se busca examinar en mayor profundidad los roles y los límites de la biología, la sexualidad y la tecnología en el marco de la reproducción humana (Roseneil et al., 2013). Riggs y Due (2013) usan el concepto *vulnerabilidad reproductiva* para evidenciar cómo el acceso a la reproducción se ve condicionado por los patrones socio-político-culturales del sistema heteronormativo. Esta *vulnerabilidad reproductiva*, que afecta especialmente a las personas LGBTQ, es consecuencia de ubicarse fuera de la norma, es decir, como familias formadas fuera de un sistema basado en el sexo heterosexual reproductivo. Entre otras cosas, este enfoque sirve para explicar cómo el uso de las tecnologías para la reproducción no genera tanta inquietud cuando se trata de *infertilidad médica* (heterosexuales incapaces de reproducirse), en cambio, el foco de atención se centra de manera casi obsesiva en la *infertilidad social* (homosexuales incapaces de reproducirse) (Boivin et al., 2001), es decir, cuando aquellas personas que no se involucran en la heterosexualidad pretenden hacer uso de las posibilidades tecnológicas para reproducirse y formar familias.

El contenido de este apartado se amplía de manera más detallada en la siguiente publicación que forma parte de esta tesis por compendio:

📄 VER PUBLICACIÓN 3

Ventura, R., Rodríguez-Polo, X.R., & Roca-Cuberes, C. (2018). [‘Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women’: Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news](#). Journal of Homosexuality. DOI: 10.1080/00918369.2017.1422947

1.3 Aporte de los Estudios de Comunicación

Los LGBT/Queer Media Studies se encuadran dentro de un paradigma de pensamiento sociológico de la comunicación, esto es, un paradigma que aborda los fenómenos de la comunicación desde un razonamiento sociológico. Por lo general, los LGBT/Queer Media Studies se inscriben dentro de la perspectiva crítica de la comunicación. Esto quiere decir que su análisis se basa en una reflexión crítica del papel de los medios de comunicación, examinando cómo construyen una ideología a partir de sus discursos y cómo esto incide en la sociedad (Rodrigo-Alsina, 2001). Según señala Miquel Rodrigo-Alsina (2001) en el manual de referencia en español sobre las teorías de la comunicación, titulado *Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*, la teoría crítica parte del análisis marxista de la relaciones de poder y las clases sociales que señala cómo la clase dominante genera un sistema cultural que a su vez estructura una serie de valores para perpetuarse. En consecuencia, los medios de comunicación, controlados por esta clase dominante, transmiten su ideología a través de sus contenidos, de modo que sirven de herramienta para la perpetuación de su modelo cultural hegemónico. De acuerdo con esta perspectiva, los medios de comunicación son concebidos como una herramienta para el control social, es decir, entendidos como institución encargada de mantener un determinado *statu quo*. En palabras de Scott (1990), “el discurso público (*public transcript*) es, para decirlo sin rodeos, el autorretrato de las élites dominantes donde éstas aparecen como quieren verse a sí mismas” (Scott, 1990: 42). Esta idea conecta con los LGBT/Queer Media Studies en relación al concepto de heteronormatividad. De hecho, Jones (2006) define la heteronormatividad en términos gramscianos como la “heterosexualidad culturalmente hegemónica”, es decir, indica que el sistema ideológico y cultural dominante es heteronormativo. Recordemos que Gramsci (2010) emplea el concepto de hegemonía cultural para explicar cómo la ideología dominante crea escenarios de dominación-subordinación en base a su cosmovisión a través de lo que él denomina *estructuras sociales* de poder, entre las que destacan los medios de comunicación. En el contexto de la comunicación se ha usado también el concepto de hegemonía mediática (*media hegemony*) (Altheide, 1984; Artz, 2013) para explicar, entre otras cosas, cómo los medios de comunicación

ejercen como estructura social que difunde la cultura, valores e ideología hegemónica de la sociedad a la audiencia. Los efectos ideológicos de esta hegemonía mediática tienen resultados directos sobre la producción de los contenidos mediáticos, como veremos a continuación.

a) Nivel de producción: contenidos

Por una parte, “la cultura ofrece el marco interpretativo y referencial desde el cual uno se sitúa frente al resto de individuos” (Medina-Bravo y Rodrigo-Alsina, 2012: 22). Además, según nos recuerdan Medina-Bravo y Rodrigo-Alsina (2012), una de las funciones básicas de la cultura es transmitir a los individuos aquel modelo de identidad que considera más apropiado y, por tanto, será más enfatizado y valorado. De tal modo, la socialización de los periodistas y guionistas (y en general las personas encargadas de la creación de contenidos mediáticos) estará muy influenciada por la cultura heteronormativa. Pese a que aseguren objetividad e imparcialidad es innegable que la ideología subyacente impregna los puntos de vista y las maneras de tratar los contenidos mediáticos que produzcan (Rodrigo-Alsina, 2005). Por otra parte, tendrán mayor predisposición a seleccionar e informar sobre aquellos asuntos que concuerdan con el *statu quo* y la cosmovisión dominante de la ideología heteronormativa. En este sentido, algunos autores han empleado el concepto *heterosexual script* (Kim et al, 2007; Kirsch & Murnen, 2015; Frohard-Dourlent, 2012) para evidenciar la existencia de ese “guión heterosexual” o, dicho de otro modo, discurso dominante sobre la sexualidad que transmite narrativas heteronormativas a través de los medios de comunicación. La idea de la socialización heteronormativa de los periodistas y guionistas junto con la del guión heteronormativo implícito, nos permiten poner en consideración algunas de las teorías de la comunicación en relación a los LGBT/Queen Media Studies, a partir de su implicación con la producción de contenidos. A continuación exploraremos la apropiación que se puede hacer desde los LGBT/Queer Media Studies de teorías como: la espiral del silencio, el *gatekeeping*, el *framing*, la *agenda setting* y la agenda de atributos.

En su teoría sobre la espiral del silencio Elisabeth Noelle-Neumann (1995) explica que dada nuestra condición de seres sociales nos resultará difícil arriesgarnos a introducir opiniones nuevas si no sabemos si alguien las comparte o pensamos que van a ser rechazadas por la mayoría, precisamente por el miedo al aislamiento. Así, la percepción predominante sobre lo que es aceptable y lo que no tenderá a silenciar cada vez más al resto de posturas minoritarias. De acuerdo con esto, los comportamientos no heteronormativos también tenderán a ser silenciados dentro de esta dinámica, por el miedo a ser aislados por no ser “normales”. Pese a que la teoría de Noelle-Neumann esté más orientada a explicar la formación de la opinión pública y el rol de los medios de comunicación en este proceso, es igualmente útil para explicar los motivos que pueden llevar a los periodistas y guionistas a evitar la elaboración de discursos alternativos, fuera de la heteronorma, sobre el género y la sexualidad. En una investigación sobre los dibujos infantiles de la televisión, Summers (2011) argumentaba que se trata de contenidos producidos por adultos, con arraigadas ideologías heteronormativas, de modo que la identidad de los menores se forma sujeta a esta misma ideología. Igualmente, Lippmann (1965) ya subrayó el importante papel que desempeñan los medios informativos al “definir” nuestro mundo. Desde los LGBT/Queer Media Studies la teoría de la espiral del silencio sirve para evidenciar un primer filtro, previo a la propia elaboración del contenido mediático, que de un modo u otro impide que la diversidad sexual y de género se visibilice en los medios de comunicación y por tanto se normalice dentro de la opinión pública.

Si atendemos ahora a las decisiones sobre el contenido mediático conviene revisar en primer lugar la teoría de la *agenda setting* (también traducida como fijación, configuración o establecimiento de la agenda). Esta teoría tiene relación con la idea anterior, ya que sugiere que los medios no reflejan la realidad tal como es, sino que la filtran y la configuran (McCombs & Shaw, 1972). La teoría de la *agenda setting* parte de la idea de que “los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la sociedad” (McCombs, 1996: 17). Esto explica cómo la agenda mediática, es decir, el conjunto de contenidos que difunden los medios diariamente, influye en la opinión pública. En otras palabras, la inclusión o exclusión de determinados temas en los contenidos mediáticos puede trasladar a la audiencia una visión distorsionada

de la realidad a partir de la relevancia dada a los temas. Aunque esta teoría se haya desarrollado sobre todo desde el análisis del contenido informativo (noticias) y la formación de opinión política (intención de voto), puede igualmente ser aplicada al conjunto de contenidos mediáticos (incluida la ficción) y la formación de opinión sobre lo que es normal o no en términos de género y sexualidad. De hecho, la construcción de la agenda mediática (*media agenda building*) tiene mucho que ver con los procesos de invisibilización de la diversidad sexual y de género que se estudian desde los LGBT/Queer Media Studies. El hecho de que la diversidad sexual y de género no aparezca representada en los medios no significa que no exista, sino que no es de interés para la agenda heteronormativa. Este razonamiento está, asimismo, vinculado con el concepto de *gatekeeping*. El concepto de *gatekeeping* juega un importante papel en los procesos selectivos de la construcción de las noticias, ya que los periodistas seleccionan aspectos específicos y muestran sólo ciertas imágenes que confirman sus propios criterios para juzgar una noticia específica, mientras que ignoran los que no coinciden o están en contra de este punto de vista (Griffin, 2011; Shoemaker & Vos, 2009).

Avancemos un paso más en el análisis de los procesos de elaboración del contenido mediático y pasemos a atender a aquellos temas que logran trascender en la agenda mediática y llegan a formar parte de la cobertura de los medios. En este punto la teoría del encuadre (*framing*) nos puede marcar un itinerario de análisis interesante para los LGBT/Queer Media Studies. Entman (1993) explicó que encuadrar (*to frame*) es seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más destacados en un texto mediático, de tal manera que promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral, y/o una recomendación de tratamiento. Dicho de otro modo, los encuadres (*frames*) son esquemas creados por los periodistas que guían la manera en que se entienden y narran los eventos en una noticia. En este sentido, el papel de los medios de comunicación es decisivo ya que, al tiempo que explican los hechos a la audiencia, están ya definiendo la realidad fijándola dentro de unos límites o marcos de discusión pública determinados (Sádaba et al., 2012). Además, Stuart Hall sostenía que el modo en que se encuadra un tema de manera inicial define el modo en que se encuadrará ese tema en los tratamientos posteriores y establece los términos de referencia

dentro de los cuales se llevará a cabo la cobertura o el debate adicional (Hall et al., 1978). Por su parte, Shanto Iyengar (1994) exploró los usos de los encuadres y los efectos que pueden tener sobre la audiencia y encontró que contribuyen a generar un esquema mental en la audiencia que promueve y guía las atribuciones de responsabilidad. La importancia sobre esta atribución de responsabilidad reside en que se constituye como una de las piezas más importantes de formación de opinión pública (Chavero, 2015). Como vemos, el enfoque del *framing* permite explorar el modo en que se enmarca la diversidad sexual y de género en los discursos mediáticos. Por ello, desde los LGBT/Queer Media Studies resulta útil para abordar cuestiones como la problematización y la estereotipación. Como recuerdan Aguiló y Santos (2012), en el discurso social los homosexuales han sido históricamente considerados pecadores, enfermos y delincuentes. De igual modo, Fejes y Petrich (1993) indicaron que el discurso mediático dominante se ha caracterizado por definir la homosexualidad como perversión, enfermedad y/o crimen. Es decir, se ha encuadrado la homosexualidad como cuestión problemática a partir de un uso estratégico de los discursos religioso, médico y judicial. En esta misma línea, Yep (2003: 23) señala que “en los medios, los individuos y grupos que viven fuera del orden heteronormativo están representados de manera diferente”. Los marcos culturales heteronormativos influyen en cómo les periodistes encuadran los temas, aflorando los prejuicios e impidiendo que aparezcan encuadres interpretativos que se salgan de la heteronorma. Numerosos estudios sobre la representación LGBT en los medios apuntan en esta dirección, resaltando la manera estereotipada en que se presenta la realidad LGBT en los medios (Bond, 2014; Carratalá, 2016; Chung, 2007; Gomillion & Giuliano, 2011; Gross, 2012; Marini, Medina-Bravo & Rodrigo-Alsina, 2010; Raley & Lucas, 2006; Ventura, 2013, 2014).

Si la teoría de la *agenda setting* nos proponía que los medios nos influyen en *sobre qué pensar* (*what to think about*), la teoría del *framing* nos propone que los medios nos influyen en *cómo pensarlo* (*how to think about*) (McCombs & Shaw, 1993). No obstante, un segundo nivel de la *agenda setting*, denominado agenda de atributos (*attribute agenda setting*), también busca examinar el modo en que los medios influyen en la opinión pública desde la perspectiva de *cómo pensar las noticias* (McCombs & Evatt, 1995). De acuerdo

con esta teoría, el hecho de que la cobertura mediática destaque ciertos atributos conlleva que también sean destacados en las mentes de la audiencia, por lo que tiene implicaciones importantes en la formación de la opinión pública (Kim et al., 2012; McCombs & Estrada, 1997). En este sentido, la terminología utilizada para describir un asunto en particular sería un ejemplo de asignación intencional de atributos, ya que, como apuntaba Pearce (1994) desde una perspectiva del contruccionismo, el lenguaje construye el mundo, no lo representa, por lo que tiene un aspecto formativo: “Decir cómo se llama algo no es simplemente nombrarlo o hablar sobre eso: es, en un sentido muy real, convocarlo a ser como uno lo ha nombrado” (Pearce, 1994: 270). De este modo, como veremos en la publicación 3, no es lo mismo usar el concepto de *vientres de alquiler* que el de *gestación subrogada*. El uso de cada término construye un significado diferente de una misma realidad. La elección de palabras implica el uso de un *frame semántico* que enmarca los atributos que la audiencia asociará al asunto narrado, guiando así su interpretación. En consecuencia, los medios pueden promover un discurso público de no aceptación sobre un tema en particular al presentarlo como un problema social (Best, 2010): seleccionando y presentando la noticia mediante el uso de un encuadre que enfatice los elementos negativos —*problem frame* (Altheide, 1997)—, planteando un escenario de víctimas y culpables, y eliminando posibles soluciones o alternativas del debate (Happer & Philo, 2013).

b) Nivel de recepción: audiencia

Las teorías que hemos visto hasta ahora se centraban en analizar los fenómenos de la comunicación desde el punto de vista del contenido, es decir, atendiendo a aquellos elementos que configuran una construcción determinada de los contenidos, y no otra. En cierto modo, estas teorías presentan la relación entre los medios y la audiencia como una relación de causa-efecto directa. Así, se concibe a los medios como esa superestructura de poder gramsciana que controla y produce mensajes ideológicos que penetran directamente en la sociedad. En consecuencia, se percibe a la audiencia bajo una relación de sometimiento, como una masa

homogénea vulnerable a los medios. Por lo tanto, este enfoque, aunque resulta útil para concienciar del poder de los medios y de la construcción de la realidad que hacen a través de sus contenidos, no atiende a las posibilidades de reacción y resistencia ante estos contenidos por parte de esa supuesta masa homogénea que es la audiencia.

Desde los LGBT/Queer Media Studies resulta necesario ese enfoque que aporta la perspectiva crítica, la cual busca “denunciar las estrategias de manipulación y de persuasión de los medios de comunicación” (Rodrigo-Alsina, 2001: 195). Es decir, es necesario visualizar el poderoso rol de los medios analizando sus contenidos para visibilizar la existencia de discursos que construyen y legitiman la ideología heteronormativa. No obstante, para los LGBT/Queer Media Studies resulta igualmente necesario considerar los efectos de los medios a nivel de su recepción: observando cómo influyen en la formación de identidades, en los usos y consumo mediáticos, e incluso en el impacto sobre la opinión pública y las actitudes sociales hacia la diversidad sexual y de género. Por ese motivo, el aporte de los *Cultural Studies* para los LGBT/Queer Media Studies es fundamental, ya que permite centrar la atención allí donde los efectos ideológicos se evidencian (Hall, 1980). Esto interesa para abordar la relación entre la cultura y la comunicación desde un enfoque centrado en las consecuencias culturales de los productos mediáticos sobre la audiencia. Para la perspectiva crítica “lo que caracteriza a los medios de comunicación es que son instrumentos ideológicos” (Rodrigo-Alsina, 2001: 195) al servicio de las fuerzas hegemónicas del sistema social. En cambio, el enfoque sociocultural de Escuela de Birmingham (*cultural studies*) propone dar el paso de esa perspectiva basada en el espectador como sujeto pasivo a una perspectiva en la que el espectador se convierte en un sujeto con un rol activo en el ecosistema mediático. Es decir, que toma decisiones y es capaz de seleccionar, evaluar y construir un significado propio de los mensajes que recibe, más allá de limitarse a asumir el discurso ofrecido. En relación a esto, Martín-Barbero (1998) considera que ningún actor tiene el control absoluto de la construcción de significados, sino que el ecosistema comunicativo es un terreno de negociaciones en el que intervienen multitud de elementos, actores e instituciones que componen la sociedad. De todos modos, no debemos olvidar que el papel de los medios de comunicación sigue siendo muy importante en los

procesos de interpretación del mundo (Rodrigo, 2001: 180). Ya que, a pesar de que lo que ofrecen los medios de comunicación puede no influir automática y causalmente a la audiencia de una manera predecible, sí que influye de algún modo en los receptores. Los medios refuerzan maneras específicas de percepción, introducen estilos de vida y construcciones de realidades sociales, políticas o culturales que pueden servir de modelos y provocar consenso u oposición (Schmidt, 1991: 15-16). Desde los *cultural studies* también se atiende a la capacidad que tiene la audiencia de influir sobre el propio producto mediático. La publicación 4 del compendio de publicaciones de esta tesis explora en mayor profundidad este aspecto. Además, investigaciones más recientes en la línea de los *cultural studies* abordan la función de la audiencia no sólo como consumidores sino como prosumidores, es decir, también como creadores de contenidos (Dezuanni & Monroy-Hernandez, 2012).

La teoría del construccionismo social es igualmente importante dentro de los *cultural studies*, ya que consideran que lo fundamental es la construcción de sentido (Rodrigo, 2001). Por ello, al aplicarlo a los estudios de comunicación consideran que la realidad social que se construye a nivel de la producción del contenido no adquiere su significado sino a nivel de la atribución de sentido que le otorga la audiencia. Es por ello que se destaca el análisis de la recepción y la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación. Las principales investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación han tenido una notable influencia de la psicología social. Estudios desarrollados desde el enfoque de la Hipótesis del Contacto Parasocial (Schiappa et al., 2006) y la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 2001) señalan la importancia que tiene la representación mediática de personas y personajes LGBTQ, por los efectos positivos que genera en la sociedad. Por un lado, indican que ver personajes LGBTQ puede influir en las actitudes de la audiencia heterosexual/cisgénero hacia las personas LGBTQ, disminuyendo el prejuicio y la LGBTfobia (Bonds-Raacke et al., 2007; Madžarević & Soto-Sanfiel, 2018). Y, por otro lado, destacan su importancia en la socialización de los individuos LGBTQ en contextos sociales marcados por la falta de referentes positivos. La representación mediática de personas LGBTQ puede ofrecer modelos de referencia sobre los que identificarse. Esto les dota de herramientas para hacer frente a la intimidación y el rechazo en su entorno cotidiano (Gomillion & Giuliano, 2011), a la vez que

contribuye a desarrollar su identidad de una manera positiva y a alcanzar bienestar psicológico (Bond & Compton, 2015; Gillig & Murphy, 2016; McInroy & Craig, 2017). Como vemos, estos enfoques centrados en la audiencia otorgan un rol a los medios como agentes socializadores, ya que desempeñan una importante función en la construcción de las identidades personales y culturales (Rodrigo-Alsina, 2000).

El contenido de este apartado se amplía de manera más detallada en la siguiente publicación que forma parte de esta tesis por compendio:

☐ VER PUBLICACIÓN 1

Ventura, R. (2016). [Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces"](#). En AE-IC (Ed.), *Libro de Comunicaciones del V Congreso Iberoamericano de Comunicación "Comunicación, Cultura y Cooperación" AE-IC Madrid 2016* (pp. 423-431). Madrid: AE-IC.

1.4 Objetivos

Los objetivos aquí explicados hacen más bien referencia a los propósitos de la tesis, ya que los objetivos de investigación, propiamente dichos, son diferentes para cada una de las publicaciones que forman parte del compendio de esta tesis y por tanto se incorporan dentro de cada una de ellas. 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. De tal modo, el objetivo principal de esta tesis es integrar y difundir el conocimiento académico LGBT/Queer dentro del ámbito de la comunicación, en concreto en el espacio académico español. Los objetivos concretos de la tesis se inspiran en la propuesta de Gust Yep, editor del libro *Queer theory and communication: From disciplining queers to queering the discipline(s)*, junto con Karen E. Lovaas y John P. Elia (2014), quien me recibió como supervisor en la San Francisco State University durante mi estancia de investigación predoctoral y me animó a impulsar los estudios *queer* de comunicación en el ámbito académico español.

1. Acercar los LGBT/Queer Media Studies al ámbito académico español (visibilización del campo de investigación);
2. Examinar las potencialidades de la teoría queer en el campo de investigación de la comunicación a través de contextos variados (contribución científica al campo de investigación);
3. Estimular el diálogo entre les académiques queer en la disciplina de comunicación (fomento de redes de investigación);
4. Explorar las implicaciones de la investigación académica en las políticas públicas y la transformación cultural (transferencia de conocimiento)

2. COMPENDIO DE PUBLICACIONES

Esta tesis se ajusta a la normativa para la presentación de *Tesis por compendio de publicaciones* del Programa Oficial de Postgrado del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (Doctorado en Comunicación), descrita en el *Acuerdo de la Comisión del Programa Oficial de Postgrado del Departamento de Comunicación de 7 de julio de 2010, modificada por la Comisión Académica de Doctorado, de 13 de octubre de 2015*, y que está sujeta a su vez a la normativa establecida por la Universitat Pompeu Fabra.

La normativa establece que una tesis por compendio requiere un **conjunto de cuatro publicaciones**, de las cuales:

1. Como mínimo **dos de ellas deben ser artículos** de revistas académicas con las características siguientes:
 - Los artículos deben haberse publicado (o estar aceptados para su publicación) en revistas académicas evaluadas que formen parte de los repertorios Web of Science (ISI) o Scopus.
 - En todos los artículos el doctorando debe ser el primer firmante.
 - Como mínimo un artículo debe estar publicado en lengua inglesa.
2. Las **otras dos publicaciones** en esta modalidad pueden ser:
 - Artículos publicados en revistas académicas evaluadas que formen parte de los repertorios aceptados por las agencias de evaluación (CARHUS plus+, MIAR, RESH, DICE, JCR, SJR).
 - Capítulos de libro publicados por editoriales de carácter académico.
 - Comunicaciones presentadas en congresos de carácter académico, siempre que la comunicación haya sido aceptada para ser publicada como parte de las actas del Congreso.

En la siguiente tabla se presentan las publicaciones que forman parte del compendio de esta tesis y se indica cómo se ajustan a los requisitos establecidos en la normativa.

	<i>Título</i>	<i>Tipo de publicación</i>	<i>Publicado en</i>	<i>Idioma</i>
1	Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces"	Actas Congreso	AE-IC Libro de Actas	Español
2	Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación	Artículo SCOPUS	Revista Opción SJR Q4	Español
3	‘Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women’: Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news	Artículo ISI-WOK	Journal of Homosexuality JCR Q2 SJR Q1	Inglés
4	Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión	Capítulo de libro	Tirant lo Blanch 4º posición de editoriales españolas (ranking SPI)	Español

2.1 Publicación 1: Libro de actas del congreso AE-IC

Ventura, R. (2016). [Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces"](#). En AE-IC (Ed.), *Libro de Comunicaciones del V Congreso Iberoamericano de Comunicación "Comunicación, Cultura y Cooperación" AE-IC Madrid 2016* (pp. 423-431). Madrid: AE-IC.

ISBN 978-84-608-8942-7

Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces"

Rafael Ventura

Introducción

Nos encontramos en un momento histórico especialmente significativo en términos de cuestiones sobre la diversidad sexual y su relación con los discursos civilizatorios. ¿Cómo gestiona nuestra sociedad la diversidad sexual? Existen diferentes discursos de poder que dialogan entre sí y configuran el discurso social sobre la homosexualidad. Tal y como afirman Aguiló y Santos (2012) “los homosexuales han sido históricamente considerados como pecadores, enfermos y criminales”. De acuerdo con esta afirmación, la manera de enmarcar discursivamente la homosexualidad en la historia ha sido a través de su censura, ya sea a través del discurso religioso, el médico y/o el legal. Sin embargo en la historia reciente se han producido una serie de hechos que han permitido desligar la homosexualidad de esa noción problematizante que la ha caracterizado tradicionalmente.

El año pasado, 2015, se cumplieron 25 años de la despatologización de la homosexualidad por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Concretamente fue el 17 de mayo de 1990 cuando la OMS decidió suprimir la homosexualidad de la “Clasificación Internacional de Enfermedades”. Este hecho se produjo como culminación a un proceso cuya raíz fue una previa despatologización por parte de la Asociación Americana de Psiquiatría, en 1986. Estos hechos marcaron un punto de inflexión para la normalización de la homosexualidad en la civilización en la que vivimos. En este caso vemos que se trata del discurso médico el que inicia el proceso de legitimación social de la homosexualidad.

A esto se suma que, a nivel de nacional, en el año 2015 se han cumplido 10 años de la legalización de los matrimonios homosexuales en España. Concretamente se produjo el 3 de julio del 2005, tras la aprobación de la Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio. Con esta modificación, España se convirtió en el tercer país a nivel mundial que reconocía el matrimonio entre personas del mismo sexo, tras los Países Bajos y Bélgica. Además, en el año 2015 se produjeron otros dos grandes logros en este sentido. En primer lugar, el 22 de mayo Irlanda se convirtió en el primer país del mundo en aprobar el matrimonio entre personas del mismo sexo mediante referéndum, es decir, a través del voto popular. Lo consiguió con un 62,07% de los votantes dando el visto bueno al matrimonio entre dos personas sin distinción de su sexo. Esto fue un hito importante, ya que se trata de la propia sociedad quien pide el cambio. En segundo lugar, el 26 de junio los Estados Unidos de América se convirtieron en el país más poblado (318,9 millones de personas) en legalizar el matrimonio homosexual, tras la decisión tomada por el Tribunal Supremo de ese país que establecía la obligación a todos los Estados de conceder licencias de matrimonio a parejas del mismo sexo. Este hecho suponía una ampliación del derecho al matrimonio igualitario en torno a un 5% más de la población mundial. Finalmente, hay que añadir que recientemente (el 28 de abril de 2016) la Corte Constitucional de Colombia ha aprobado la legalización del matrimonio

entre personas del mismo sexo en todo el territorio nacional, convirtiéndose de este modo en el cuarto país de América del Sur en hacerlo, después de Argentina, Brasil y Uruguay.

En la actualidad hay 21 países en el mundo que han adaptado sus leyes en este sentido, incluyendo las recientes incorporaciones de Colombia, Irlanda, Estados Unidos, varios Estados de México y el caso del Reino Unido, en donde el territorio de Irlanda del Norte todavía no lo reconoce. Pero desgraciadamente también existe otra cara de la moneda. Amnistía Internacional nos recuerda que la homosexualidad es ilegal en cerca de 80 países del mundo, con penas que incluyen la prisión, el castigo físico y la cadena perpetua. También nos recuerda que en 10 países se impone la pena de muerte por motivos de orientación sexual e identidad de género. Como vemos, mientras en unos países, como Irlanda, los derechos a las personas homosexuales se amplían por referéndum, en otros, como en Brunéi, como consecuencia de una implementación progresiva de la ley coránica, se discuten ahora mismo leyes para introducir la ejecución por lapidamiento para las relaciones homosexuales. Esta serie de hechos que giran en torno a los derechos de las personas configuran el discurso legal, aunque en él también interviene en algunas ocasiones otro discurso de peso, como lo es el religioso.

Esta serie de hechos van permeando en el tejido social y van transformando finalmente el discurso social. En esta línea, en el año 2013 el Pew Research Center realizó una encuesta entre más de 37 mil personas de 39 países diferentes. Se preguntó a los encuestados si la homosexualidad debía ser aceptada o rechazada por la sociedad. El estudio reveló que la aceptación de la homosexualidad está particularmente extendida en los países donde la religión es menos central en la vida de las personas, y que además estos se encuentran entre los países más ricos del mundo. Por el contrario, en los países más pobres y con altos niveles de religiosidad el porcentaje de personas que creen que la homosexualidad debe ser aceptada por la sociedad era significativamente menor. Esta investigación es un ejemplo de cómo el discurso social se ve también marcado por el espacio geográfico y cómo este a su vez lo re-configura.

Discursos de poder y medios de comunicación

De hecho, toda esta introducción trata sobre cómo los diferentes tipos de discursos de poder (médico, jurídico, religioso y social) dan forma a los espacios, dan forma a nuestras culturas y civilizaciones y, por último, también dan forma a las vidas de las personas. En este sentido, contribuyen a crear espacios más, o menos, seguros para las personas LGBT. Por tanto, vemos cómo al hablar de espacios no nos referimos únicamente a los espacios geográficos o físicos, sino también a los espacios simbólicos donde se generan y difunden estos discursos. Es decir, hablamos de los espacios como los lugares en donde se producen los discursos. En la actualidad los medios de comunicación también juegan un papel fundamental en la transmisión y en la legitimación de discursos sociales que acaban influyendo en el modo en que entendemos la homosexualidad.

Por un lado, los discursos mediáticos sobre la sexualidad pueden influir en la opinión pública. Es decir, pueden legitimar y normalizar (o todo lo contrario) las realidades LGBT entre el público general. Bajo este primer enfoque se han analizado las conexiones entre la exposición y/o el consumo de los medios de comunicación y las actitudes de aceptación de los espectadores hacia la homosexualidad (Bonds-Raacke et al., 2007).

Por otro lado, los discursos mediáticos sirven como agente de socialización de las personas LGBT, sobre todo mediante la observación de conductas. La Teoría Social Cognitiva (SCT, por sus siglas en inglés) explica que a través de la observación de modelos con quienes puedan auto-

identificarse, las personas LGBT podrían desarrollar su propia identidad de manera positiva (Bandura, 1986). Los medios de comunicación, en este sentido, son una fuente importante de modelos para las personas LGBT, debido principalmente a la falta de referentes interpersonales en sus vidas reales.

La Teoría Social Cognitiva establece que cuando las personas observan a alguien realizando una determinada conducta y luego las consecuencias de ese comportamiento, recuerdan la secuencia de los acontecimientos y utilizan esta información para guiar su propio comportamiento. En otras palabras, 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. De acuerdo con esta teoría, estas conductas aprendidas son fundamentales para el desarrollo de la personalidad de las personas.

Por tanto, las personas LGBT necesitan modelos. Necesitan representaciones mediáticas de la diversidad sexual. Y, además, necesitan que estas representaciones sean positivas y normalizadas. Es decir, se necesitan modelos positivos los cuales tomar como referentes.

¿Qué es un Safe-Space?

Es un término que se ha desarrollado sobre todo en instituciones educativas. Aunque en realidad podríamos decir que los primeros “espacios seguros” fueron los bares de ambiente. En las instituciones educativas, el término safe-space es utilizado para indicar que un docente, o toda la institución educativa, no tolera la violencia, el acoso o expresiones de odio anti-LGBT, sino que más bien se muestran abiertos y accesibles hacia las personas LGBT. Holley y Steiner (2005) describen que la construcción de un “safe space” incluye los siguientes beneficios:

- Anima a hablar y actuar libremente, lo que permite a las diferencias marginales a florecer.
- Permite que los estudiantes se sientan lo suficientemente seguros para asumir riesgos, expresar sus opiniones y compartir sus conocimientos, actitudes y comportamientos.
- Crea un espacio de protección contra el daño psicológico y emocional, el cual incluye no sólo la violencia directa, sino todas las formas de violencia.
- Ofrece un lugar en el que puedan relajarse y auto-expresarse completamente, sin temor a que se les haga sentir incómodos, rechazados, o inseguros, por razón de su sexo biológico, orientación sexual, identidad o expresión de género.
- La percepción de estos “espacios seguros” puede permitir el desarrollo de la confianza, que a su vez puede contribuir a la construcción de una identidad positiva.

La posibilidad que ofrece el concepto de “Safe Space” en cuanto a la creación de lugares sociales en los que las personas LGBT puedan sentirse libres de una amenaza heterosexista ha llevado a que la comunidad LGBT solicite nuevos espacios sociales en los que implementarlo. Es el caso de

los medios de comunicación, espacios discursivos tradicionalmente heteronormativos en los que la diferencia sexual es invisibilizada o presentada como elemento marginal.

En los últimos años se han ido introduciendo un mayor número de referencias hacia la realidad LGBT en los contenidos de los medios de comunicación. Esto ha supuesto una primera ruptura con la invisibilidad que sufría hasta el momento. No obstante, algunos productos mediáticos, sobre todo de ficción, han ido más allá de la mera incorporación de personajes LGBT y se han centrado en responder a la demanda del colectivo LGBT. En este sentido, algunos investigadores han empleado el término “GLO” para analizar aquellos productos mediáticos que son Gay-Lesbiana-y-Oriented, es decir, dirigidos a un público LGBT (Bond, 2015).

Sin embargo, llegados a este punto surgen algunas preguntas. En primer lugar, en términos cuantitativos los productos mediáticos GLO incluyen un mayor número de representaciones de personajes LGBT, pero ¿son estas representaciones siempre modelos positivos? Y segundo, algunos de estos productos adquieren dimensiones de consumo masiva, pero la mayoría permanecerán como productos consumidos únicamente por una minoría de personas LGBT. Por tanto, ¿podría propiciar esto que se genere una especie de gueto separado del mundo “real”?

La perspectiva teórica sobre el rol de los medios en la formación de identidades

Estas cuestiones van estrechamente relacionadas con el escenario teórico en el cual se inserta esta investigación. Se trata de algunas teorías sociológicas y de la comunicación que dan pie a cuestionar el rol de los medios de comunicación en cuanto a la experiencia de consumo que las personas LGBT pueden tener de ellos. Por un lado, parte de un enfoque constructivista social de la identidad homosexual (Rust, 1993), lo que sitúa el origen de la identidad en la interacción entre el individuo y la sociedad. Es decir, una identidad gay no surge únicamente de la experiencia propia, sino que además, el individuo la construye mediante el uso de los recursos sociales y culturales que le otorgan sentido a esta experiencia.

Por otra parte, en la Play Theory se discute sobre cómo utilizamos los medios de comunicación para lograr nuestra propia satisfacción. Es decir, se argumenta que las personas los usan para obtener satisfacción personal. El uso de esta teoría nos ayuda a explicar por qué los personajes positivos, o los personajes favoritos, pueden influir más sobre la construcción de las identidades (Cohen, 2001; Stephenson, 1964). Así, si en una serie tenemos un personaje gay como personaje principal, será más oportuno para sentirnos identificados que si fuese un personaje secundario, el cual tiene un papel de menor importancia y sirve como eje de burlas dentro de la narrativa del producto mediático, por ejemplo.

Finalmente, la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 2011) se basa en la idea de que las personas aprenden observando a otros. Los modelos pueden ser tomados de contextos interpersonales o a través de los medios de comunicación. En el caso de personas LGBT, normalmente con un limitado acceso a referentes en sus contextos interpersonales cotidianos, el papel de los modelos ofrecidos por los medios de comunicación se convierte en fundamental. Esta teoría también explica hasta qué punto estos comportamientos aprendidos pueden ser centrales para el desarrollo de la propia personalidad.

Objetivos de investigación y método

El objetivo del trabajo aquí presentado es diseñar un análisis de audiencia para investigar qué percepciones, consumo y uso de medios tienen las personas LGBT, sobre todo en relación con el concepto de "media safe spaces". Para ello se planea utilizar un cuestionario dirigido a personas LGBT en el cual se abordarán cuestiones enmarcadas en cuatro apartados: su propio perfil específico, su consumo mediático, su percepción sobre la representación LGBT en los medios, y su uso de productos dirigidos al público LGBT. En definitiva, la intención de este trabajo es plantear el diseño de una investigación que busca explorar la audiencia LGBT con tal de detectar tendencias, mejoras, posibles necesidades o demandas, o incluso procesos de guetificación.

El Objetivo General es analizar la percepción de los medios de comunicación, usos y consumo de las personas LGBT, en referencia al concepto de "espacios seguros medios de comunicación". Para ello planteamos los siguientes tres objetivos específicos de investigación. El Objetivo Específico 1 se centra en la percepción. Se podría materializar con la siguiente pregunta de investigación: ¿Se sienten cómodas las personas LGBT con la representación de la diversidad sexual en los medios?. El Objetivo Específico 2 aborda el uso que las personas LGBT hacen de los medios en relación a la construcción de identidad. Por tanto, la pregunta de investigación sería: ¿Cuáles son las fuentes que usan para formar su identidad sexual, qué rol juegan los medios en este sentido? Finalmente, el Objetivo Específico 3 trata sobre el consumo específico de medios de comunicación para esta finalidad. La pregunta de investigación sería: ¿Qué medios de comunicación usan para este propósito?

Con esto se pretende detectar posibles diferencias sobre la percepción, usos y consumo entre los productos mediáticos GLO y los productos mediáticos generales en su papel socializador de las identidades LGBT.

La recogida de datos se hará a través de una encuesta realizada a la población LGBT. Debido a la imposibilidad de calcular el universo de población, se calcula una muestra estadística a partir de una población infinita. De tal modo, para un nivel de confianza del 95% y un intervalo de confianza inferior a <5, necesitaríamos una muestra de 400 participantes. Como herramienta de recogida se empleará el cuestionario on-line. Se considera que los cuestionarios en línea permiten recoger las respuestas de una muestra más amplia y diversa. También permiten a los encuestados ser más honesto, porque se asegura su anonimato en todo el proceso.

Por otra parte, se realizará un reclutamiento basada en la Web. En las investigaciones con población LGBT, los académicos han utilizado con frecuencia lo que se llama "lugares de reclutamiento", se trata de bares de ambiente, asociaciones de homosexuales, etc. Es decir, lugares donde se puede encontrar elevada concentración de este tipo de población. Del mismo modo, también se ha utilizado la versión online de la misma, lo que significa realizar un proceso de detección de sitios web, web-foros, etc, utilizados por las personas LGBT, y distribuir la encuesta en estos sitios. Como combinación, para el reclutamiento se empleará también la técnica de la bola de nieve.

Resultados esperados

Un aspecto novedoso de esta investigación es precisamente que centra en la audiencia. La mayor parte de los trabajos que exploran la relación entre LGBT y medios de comunicación se ha venido haciendo únicamente sobre el análisis del propio contenido, dejando el ámbito de la recepción muy poco explorado. De tal modo, se espera poder establecer una discusión con las investigaciones previas llevadas a cabo en esta área y explorar la relación entre los resultados

sobre el contenido y los resultados sobre la recepción. En relación a esto, se espera obtener evidencias que demuestren de algún modo que los medios de comunicación juegan un papel clave para las personas LGBT, en cuanto a su identidad sexual. Se trata de tipo de resultado que ya se ha discutido previamente en la investigación sobre LGBT y medios de comunicación, pero todavía sin claros resultados al respecto.

Referencias:

- Aguiló, A. J., & Santos, A. C. (2012). Despatologizar, despenalizar, desaprender: luchas LGTB y emancipación social. *Rebelión*.
- Arnett, J. J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialization. *Journal of youth and adolescence*, 24(5), 519-533.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Stanford: Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. (2011). *Social cognitive theory. Handbook of social psychological theories*, 349-373.
- Bond, B. J. (2015). Portrayals of sex and sexuality in gay-and lesbian-oriented media: A quantitative content analysis. *Sexuality & Culture*, 19(1), 37-56.
- Bonds-Raacke, J. M., Cady, E. T., Schlegel, R., Harris, R. J., & Firebaugh, L. (2007). Remembering gay/lesbian media characters: Can Ellen and Will improve attitudes toward homosexuals?. *Journal of Homosexuality*, 53(3), 19-34.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: An introduction*. London: Routledge.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Holley, L. C., & Steiner, S. (2005). Safe space: Student perspectives on classroom environment. *Journal of Social Work Education*, 41(1), 49-64.
- Homfray, M. (2007). *Provincial Queens: the gay and lesbian community in the north-west of England*. Oxford: Peter Lang.
- Mazur, M. A., & Emmers-Sommer, T. M. (2003). The effect of movie portrayals on audience attitudes about nontraditional families and sexual orientation. *Journal of homosexuality*, 44(1), 157-181.
- Pindado, J. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (21), 11-22.
- Raley, A. B., & Lucas, J. L. (2006). Stereotype or success? Prime-time television's portrayals of gay male, lesbian, and bisexual characters. *Journal of Homosexuality*, 51(2), 19-38.
- Rosenfeld, H., & Noterman, E. (2014). Safe space: Towards a reconceptualization. *Antipode*, 46(5), 1346-1365.



Rust, P. C. (1993). "Coming out" in the age of social constructionism: Sexual identity formation among lesbian and bisexual women. *Gender & Society*, 7(1), 50-77.

Stephenson, W. (1964). *The play theory of mass communication*. Oxford: Transaction Publishers.

2.2 Publicación 2: Artículo en la revista Opción

Ventura, R. (2016). [Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación.](#)

Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales, 32(10), 932-952.

ISSN 1012-1587

Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación

Rafael Ventura

*Grupo de investigación UNICA
Universitat Pompeu Fabra, España
rafael.ventura@upf.edu*

Resumen

Las cuestiones sobre diversidad sexual han experimentado un incremento en los medios de comunicación. Estos pueden contribuir a asentar idearios estereotipados, pero también juegan un rol fundamental en los procesos de visibilidad y normalización. Por ello, numerosos académicos del área de la comunicación han tratado de explorar diversas cuestiones sobre la diversidad sexual en su relación con los medios. Este artículo plantea una revisión de las últimas tendencias de investigación en este campo. Para ello se apoya teóricamente en el concepto de heteronormatividad. Finalmente, se detecta un desequilibrio entre el desarrollo de marcos conceptuales y la exploración de nuevas metodologías.

Palabras clave: Heteronormatividad, representación mediática, diversidad sexual, tendencias de investigación, LGBT.

Research Trends on Heteronormativity and Media

Abstract

Sexual diversity issues have experienced an increase in the media. These can contribute to settle stereotyped ideologies, but also play a key role in the processes of visibility and normalization. Therefore, many academics in the area of communication have tried to explore several matters about sexual diversity concerning with the media. This article presents a review of the latest research trends in this field. To do so, it relies on the theoretical concept of heteronormativity. Finally, a lack of harmony between the development of conceptual frameworks and methodologies is detected.

Keywords: Heteronormativity, media portrayal, sexual diversity, research trends, LGBT.

1. APUNTES SOBRE EL CONCEPTO DE HETERONORMATIVIDAD

El concepto de heteronormatividad se enmarca dentro de una noción crítica de la sexualidad. Este tipo de estudios sociológicos sobre la sexualidad se desarrollan desde los Estudios de Género, sobre todo, a partir de los aportes de feministas lesbianas como Judith Butler (2007), Monique Wittig (2006) o Adrienne Rich (1980). Sus propuestas surgen del diálogo sobre el concepto de “binarismo de género” y explican la relación estructural que existe entre la heterosexualidad obligatoria y la gestión social de las personas al ubicarlas en dos categorías binarias y supuestamente complementarias: hombres y mujeres.

Algunos autores han encontrado apropiado establecer el origen de las causas de la opresión de género en la implantación de una sociedad heteronormativa (Perez Pino, 2007). En esta misma línea, otros autores han articulado la homofobia y el sexismo como consecuencia de la heterosexualidad obligatoria –o heteronormatividad– (Kimmel, 1997; Capezza, 2007; Do Amaral Madureira, 2007). Asimismo, Kimmel afirma que la masculinidad, en este modelo, está irrevocablemente ligada a la sexualidad.

Seidman (2009) realizó un repaso histórico de las circunstancias que darían pie al concepto actual de heteronormatividad. De acuerdo con el autor, inicialmente fue empleado el concepto de *heterosexualidad obligatoria*, elaborado por feministas lesbianas y liberacionistas gay en la década de 1960 y principios de 1970. Según aclara Seidman, resultó ser una importante innovación conceptual, ya que dio pie a que se desarrollara una sociología estructural de la sexualidad. La novedad que este concepto aportó fue el desplazamiento el centro del análisis, tradicionalmente ubicado sobre el individuo homosexual y los actos individuales de discriminación, para ubicarlo en la aplicación institucional de la heterosexualidad normativa y sus consecuencias para las personas no-heterosexuales. El concepto de *heterosexualidad obligatoria* ha sido reelaborado desde sus primeros usos en la década de 1960 hasta la actualidad, no sólo apoyándose en cuestionamientos teóricos, sino también incorporando aportes originados desde la militancia y desarrollados a partir de movimientos como el Gay Liberation Front. Finalmente, el concepto de *heterosexualidad obligatoria* fue estratégicamente reemplazado en la década de 1990 por el de *heteronormatividad*, cuando la teoría Queer apareció como una reconstrucción de la teoría sexual crítica. Seidman explica que los teóricos Queer no han abandonado la idea inicial de la heterosexualidad obligatoria, sino que la han actualizado en términos culturales, ampliándola hacia la crítica a una estructura heteronormativa más compleja y con implicaciones en más niveles de la sociedad.

Por tanto, partimos de la premisa de la existencia de un discurso heteronormativo socialmente arraigado y validado. Éste se presenta como un razonamiento hegemónico en torno a la sexualidad que legitima y privilegia la heterosexualidad como único modelo válido de relación sexo-afectiva y de parentesco (Warner, 1991), es decir, lo plantea como el único modelo “normal” de conducta. Así, si consideramos el concepto de “conducta” como la «manera con que los hombres se comportan en su vida y acciones», según la definición que ofrece el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, entendemos que la heteronormatividad establece el modelo de heterosexualidad como la manera normativa en que las personas deben comportarse en sus vidas y acciones.

Por su parte, Judith Butler (2007) suscribe esta idea definiendo este sistema como la *matriz heterosexual*. Butler se basa en Monique Wittig (2006) cuando analiza esta matriz heterosexual y el orden del sexo/género/deseo que vincula el sexo y el género en la heterosexualidad normati-

va. Wittig identifica la categoría “sexo” como la categoría política que organiza la sociedad como sociedad heterosexual; es decir, sugiere que “hombre” y “mujer” son categorías políticas más que biológicas. Particularmente, ella rechaza cualquier análisis apoyado en un punto de partida que presuponga que el origen de la sociedad humana está fundamentado necesariamente en la heterosexualidad (Wittig, 2006:32-33).

En una sociedad heteronormativa, el sexo biológico, la identidad de género, el papel social de género y la sexualidad responden a una única significación lineal e inalterable descrita bajo una concepción dicotómica en donde se vincula automáticamente el comportamiento social, el deseo sexual y la identidad personal con el sexo asignado al nacer en base a los genitales (Butler, 2007). De tal manera, según señala Chambers (2003), el concepto de heteronormatividad revela las expectativas, demandas y limitaciones que se producen cuando se toma la heterosexualidad como normativa dentro de una sociedad. Al mismo tiempo, este hecho infiere que cualquier otra forma de conducta, manifestación u orientación sexual contraria a la heteronorma supone una desviación y una anomalía, desplazando el resto de posibilidades y percepciones relativas a la sexualidad a un segundo término: invisibilizado, rechazado y excluido; en otras palabras, subalternizado.

La subalternidad, siguiendo a Gramsci (2010), se establece en relación a uno o varios matices que difieren de los aspectos que definen o caracterizan a una postura hegemónica. En nuestro caso de estudio, el aspecto divergente reside en el modelo de sexualidad establecido. Esta subalternidad generada por la heteronormatividad puede materializarse en comportamientos heterosexistas, por lo que convierte el actual modelo social de sexualidad en un modelo opresivo. El concepto de *heterosexismo* se define como el sistema ideológico que niega, denigra y estigmatiza cualquier forma de conducta, identidad, relación o comunidad diferentes de las heterosexuales (Herek, 1996). Por tanto, se trata de un modo de *violencia cultural* que puede desencadenar en diversas formas de *violencia directa* (Galtung, 2003).

Herek (1996) explica cómo el heterosexismo se manifiesta tanto a niveles culturales como individuales. Esta idea nos hace reflexionar sobre la influencia y el alcance que tiene el discurso heterosexista en las relaciones sociales. Éste ejerce su poder, entendido en términos foucaultianos, a través de las diferentes estructuras de la sociedad. Así, podemos encontrar estas expresiones de poder de forma transversal en todos los

niveles: «Del Estado a la familia, del príncipe al padre, del tribunal a la trivialidad de los castigos cotidianos, de las instancias de la dominación social a las estructuras constitutivas del sujeto mismo» (Foucault, 1998:89). Como vemos, la retórica de los modelos hegemónicos sobre la sexualidad no constriñe únicamente a las personas como sujetos individuales, sino que alcanza a determinar el *discurso público* de la sociedad. De acuerdo con Scott (1990), éste configura el conjunto de percepciones, ideologías y creencias de la sociedad. Scott emplea el concepto de “discurso público” –*public transcript*, en ocasiones traducido como *guión oficial*– para referirse a aquel discurso normalizado socialmente que tiende a ofrecer pruebas de la hegemonía de los valores dominantes e impone a la sociedad el modo de comportarse:

El discurso público es, para decirlo sin rodeos, el autorretrato de las élites dominantes donde éstas aparecen como quieren verse a sí mismas. Tomando en cuenta el conocido poder que tienen para imponer a los otros un modo de comportarse, el lenguaje del discurso público está definitivamente desequilibrado (Scott, 1990:42).

Por tanto, uno de los aparatos sociales que conviene revisar, en su relación con el ejercicio de dominación, transmisión y reproducción de los valores heteronormativos, sería los medios de comunicación. Precisamente, los medios de comunicación se posicionan como uno de los aparatos sociales con mayor capacidad de influencia sobre la opinión pública (McCombs, 2004; Noelle-Neumann, 1995), lo que contribuye a generar la aceptación o el rechazo de las diversidades sexuales por parte de la sociedad general. Además, juegan un importante papel en la construcción de identidades (Hammer, 2003; Bandura, 2001), por lo que también se presentan como una herramienta fundamental a la hora de aportar, a las personas LGBT, modelos con los que identificarse, sobre todo en edades tempranas.

2. EL ESTUDIO DE LA HETERONORMATIVIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tal y como expone Yep (2003), muchos investigadores han tratado de analizar los modos en que se reproduce la heteronormatividad a través de los medios de comunicación. Debido a las dificultades metodológicas que plantea abordar un concepto tan filosófico y difuso como el de “heteronormatividad”, frecuentemente se ha optado por afrontarlo desde una

política identitaria. Así, las identidades sexuales LGBT se han convertido en la manera más práctica de emprender un análisis basado en la idea de heteronormatividad. De hecho, el planteamiento académico más extendido a la hora de discutir la heteronormatividad del discurso mediático se ha centrado en el estudio de la representación y visibilización de las identidades LGBT (Heller, 2011).

Carratalá (2011) considera que la visibilidad de las relaciones homosexuales ha logrado una cobertura relativamente digna en los medios de comunicación social, hecho que también afecta a los contenidos informativos. Sin embargo, Carratalá detecta que esta representación continúa sufriendo un tratamiento estigmatizador en determinados discursos periodísticos al emplear el eufemismo como recurso para aludir a las parejas formadas por dos hombres o dos mujeres. En términos generales, existen escasas investigaciones académicas que analicen la diversidad sexual en los productos informativos. Las que encontramos lo hacen principalmente desde un punto de vista de la cobertura y de las narrativas construidas en sus discursos. En repetidas ocasiones la temática se relaciona con asuntos negativos, como el vínculo entre el VIH y los homosexuales (Goh, 2008), el suicidio de jóvenes queer (Cover, 2012) o los asesinatos por motivos de la orientación sexual (Ott y Aoki, 2002). Los temas menos sombríos que también se han analizado suelen estar relacionados con los derechos LGBT, e incluyen el debate sobre el matrimonio entre personas del mismo sexo (Hackl *et al.*, 2013; Moscovitz, 2010; Liebler *et al.*, 2009) o cuestiones sobre la parentalidad de parejas homosexuales (Morison y Reddy, 2013). Aun así, algunos estudios revelan la caracterización ideológica del debate informativo generado alrededor de asuntos como el matrimonio homosexual, ya que, según explican, la cobertura dada hace poco por desafiar las definiciones heteronormativas hegemónicas de matrimonio (Liebler *et al.*, 2009). También se ha puesto de manifiesto las dificultades que tienen los medios informativos para abordar otras realidades, como la transexualidad (Marini *et al.*, 2010). Estos hechos evidencian los límites que el discurso informativo ha alcanzado a asimilar hasta el momento, sobre todo si se compara con otros géneros mediáticos más prolíficos en este sentido, como la ficción.

Quizá por esta razón la ficción es el campo más extensamente estudiado académicamente desde la perspectiva de la heteronormatividad (Dhaenens, 2012a; González de Garay Domínguez, 2009). La mayoría de estas investigaciones adoptan un enfoque epistemológico interpreta-

tivo, lo cual da lugar a que usen metodologías cualitativas. De hecho, el análisis de contenido es la opción que más veces se usa para examinar la representación de las identidades LGBT en este tipo de productos.

En el ámbito de la publicidad encontramos dos tendencias. Por una parte se analiza la publicidad exclusivamente dirigida al público LGBT a través de los medios LGBT (Sender, 2003), y por otra las estrategias usadas para incluir referencias al público LGBT dentro de la publicidad dirigida al público general (Tsai, 2010; Oakenfull y Greenlee, 2005).

Por otra parte, se ha argumentado que en muchas ocasiones la radio, en especial la radio deportiva, contribuye a alimentar las ideologías dominantes heteronormativas al reproducir aspectos de la masculinidad tradicional, el sexismo, o el heterosexismo (Nylund, 2004). Otros estudios se han centrado en el papel de las llamadas “radios gay”, es decir, programas de radio producidos y dirigidos a un público homosexual. Estos programas representan la creación de espacios alternativos en los que personas gais y lesbianas son capaces de articular sus identidades marginales y reivindicar su orientación sexual. Además, construyen comunidad al generar sinergias entre la producción y las audiencias (Bosch, 2007). Otro aspecto novedoso es la investigación sobre la capacidad de los oyentes en juzgar la orientación sexual a través de las voces humanas. El enfoque no se centra tanto en identificar si existen voces homosexuales o heterosexuales, sino más bien en evidenciar las posibles consecuencias sociales a las que se enfrenta cualquier persona cuya voz suene como gay o lesbiana, independientemente de su verdadera orientación sexual (Piccolo, 2008).

También se han analizado los documentales de animales como espacios de reproducción y validación del discurso naturalista sobre la sexualidad. Mills (2013) se centra en las representaciones de la sexualidad, la monogamia y la paternidad del mundo animal, y sugiere que la forma en que están representadas recurre a las nociones humanas normalizadas de tales comportamientos. Es decir, argumenta que para dar sentido a la conducta animal, los documentales usan una narrativa que imita al comportamiento humano heteronormalizado. Considera este hecho de suma importancia, ya que comúnmente ha sido el comportamiento animal el que se ha utilizado como evidencia para justificar la supuesta “naturalidad” de la heterosexualidad. En esta misma línea, también se ha discutido el rol de los documentales sobre animales para contribuir a romper el mito de la anti-naturalidad de la homosexualidad mediante el uso estra-

tético de ejemplos de familias homoparentales del mundo animal, como es el caso de los pingüinos (Sturgeon, 2010).

Asimismo, se ha investigado sobre las posibilidades de negociación entre lo normativo y la subversión que pueden llegar a ofrecer los videojuegos. En estos espacios los jugadores pueden desarrollar su imaginación y poner en práctica una serie de deseos personales que les permiten desenvolver posibilidades complejas que van desde la creación del personaje, la ejecución del juego o el desarrollo de la narrativa (Chang, 2015). No obstante, la mayoría de las investigaciones recuerdan que la construcción de la sexualidad dentro de los entornos de juego sigue tendiendo a crear una atmósfera opresiva para las personas que no se adhieren a un estilo de vida heteronormativo (Pulos, 2013).

En relación a los videos musicales, se han discutido sobre todo los actos retóricos y estrategias visuales de ruptura con el modelo heteronormativo que se manifiestan en los videoclips de algunos artistas como George Michael, Lady Gaga o Madonna (Kooijman, 2004; Tortajada y Araña, 2014).

El porno, quizá la máxima expresión mediática de los placeres puramente sexuales, ha sido igualmente considerado desde la academia. Se discuten sobre todo los desafíos que el post-porno vierte al porno convencional heteronormativo, el cual garantiza el orden binario de dos géneros, otorga el control del placer a la mirada masculina, proclama la penetración como *summum* del acto sexual y confiere roles activo-pasivo en base a relaciones de poder fundadas en el patriarcado (Garlick, 2011). En contra, el post-porno cuestiona todos estos supuestos y explora nuevas posibilidades. De hecho, los cuerpos producidos desde el post-porno *queer* difieren claramente de los seleccionados y presentados en el porno convencional heteronormativo (Offermann, 2012). El debate desde la perspectiva comunicativa se sitúa en el efecto que puede tener el porno a la hora de educar a los consumidores sobre sus propias prácticas sexuales, ya que se considera que el porno convencional instala el paradigma heteronormativo en sus hábitos e idearios (Schorn, 2012).

También se ha analizado los retos del periodismo deportivo ante la reciente visibilización de deportistas abiertamente homosexuales (Kian y Anderson, 2009). Los estudios de Lenskyj (2013), centrados en el nexo entre el deporte, el género y los medios de comunicación, señalan que las experiencias lesbianas se han investigado con mayor profundidad que

las de los hombres gais en este campo. Su reflexión es que esto responde al ideario social que establece que el deporte, como actividad física, es cosa de hombres, por lo que genera la falsa percepción de que en el deporte todos los hombres son heterosexuales y todas las mujeres son lesbianas. La mayoría de estos estudios utiliza marcos construccionistas relativamente estables de las identidades sexuales para investigar el funcionamiento de heteronorma. Por ejemplo, un estudio sobre el rugby femenino en los medios de comunicación del Reino Unido y Australia identificaba la omnipresencia de la heterosexualidad obligatoria en los medios impresos, a la vez que se asumía que las jugadoras poseían identidades lesbianas o heterosexuales estables (Skyes, 2007). Esto ha llevado a cuestionar el modo en que se asumen las identidades sexuales, también a la hora de considerarlas en el diseño de las investigaciones. La sexualidad se percibe como una identidad estable. No obstante algunos académicos discuten si la sexualidad es estable durante toda la vida o, por el contrario, es fluida y maleable. La visión esencialista sostiene que la orientación y el deseo sexual son fundamentalmente biológicos, y por lo tanto no cambian durante toda la vida (Maccio, 2011). Sin embargo, Lisa M. Diamond (2008) asegura que, al igual que la identidad, las preferencias sexuales pueden ser cambiantes a lo largo del tiempo. La autora emplea el concepto *sexual fluidity* para explicar que las preferencias sexuales, las actitudes, los comportamientos y la identidad pueden ser flexibles en algún grado. Otros conceptos que también se han usado para dar cuenta de las variaciones en el comportamiento sexual y el desarrollo de la identidad son los de *heteroflexibilidad* u *homoflexibilidad*. En relación con los medios de comunicación, estos últimos se han estudiado sobre todo desde el punto de vista de la heteroflexibilidad femenina (Frohard-Dourlent, 2012; Thompson, 2006). Este fenómeno también ha sido criticado por ofrecer en ocasiones una construcción de la mujer heteroflexible como “hot lesbian”, desde una mirada masculina heterosexual. Hecho que, en cambio, no se produce con los hombres heteroflexibles (Jackson y Gilbertson, 2009).

En cuanto a los perfiles de edades de las audiencias, pueden distinguirse fundamentalmente tres grupos a la hora de realizar los análisis: infantil, juvenil y adulto. Gran parte de las investigaciones consideran el público adulto, entendido en términos de público general. No obstante, algunos investigadores se han parado a considerar de manera específica la incidencia de la heteronormatividad en el público infantil y juvenil.

Raley y Lucas (2006) recuerdan que a menudo se tiende suprimir cualquier referencia a la diversidad sexual en el contenido infantil. Otros autores denuncian que los dibujos animados funcionan como vehículos socializadores de la heteronormatividad, ya que se trata de espacios producidos por adultos, con arraigadas ideologías heteronormativas, de modo que la identidad de los menores se forma sujeta a esta misma ideología (Summers, 2011). Bajo esta premisa se han analizado los mecanismos de construcción del heterosexismo en las películas infantiles y el poder que esto finalmente le confiere a la ideología heteronormativa (Martin y Kazyak, 2009). Algunos autores, buscando encontrar un punto de optimismo dentro de esta industria infantil marcadamente heteronormativa, han tratado de localizar rupturas *queer* en los productos infantiles y revelan indicios de resistencia a esta ideología (Dennis, 2009). No obstante, los resultados que plantean se basan en argumentaciones demasiado interpretativas e insuficientemente explícitas, tratando de ver representaciones de diversidad sexual en contextos como amistades íntimas del mismo sexo, expresiones inclusivas o escenas que supuestamente hacen alusión a la existencia de deseo del mismo sexo.

En el contenido juvenil, en cambio, la tendencia no solamente apunta a una mayor inclusión y normalización, sino que además se ha discutido ampliamente la importancia de este tipo de contenido dirigido al público joven por el efecto positivo que tiene en el desarrollo del autoestima y las identidades de jóvenes LGBT (Bond *et al.*, 2009). Éstos obtienen de los medios de comunicación los modelos y referentes con los que sentirse identificados que en la mayoría de los casos no hubieran podido obtener en sus relaciones interpersonales cotidianas (Gomillion y Giuliano, 2011; Evans, 2007; McKee, 2000). No obstante, Bond *et al.* (2009) indican que los medios masivos tradicionales no siempre sirven como fuente de información primaria para los individuos LGTB, principalmente debido a la falta de auto-identificación, por lo que en muchas ocasiones recurren al uso de Internet para tales fines. En este sentido, se han examinado las posibilidades que Internet ofrece para que las personas LGBT visibilicen y exploren sus subjetividades, o incluso como plataformas donde rearticular los discursos tradicionales transformándolos en clave *queer* (Dhaenens, 2012b; Wuest, 2014). También se ha analizado el nexo entre Internet y otros medios, con el fin de explorar las posibilidades pedagógicas que Internet puede ofrecer. En un estudio llevado a cabo por Masanet y Buckingham (2015) se exploran las comunidades de

foros online de las series de ficción televisivas. En su análisis comparaban las discusiones de los participantes sobre la serie y los personajes, por una parte, con sus discusiones sobre sus propias experiencias personales, por otra. Encontraron que la presentación en la serie de cuestiones sobre la sexualidad desafía a los jóvenes a ir más allá de los discursos establecidos y a cuestionar sus propias experiencias vitales.

Otro aspecto a destacar es que la mayor parte de las investigaciones centran su análisis en evaluar el contenido de los productos mediáticos, dejando casi inexplorado el entorno de recepción. Se podrían agrupar las formas en que se ha abordado el estudio de la recepción dentro del ámbito de la heteronormatividad fundamentalmente bajo dos enfoques. Estos se distinguen principalmente por el *target* sobre el cual focalizan su atención: la audiencia general, asumida generalmente como audiencia heterosexual, y el público LGBT. Bajo el primer enfoque se han analizado la conexiones entre la exposición y/o el consumo de los medios de comunicación y las actitudes de aceptación de los espectadores hacia la homosexualidad. Bajo el otro, la influencia de los medios sobre las personas LGBT en la construcción de sus propias identidades sexuales.

En relación al primer enfoque, Bonds-Raacke *et al.* (2007) llevaron a cabo una investigación cuyo objetivo era examinar los efectos que producen las representaciones mediáticas de personajes homosexuales sobre la audiencia general. Los resultados indicaron que quienes tenían recuerdos positivos de personajes homosexuales mostraban después una actitud más positiva hacia las personas homosexuales que quienes tenían recuerdos negativos de los personajes. Este tipo de resultados demuestran la importancia de los modelos positivos en los medios de comunicación como herramientas de transformación de las actitudes sociales.

En cuanto al segundo enfoque, Gomillion y Giuliano (2011) analizaron la influencia de los medios de comunicación sobre las identidades de personas gays, lesbianas y bisexuales (GLB). Sus resultados indican que los medios de comunicación influyen en su auto-comprensión, formación de identidad y proceso de salir del armario, al proporcionarles modelos e inspiración. Sus hallazgos sugieren que el aumento de la disponibilidad de modelos de conducta GLB en los medios puede influir positivamente en sus identidades, ya que, de acuerdo con ellos, los modelos mediáticos sirven como fuentes de enorgullecimiento, inspiración y consuelo.

3. NUEVOS HORIZONTES DE INVESTIGACIÓN: POLÍTICAS, CONCEPTOS Y ESPACIOS

De acuerdo con Fejes y Petrich (1993), uno de los objetivos fundamentales del movimiento LGBT es lograr una visibilidad positiva en los medios de comunicación. No obstante, Raley y Lucas (2006) se cuestionan qué tipo de visibilidad entendemos por positiva, ya que, aunque se haya incrementado notablemente la visibilidad en los últimos años, ésta tiende a caer en representaciones fuertemente estereotipadas en gran parte de los casos.

Ante la cuestión sobre si cualquier tipo de visibilización es beneficiosa, se ha encontrado apropiado comprenderlo como un proceso temporal, más que juzgarlo únicamente por las condiciones dadas en un momento determinado. En este sentido, es oportuno retomar las teorías de Clark (1969), quien establece cuatro etapas en la representación mediática de los grupos minoritarios: no-representación, ridiculización, normalización y respeto. Estas etapas responden de manera genérica a la representación de cualquier grupo minoritario, por lo que quizá convendría actualizarlas en términos del caso específico de la diversidad sexual e incluir más elementos asociados con la etapa más problemática: la de “ridiculización”. Fejes y Petrich (1993) indicaron que el discurso mediático dominante también se ha caracterizado por definir tradicionalmente la homosexualidad como perversión, enfermedad y/o crimen.

No obstante, varios autores recuerdan que el propio uso de categorías identitarias en ocasiones revierte en la promoción del discurso esencialista. Situar el análisis de la heteronormatividad sobre categorías sexuales esencialistas puede llegar a resultar contraproducente desde un punto de vista *queer* (De Ridder *et al.*, 2011), sobre todo si el análisis se centra de manera exclusiva en la homosexualidad como categoría. Hacer esto supone estar reforzando la propia idea de la que se pretende huir, ya que focalizar en la homosexualidad como eje de análisis no permite desvincularla de una reminiscencia problematizadora. Al contrario, la estigmatiza al tiempo que naturaliza la heterosexualidad. Por esta razón, algunos estudios proponen situar el foco de análisis sobre la construcción de la heterosexualidad en lugar de hacerlo sobre la homosexualidad, como mecanismo a través del cual poder exponer el carácter de construcción cultural que posee y así desnaturalizarlo (Coates, 2013). Así, algunos estudiosos han acuñado el término de *heterosexual script* para hacer

referencia al discurso sexual heteronormativo y dominante que plantea la heterosexualidad como el único comportamiento sexual apropiado y normal para hombres y mujeres (Kim *et al.*, 2007).

Otro enfoque novedoso gira en torno al concepto de *homonormatividad* (Brown, 2012), que también ha sido considerado en relación a los medios de comunicación (Ng, 2013). Se trata de un concepto que da cuentas de la domesticación y homogeneización de las identidades homosexuales bajo los estándares heteronormativos como requisito para ser asimiladas e incorporadas dentro de la sociedad y así evitar el rechazo. Es decir, es una normalización de la diversidad sexual, la cual pasa por una jerarquización que privilegia un tipo determinado de identidad homosexual. Concretamente beneficia a quienes imitan el patrón de la heterosexualidad. En el caso de un hombre gay se valora que sea masculino, monógamo, cisgénero, etc. Consecuentemente, se produce una re-marginalización del resto de identidades o expresiones (trans, butch, intersexuales, queer, camp, pansexuales, etc.), incluso dentro del propio colectivo.

Por otra parte, tradicionalmente se ha estudiado la existencia de representaciones LGBT dentro del contenido generalista (*mainstream media*). Es decir, un intento de pescar manifestaciones LGBT dentro de un mar mediático marcadamente heterosexual. No obstante, el mercado de consumo LGBT se ha expandido enormemente en los últimos años (Branchik, 2002), propiciando la aparición de productos mediáticos dirigidos a, o creados por, un público LGBT. Este incipiente fenómeno ha abierto un nuevo ámbito de análisis sobre la heteronormatividad en la comunicación. Bond (2015) bautiza este tipo de productos mediáticos bajo el nombre de *GLO* (Gay and Lesbian Oriented) *media*. Lo define como una industria de productos mediáticos diseñados, producidos y comercializados específicamente para el público gay y lésbico que se ha vuelto cada vez más accesible. El concepto que este autor propone deja fuera otras identidades políticas, como la transexual, que quizá convendría incluir explícitamente de cara a futuros análisis. En su estudio, Bond cuantifica la representación del sexo y la sexualidad en este género. Sus resultados confirman que las representaciones LGB (lesbianas, gais y bisexuales) se producen con mayor frecuencia que las representaciones heterosexuales en los productos GLO; un hecho tal vez previsible pero que ayuda a asentar las características que servirán para definir este tipo de productos. También revelan que los hombres homosexuales aparecen significativamente más que las mujeres lesbianas o las personas bisexuales.

Las investigaciones que empiezan a analizar este fenómeno tienden a establecer comparativas entre los productos mediáticos GLO y los *mainstream* sobre las formas en que representan cuestiones como la masculinidad, la feminidad o la sexualidad (Gonsoulin, 2010). Las comparaciones sugieren que los medios GLO no sólo representan las sexualidades LGB con más frecuencia y en más contextos de validación que los medios de tradicionales, sino que además la diversidad tanto de relaciones LGB como de intereses y comportamientos sexuales que aparecen en este tipo de productos indica que las personas LGB son retratadas en situaciones más realistas que en los medios tradicionales (Bond, 2015). Otra de las cuestiones analizadas es el modo en que se auto-representa a sí mismo este colectivo (Hanna, 2010; Goltz, 2007).

No obstante, la existencia de este tipo de medios también abre el debate en cuanto a su efectividad, sobre todo en miras a la normalización social de las diversidades sexuales. Ya que podrían estar fomentando un proceso de guetificación desde el momento en que estos productos son consumidos casi en exclusividad por personas LGBT, de modo que la visibilidad queda restringida al endogrupo. En el apartado sobre la recepción explicábamos que existen dos tipos de público a tener en cuenta al analizar la representación LGBT: la audiencia general y el público LGBT. Los productos mediáticos GLO benefician la parte de auto-identificación para las personas LGBT, pero obstaculizan la parte de visibilización entre la sociedad general, que es beneficiosa para su normalización. La satisfacción por sentirse ya representados en los medios GLO podría llegar a ser perjudicial en dos sentidos: mermar la demanda de representaciones LGBT en los medios *mainstream*, lo cual puede impedir la visibilización entre la sociedad general; y favorecer un sesgo endogrupal que genere identidades desarraigadas del resto de la sociedad.

4. CONCLUSIONES

Tras el repaso del panorama sobre el estudio de la heteronormatividad en su incardinación con la comunicación, observamos que las principales tendencias en la investigación no están relacionadas con la aparición de nuevas metodologías, sino con la incorporación de nuevos razonamientos que funcionan como marcos conceptuales que modifican completa y continuamente la perspectiva desde la cual los académicos organizan y estructuran sus investigaciones. Este hecho confiere a este

campo de estudio una mirada posmodernista que permite a los investigadores seguir explorando las infinitas posibilidades que el género y la sexualidad contienen, cuestionando continuamente los marcos preestablecidos y discutiendo los supuestos universales desde multitud de nuevos enfoques. No obstante, este desarrollo teórico no ha ido de la mano de un mismo ímpetu científico por explorar nuevas metodologías con las que abordar el amplio acervo conceptual con que se ha dotado a este campo. Es decir, no se ha sabido responder metodológicamente con la misma riqueza y complejidad. Por tanto, las nuevas propuestas formuladas desde el ámbito de la investigación sobre la heteronormatividad y la comunicación deberían ir encaminadas a paliar esta carencia. Con tal de consolidarse como campo de investigación, al igual que ocurre en cualquier otro, se plantea necesario conseguir un adecuado equilibrio entre marcos conceptuales y herramientas metodológicas.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo forma parte del Proyecto Nacional de Investigación “Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión” (CSO2011-23786), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España.

Referencias Bibliográficas

- BANDURA, Albert. 2001. “Social cognitive theory of mass communication.” **Media psychology** 3(3): 265-299.
- BOND, Bradley J. 2015. “Portrayals of sex and sexuality in gay-and lesbian-oriented media: A quantitative content analysis”. **Sexuality & Culture** 19(1): 37-56.
- BOND, Bradley J.; HEFNER, Veronica Hefner & DROGOS, Kristin L. 2009. “Information-Seeking Practices during the Sexual Development of Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals: The Influence and Effects of Coming Out in a Mediated Environment”. **Sexuality & Culture** 13(1): 32-50.
- BONDS-RAACKE, Jennifer M.; CADY, Elizabeth T.; SCHLEGEL, Rebecca; HARRIS, Richard J. & FIREBAUGH, Lindsey. 2007. “Remembering gay/lesbian media characters: Can Ellen and Will improve attitudes toward homosexuals?” **Journal of Homosexuality** 53(3): 19-34.

- BOSCH, Tanja E. 2007. "In the pink: gay radio in South Africa". **Feminist Media Studies** 7(3): 225-238.
- BRANCHIK, Blaine J. 2002. "Out in the market: a history of the gay market segment in the United States". **Journal of Macromarketing** 22(1): 86-97.
- BROWN, Gavin. 2012. "Homonormativity: A metropolitan concept that denigrates "ordinary" gay lives". **Journal of homosexuality** 59(7): 1065-1072.
- BUTLER, Judith. 2007. **El género en disputa, El feminismo y la subversión de la identidad**. Paidós, Barcelona (España).
- CAPEZZA, Nicole M. 2007. "Homophobia and Sexism: The Pros and Cons to an Integrative Approach". **Integrative Psychological and Behavioral Science** 41(3-4): 248-253.
- CARRATALÁ, Adolfo. 2011. "Análisis de la relación gay en el periodismo serio". **Miguel Hernández Communication Journal** 2: 155-172.
- CHAMBERS, Samuel A. 2003. "Telepistemology of the closet; or, the queer politics of Six Feet Under". **The Journal of American Culture** 26(1): 24-41.
- CHANG, Edmond Y. 2015. "Love Is in the Air: Queer (Im)Possibility and Straightwashing in FrontierVille and World of Warcraft". **QED: A Journal in GLBTQ Worldmaking** 2(2): 6-31.
- CLARK, Cedric. 1969. "Television and social controls: Some observation of the portrayal of ethnic minorities". **Television Quarterly** 9(2), 18-22.
- COATES, Jennifer. 2013. "The discursive production of everyday heterosexualities". **Discourse & Society** 24(5): 536-552.
- COVER, Rob. 2012. "Mediating suicide: print journalism and the categorization of queer youth suicide discourses". **Archives of sexual behavior** 41(5): 1173-1183.
- DENNIS, Jeffery P. 2009. "The boy who would be queen: Hints and closets on children's television". **Journal of homosexuality** 56(6): 738-756.
- DHAENENS, Frederik. 2012a. "Gay male domesticity on the small screen: queer representations of gay homemaking in six feet under and brothers & sisters". **Popular Communication** 10(3): 217-230.
- DHAENENS, Frederik. 2012b. "Queer cuttings on YouTube: Re-editing soap operas as a form of fan-produced queer resistance". **European Journal of Cultural Studies** 15(4): 442-456.
- DIAMOND, Lisa M. 2008. **Sexual fluidity: Understanding Women's Love and Desire**. Harvard University Press. (Estados Unidos).

- EVANS, Victor D. 2007. "Curved TV: The impact of televisual images on gay youth". **American Communication Journal** 9(3): 7-17.
- FEJES, Fred & PETRICH, Kevin. 1993. "Invisibility, homophobia and heterosexism: Lesbians, gays and the media". **Critical Studies in Mass Communication** 10(4): 396-422.
- FERNÁNDEZ, Josefina. 2006. "Las fisuras del feminismo". **Boletín del proyecto sexualidades, salud y derechos humanos en América latina** 18(2): 1-7.
- FOUCAULT, Michel. 1998. **Historia de la sexualidad. La voluntad del saber**. Siglo XXI, Madrid (España).
- FROHARD-DOURLANT, Hélène. 2012. "When the heterosexual script goes flexible: Public reactions to female heteroflexibility in the Buffy the Vampire Slayer comic books". **Sexualities** 15(5-6): 718-738.
- GALTUNG, Johan. 2003. **Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización**. Bakeaz/Gernika Gogoratuz, Bilbao (España).
- GARLICK, Steve. 2011. "A new sexual revolution? Critical theory, pornography, and the Internet". **Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie** 48(3): 221-239.
- GOH, Debbie. 2008. "It's the Gays' Fault. News and HIV as Weapons Against Homosexuality in Singapore". **Journal of Communication Inquiry**. 32(4): 383-399.
- GOLTZ, Dustin Bradley. 2007. "Laughing at absence: Instinct magazine and the hyper-masculine gay future?" **Western Journal of Communication** 71(2): 93-113.
- GOMILLION, Sarah C. & GIULIANO, Traci. A. 2011. "The influence of media role models on gay, lesbian, and bisexual identity". **Journal of homosexuality** 58(3): 330-354.
- GONSOULIN, Margaret E. 2010. "Liberated and inclusive? An analysis of self-representation in a popular lesbian magazine". **Journal of homosexuality** 57(9): 1158-1173.
- GONZÁLEZ DE GARAY DOMÍNGUEZ, Beatriz. 2009. "Ficción online frente a ficción televisiva en la nueva sociedad digital: diferencias de representación del lesbianismo entre las series españolas para televisión generalista y las series para Internet". **ICONO 14**. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://eprints.ucm.es/9856/>
- GRAMSCI, Antonio. 2010. **Cartas desde la cárcel**. Veintisiete letras, Madrid (España).
- HACKL, Andrea M.; BOYER C., Reyn & GALUPO, M. Paz. 2013. "From "gay marriage controversy"(2004) to "endorsement of same-sex marriage"

- ge”(2012): Framing bisexuality in the marriage equality discourse”. **Sexuality & Culture** 17(3): 512-524.
- HAMER, Judah S. 2003. “Coming-out: Gay males’ information seeking”. **School Libraries Worldwide** 9(2): 73-89.
- HANNA, Jonathan A. 2010. “Closet Space: Investigating Gay Identity through Advertising in Gay Media”. **Graduate Theses and Dissertations**. University of South Florida. Disponible en <http://scholar-commons.usf.edu/etd/3667>
- HELLER, Dana. 2011. “Visibility and Its Discontents: Queer Television Studies”. **GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies** 17(4): 665–676.
- HEREK, Gregory. M. 1996. “Heterosexism and homophobia”. En CABAJ, Robert y STEIN, Terry S. (Ed). **Textbook of homosexuality and mental health**. XLIII, 101-113. American Psychiatric Association, Arlington (Estados Unidos).
- JACKSON, Sue & GILBERTSON, Tamsyn. 2009. “Hot Lesbians’: Young People’s Talk About Representations of Lesbianism”. **Sexualities** 12(2): 199-224.
- KIAN, Edward (Ted) M. & ANDERSON, Eric. 2009. “John Amaechi: Changing the way sport reporters examine gay athletes”. **Journal of Homosexuality** 56(7): 799-818.
- KIM, Janna. L.; SORSOLI, C. Lynn; COLLINS, Katherine; ZYLBERGOLD, Bonnie; SCHOOLER, Deborah & TOLMAN, Deborah L. 2007. “From sex to sexuality: exposing the heterosexual script on primetime network television”. **Journal of sex research** 44(2): 145–157.
- KIMMEL, Michael. S. 1997. “Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina”. En VALDÉS, Teresa y José OLAVARRÍA (eds.): **Masculinidad/es: poder y crisis** 49-62. ISIS-FLACSO: Ediciones de las Mujeres 24: 49-62.
- KOOIJMAN, Jaap. 2004. “Outside in America George Michael’s Music Video, Public Sex and Global Pop Culture”. **European Journal of Cultural Studies** 7(1): 27-41.
- LENSKYJ, Helen Jefferson. 2013. “Reflections on Communication and Sport On Heteronormativity and Gender Identities”. **Communication & Sport** 1(1-2): 138-150.
- LIEBLER, Carol M.; SCHWARTZ, Joseph & HARPER, Todd. 2009. “Queer Tales of Morality: The Press, Same Sex Marriage, and Hegemonic Framing”. **Journal of Communication** 59(4): 653-675.

- MACCIO, Elaine M. 2011. "Self-reported sexual orientation and identity before and after sexual reorientation therapy". **Journal of Gay & Lesbian Mental Health** 15(3): 242-259.
- DO AMARAL MADUREIRA, Ana Flávia. 2007. "The psychological basis of homophobia: cultural construction of a barrier". **Integrative Psychological and Behavioral Science** 41(3-4): 225-47.
- MARINI, Lorenzo; MEDINA-BRAVO, Pilar & RODRIGO-ALSINA, Miquel. 2010. "Prensa on-line y transexualidad: análisis de la cobertura periodística del caso de Thomas Beatie". **Estudios sobre el Mensaje Periodístico** 16: 291-306.
- MARTIN, Karin A. & KAZYAK, Emily. 2009. "Hetero-Romantic Love and Heterosexiness in Children's G-Rated Films". **Gender and Society** 23(3): 315-336.
- MASANET, Maria-Jose & BUCKINGHAM, David. 2015. "Advice on life? Online fan forums as a space for peer-to-peer sex and relationships education". **Sex Education** 15(5), 486-499.
- MCCOMBS, Maxwell. 2004. **Setting the agenda: the mass media and public opinion**. Polity, Oxford (Reino Unido).
- MCKEE, Alan. 2000. "Images of gay men in the media and the development of self esteem". **Australian Journal of Communication** 27(2): 81-98.
- MILLS, Brett. 2013. "The animals went in two by two: Heteronormativity in television wildlife documentaries". **European Journal of Cultural Studies** 16(1): 100-114.
- MORISON, Tracy & REDDY, Vasu. 2013. "Familiar claims: Representations of same-gendered families in South African mainstream news media". En C. LUBBE & J. MARNELL (Eds.) (pp. 21-49). **Home affairs: Rethinking lesbian, gay, bisexual & transgender families in contemporary South Africa**. Fanele Press, Johannesburg (Sudáfrica).
- MOSCOWITZ, Leigh M. 2010. "Gay marriage in television news: Voice and visual representation in the same-sex marriage debate". **Journal of Broadcasting & Electronic Media** 54(1): 24-39.
- N.G, Eve. 2013. "A "Post Gay" Era? Media Gaystreaming, Homonormativity, and the Politics of LGBT Integration". **Communication, Culture & Critique** 6 (2): 258-283.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. 1995. **La espiral del silencio**. Paidós, Barcelona (España).
- NYLUND, David. 2004. "When in Rome: Heterosexism, homophobia, and sports talk radio". **Journal of Sport & Social Issues** 28(2): 136-168.

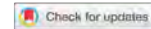
- OAKENFULL, Gillian K. & GREENLEE, Timothy B. 2005. "Queer eye for a gay guy: Using market specific symbols in advertising to attract gay consumers without alienating the mainstream". **Psychology & Marketing** 22(5): 421-439.
- OFFERMANN, Stefan. 2012. "Dildos and Cyborgs: Feminist Body-Politics in Porn from the 1970s to Posthumanism". **Gender Forum** 37.
- OTT, Brian L. & AOKI, Eric. 2002. "The politics of negotiating public tragedy: Media framing of the Matthew Shepard murder". **Rhetoric & Public Affairs** 5(3): 483-505.
- PICCOLO, Fabiana. 2008. "Perceived sexual orientation and attitudes towards sounding gay or straight". **University of Pennsylvania Working Papers in Linguistics** 14(2): 16.
- PEREZ PINO, Nádia. 2007. "A teoria queer e os intersex: experiências invisíveis em corpos desfeitos". **Cadernos Pagu** 28: 149-174.
- PULOS, Alexis. 2013. "Confronting Heteronormativity in Online Games a Critical Discourse Analysis of LGBTQ Sexuality in World of Warcraft". **Games and Culture** 8(2): 77-97.
- RALEY, Amber B. & LUCAS, Jennifer L. 2006. "Stereotype or success? Prime-time television's portrayals of gay male, lesbian, and bisexual characters". **Journal of Homosexuality** 51(2): 19-38.
- RICH, Adrienne. 1980. "Compulsory heterosexuality and lesbian existence". **Signs** 5(4): 631-660.
- DE RIDDER, Sander; DHAENENS, Frederik & VAN BAUWEL, Sofie. 2011. "Queer theory and change: Towards a pragmatic approach to resistance and subversion in media research on gay and lesbian identities". **Observatorio** 5(2): 197-215.
- SCHORN, Johanna. 2012. "Subverting Pornormativity: Feminist and Queer Interventions". **Gender Forum**. 37.
- SCOTT, James. 1990. **Domination and the art of resistance: hidden transcripts**. Yale University Press, Michigan (Estados Unidos).
- SEDGWICK, Eve Kosofsky. 1998. **Epistemología del armario**. Ediciones de la Tempestad, Barcelona (España).
- SEIDMAN, Steven. 2009. "Critique of compulsory heterosexuality". **Sexuality Research and Social Policy** 6(1): 18-28.
- SENDER, Katherine. 2003. "Sex sells: Sex, taste, and class in commercial gay and lesbian media". **GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies** 9(3): 331-365.

- SKYES, Heather. 2007. "Queering theories of sexuality in sport studies". En CAUDWELL, Jayne. (Ed.) (pp. 13-32). **Sport, sexualities and queer/theory**. Routledge, New York (Estados Unidos).
- STURGEON, Noël. 2010. "Penguin family values: The nature of planetary environmental reproductive justice". En MORTIMER-SANDILANDS, Catriona & Bruce ERICKSON (Eds.) (pp. 102-133). **Queer ecologies: Sex, nature, politics, desire**. Indiana University Press, Indiana (Estados Unidos).
- SUMMERS, Emily J. 2011. "Heteronormative Assumptions Embedded in the Cartoonworld and Beyond". En WHITE, Cameron (Ed.) (pp. 175-193). **Journeys in Social Education**. SensePublishers, Rotterdam (Países Bajos).
- THOMPSON, Elisabeth Morgan. 2006. "Girl friend or girlfriend? Same-sex friendship and bisexual images as a context for flexible sexual identity among young women". **Journal of Bisexuality** 6(3): 47-67.
- TORTAJADA, Iolanda. & ARAÜNA, Nuria. 2014. "Mujeres, violencia y pos-feminismo en los vídeos de Madonna". **Área Abierta** 14(3): 23-41.
- TSAI, Wan-Hsiu Sunny. 2010. "Assimilating the Queers: Representations of Lesbians, Gay Men, Bisexual, and Transgender People in Mainstream Advertising". **Advertising & Society Review** 11(1).
- WARNER, Michael. 1991. "Introduction: Fear of a queer planet". **Social Text** 29(29): 3-17.
- WITTIG, Monique. 2006. **El pensamiento heterosexual y otros ensayos**. EGALES, Madrid (España).
- WUEST, Bryan. 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).
- YEP, Gust A. 2003. "The violence of heteronormativity in communication studies: notes on injury, healing, and queer world-making". **Journal of homosexuality** 45(2-4): 11-59.

2.3 Publicación 3: Artículo de revista - Journal of Homosexuality

Ventura, R., Rodríguez-Polo, X.R., & Roca-Cuberes, C. (2018). ['Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women': Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news](#). *Journal of Homosexuality*. DOI: 10.1080/00918369.2017.1422947

ISSN 0091-8369



“Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women”: Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news

Rafael Ventura, MA ^a, Xosé Ramón Rodríguez-Polo, PhD ^b, and Carles Roca-Cuberes, PhD ^a

^aDepartment of Communication, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain; ^bDepartment of Communication and Sociology, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, Spain

ABSTRACT

Surrogacy is beginning to generate public debate, and the way the media approach it may have negative effects on social attitudes toward gay parenting. The news media play a key role in informing society, especially about topics such as surrogacy, of which most audiences have no direct experience. The aim of our research is to explore opinion formation of surrogacy and gay parenting by analyzing the audience interpretation of a TV news story in Spain. To do this we conducted four focus groups that were analyzed using a qualitative content analysis based on the discourse produced by the participants. The results show that the framing strategies used in the news story contribute to advocating an attitude of repudiation toward surrogacy, with an adverse sentiment also extending to homosexual couples who wish to become parents. This leads us to discuss the role of media in shaping public opinion and the resulting potential consequences in the case of surrogacy and gay parenting.

KEYWORDS

Surrogacy; gay parenting; women's commodification; outsourcing pregnancy; media audience; framing effects; attitudes formation

Attitudes toward homosexuality reveal a growing acceptance worldwide (Kite & Bryant-Lees, 2016; Pew Research Center, 2013, 2017; Twenge, Sherman, & Wells, 2016), mainly due to the progressive endorsement of LGBTQ rights and the legal recognition of same-sex marriage (Hooghe & Meeusen, 2013). However, the same cannot be said when other components of gay men's lives enter the discussion, one of which is parenting. According to contemporary studies, the majority of Western societies are in favor of same-sex marriages but remain resistant to same-sex parenting (EOS Gallup Europe, 2003; Gato & Fontaine, 2016; Webb, Chonody, & Kavanagh, 2017). Results have shown that gay male parenting provokes more negative attitudes than lesbian parenting, and it is also linked with negative opinions on reproductive techniques (Ioverno et al., 2017). Gay parenting and the means to achieve it are triggering public debate. To become parents, many gay couples (also

CONTACT Rafael Ventura  rafael.ventura@upf.edu  Department of Communication, Universitat Pompeu Fabra, Roc Boronat, 138, Barcelona 08018, Spain.

© 2018 Taylor & Francis

heterosexual couples and singles) resort to surrogacy, an assisted reproduction technique, on which there is as yet no clear social position (Constantinidis & Cook, 2012; Norton, Hudson, & Culley, 2013; Wennberg, Rodriguez-Wallberg, Milsom, & Brännström, 2016). This is due largely to the general population's unfamiliarity with the technique, added to a lack of interpersonal contact with same-sex parented families (Costa, Pereira, & Leal, 2015).

The media play an important role in shaping audience perception and judgment of social concerns, particularly in issues of which the general public has insufficient knowledge or no direct experience (Dowler, 2003; Happer & Philo, 2013). In our study we focus on the social attitudes formed by television news programs in Spain regarding the use of surrogacy, specifically by homosexual couples. While TV news programs may aim to produce objective and informative content, they also construct discourses about reality that might lead to the promoting of certain normative practices. The framing effects are important in our study, as the way in which a certain piece of information is framed influences the perception of the audience about the meanings attributed to the narrated elements and, therefore, in their behavior or attitudes toward them.

The debate around surrogates: Human vessels or solidarity women?

We understand surrogacy as the process by which a woman gestates a baby on behalf of prospective parent(s) who cannot carry a pregnancy to term without help, whether these are single individuals or couples, heterosexual or homosexual. In the process, the egg is fertilized through in vitro fertilization (IVF) and then placed in the surrogate's womb. There are two types of surrogacy: *traditional* (or genetic) *surrogacy* and *gestational surrogacy*. In traditional surrogacy, the surrogate's own egg is fertilized by the intended father's sperm, making her the genetic mother. In gestational surrogacy, the egg is provided by the intended mother or a donor, whereby the surrogate has no genetic connection to the child. In both cases the intention is that the baby born through this technique becomes the son or daughter of the prospective parent(s), and the surrogate will not be the mother of the baby to which she gives birth. This is established by a prior agreement between the parties involved, that is, the woman who will be carrying and giving birth to the baby (surrogate) and the person or people who will be the parent(s) of the baby. The agreement is usually handled through an agency acting as an intermediary. There are, therefore, two types of surrogacy agreements depending on the nature of its retribution: in *altruistic surrogacy* a woman volunteers to carry a pregnancy for intended parent(s) while gaining no monetary profit in return beyond reimbursement of expenses associated with pregnancy and birth. *Commercial surrogacy*, in contrast, has a profit-

making purpose, and the surrogate, in addition to pregnancy-related expenses, receives monetary compensation for her services.

There is significant open debate around the use of surrogacy, with opinions strongly in favor or against, regarding regulating or prohibiting it. In Spain there are various platforms that support its legalization (formed mainly by people who have achieved their family through surrogacy or who wish to do so) and associations linked to the LGBT movement that also back it. However, the most vociferously against are certain feminist groups and pro-family organizations closely tied to the Catholic Church. This is one of the few debates in which feminism and the Catholic Church coincide. Nevertheless, the feminist position centers on an ethical position, strongly criticizing exploitation of a woman's body. They maintain that a woman's body cannot be hired out, either partially or totally, and they believe that surrogacy is not an assisted reproduction technique but an example of "extreme obstetric violence" (Larrañeta, 2016). Meanwhile, the pro-family collective takes a moral stance in favor of the traditional social construct of the family, i.e., they reject any technique that entails the dissociation of husband and wife and claim that the child must "be conceived, carried in the womb, brought into the world and brought up within [heterosexual] marriage" (Ratzinger, 1987).

The major opposing viewpoints can be divided into arguments on welfare, exploitation, and commodification (Humbyrd, 2009). However, the complexity of surrogacy is also surrounded by issues such as neocolonialism, transnationality, women's oppression, neoliberalism, and heteronormative routines of reproduction (DasGupta & Dasgupta, 2014).

One of the major concerns regarding surrogacy is welfare. Those who oppose it believe that it may damage the child or the surrogate—the "harm argument" (Agnafors, 2014). This argument puts forward the prejudicial consequences of surrogacy and the potential effects that the entire process, and in particular the handing over of the baby, may have on the surrogates, their family members, as well as the babies themselves (Tieu, 2009). Apart from the significant health cost involved for pregnant women, academic research indicates that the only major complications of surrogacy are ethical or legal (Brinsden, 2003). More specifically, most of these studies on long-term effects of surrogacy, including longitudinal studies and those conducted in different cultural contexts, have shown that:

- (1) In general, the experience of surrogacy was important and very positive for most surrogates, who were well motivated and rarely had difficulty separating from the child. They did not express regrets about their involvement in surrogacy, nor did they appear to experience any major psychological problems as a result of the surrogacy

arrangement (Jadva, Imrie, & Golombok, 2014; Jadva, Murray, Lycett, MacCallum, & Golombok, 2003; Lamm, 2012; MacCallum, Lycett, Murray, Jadva, & Golombok, 2003; Ruiz-Robledillo & Moya-Albiol, 2016; Söderström-Anttila et al., 2016; van den Akker, 2003).

- (2) The own children of surrogates do not experience any negative consequences as a result of their mother's decision to be a surrogate (Jadva & Imrie, 2014).
- (3) Children born by gestational surrogacy do not differ in their levels of psychological adjustment compared to naturally conceived children (or those conceived through egg donation); further, the absence of a genetic and/or gestational link between parents and their child does not have a negative impact on parent-child relationships or the psychological wellbeing of mothers, fathers, or children (Bos & Van Balen, 2010; Golombok et al., 2006, 2011; Ruiz-Robledillo & Moya-Albiol, 2016; Shelton et al., 2009).
- (4) The impact of disclosure is generally positive. The majority of surrogacy parents tell their child how they were born. Surrogacy families maintained good relationships with the surrogate over time, and children felt positive about their surrogate mother and their surrogacy birth (Blake et al., 2016; Jadva, Blake, Casey, & Golombok, 2012; Readings, Blake, Casey, Jadva, & Golombok, 2011).

The exploitation argument is the claim that commercial surrogacy is morally objectionable because it is exploitative for women (Panitch, 2013; Wilkinson, 2003). Feminist scholars have stated that “we cannot ignore the fact that commercial surrogacy of maternity is fed by a feminization of poverty and counter-geographies of globalization” (De Miguel & Nuño, 2016). This argument clearly alludes to specific cases of commercial surrogacy in developing countries. However, some scholars consider it a weak argument for the banning of commercial surrogacy, since (1) employment alternatives for potential surrogates in these countries may be even more exploitative and damaging than paid surrogacy (Humbyrd, 2009; Wilkinson, 2003), and (2) it does not apply to every case in developed countries. These scholars have argued that even if we accept that transnational commercial surrogacy is often exploitative, the exploitation itself is not a direct consequence of the particular practice of commercial surrogacy but rather of neocolonialist processes (Kirby, 2014), that is, the sociopolitical, economic, and cultural contexts between East and West that perpetuate a disparate distribution of power and wealth.

Lastly, the commodification argument is among the most prevalent from a feminist perspective to question the practice of surrogacy (Goslinga-Roy, 2000; Kroløkke & Pant, 2012; Pande, 2014; Scott, 2009; Twine, 2015). Commodification is the action or process of treating something as a mere

product that may be bought and sold. Women's rights activists have argued that surrogacy is a paradigm of oppression of women, as their bodies are reduced to mere baby-producing machines (DasGupta & Dasgupta, 2014). In fact, this argument holds that commercial surrogacy commodifies both the reproductive capacity of the surrogate and the rights of the newborn child, declaring it unethical to treat human beings as resources to satisfy another person's own interests or ends (Orlov & Orlov, 2007). For them, wombs for hire pose a real risk of people trafficking, similar to sexual exploitation or organ trafficking (Pande, 2010a; Wilkinson, 2003). From this perspective, they also have warned that this practice is laced with the eugenic notions of genetic belonging and the genetic selection of the perfect offspring (Pande, 2016; Qadeer, 2009). In this regard, it might be understood that the commodification argument is rooted in the debate about the reasons behind surrogacy. The commodification argument centers on whether the surrogacy is governed by a single motivation: that of the intended parent(s) who want a baby. Furthermore, greater emphasis is placed on the fact that it is a desire, not a right. Under this dialectic, the surrogacy process becomes an end for satisfying the desires and motivations of the intended parent(s) (empowered subjects), which turns the surrogate into a vehicle at the service of others (non-empowered, reified subject), her womb into a baby factory (commodified body), and the baby into a transaction product (commodity).

However, some authors believe the commodification argument against surrogacy is deontological in principle (Orlov & Orlov, 2007), that is, understanding surrogacy as a phenomenon within the labor arena and analyzing it from the hypothesis that its nature is grounded in duty and obligation. Thus this scenario places surrogates as passive victims of the surrogacy process (DasGupta & Dasgupta, 2014; Pande, 2010b; Scott, 2009). Those who argue against, however, consider the possibility of recognizing the surrogate as an empowered subject. Many women who have been surrogates reject the feminist arguments, which detract agency from them as women, and instead argue in favor of their capacity to make personal choices, to have their own valid and legitimate motivations, and, in particular, of asserting their right to make decisions regarding their own bodies (AGSE, 2015; Bromfield, 2016). On this last point, the commodification argument questions whether women are being given control over their bodies, or whether they are being exploited for their individual body parts (Banerjee, 2010). Furthermore, feminist scholars wonder whether surrogates feel freely motivated or obligated due to their feminized poverty conditions and social status (DasGupta & Dasgupta, 2014; De Miguel & Nuño, 2016; Deonandan, Green, & Van Beinum, 2012), and, if freely motivated, whether this is selfless love or money (Anleu, 1992; Pande, 2011). This argument refers directly to cases of transnational commercial surrogacy in poor countries such as India, where there is no consensus about whether a financial incentive may be a legitimate motive or not. Nevertheless,

research carried out in Western contexts has shown that the main reasons that lead women to become surrogates are altruistic: the wish to help a childless couple, selflessness, personal satisfaction, and enjoyment of pregnancy (Imrie & Jadva, 2014; Jadva et al., 2014; Kleinpeter & Hohman, 2000; Markens, 2012; van den Akker, 2003). However, financial reasons were also noted (Söderström-Anttila et al., 2016), especially in commercial surrogacy.

Outsourcing pregnancy: The case of India

As surrogacy is not permitted in the majority of countries (Pande, 2010a), many intended parents resort to transnational surrogacy. Transnational surrogacy is defined as the process of gestational surrogacy in which the surrogate lives in a different country than the intended parent(s), whereby the prospective parent(s) must travel to her country to undertake the surrogacy process (Ruiz-Robledillo & Moya-Albiol, 2016). In most cases, this lack of ties between the parties encourages transnational surrogates to agree to surrogacy as a commercial act, money-making motivated. In transnational commercial surrogacy, Indian surrogates became increasingly popular among intended parents in the last decade, especially in Western nations. Permissive laws, an English-speaking environment, well-equipped private clinics, qualified doctors, and cheaper services attracted intended parents to India (Kumar, Inder, & Sharma, 2013; Pande, 2015; Twine, 2015). Nonetheless, the main reason contributing to this phenomenon was the relatively low cost of the process, particularly when compared to other places where transnational commercial surrogacy is also legal and recurrent, such as California (United States). The entire cost of the surrogacy process in the United States is roughly between €70,000 and €130,000, whereas in India the process costs one third of that (Bailey, 2011; Pande, 2014, 2011; Vora, 2013). This made India the main destination for reproductive tourism (Panitch, 2013). In fact, it became the largest provider of surrogates in the last decade (Agnafors, 2014). According to estimates, more than 25,000 babies are born through surrogacy arrangements in India every year, at least half of them as the offspring of Westerners (Desai, 2012; Shetty, 2012).

Feminist scholars have denounced that the growing demand of surrogates in India has encouraged the development of a commercial surrogacy industry: a growing business of reproductive tourism with negative consequences for Indian women (Deomampo, 2013; Pande, 2015; Rudrappa & Collins, 2015). They suggest this is the result of an acceptance of a neoliberal system, pushed to the extreme, which is manifested in the industrialization of reproduction and the outsourcing of pregnancies (Rudrappa, 2010; Shetty, 2012; Smerdon, 2008; Twine, 2015). International outsourcing of services is a process deployed in the neoliberal economic model in which the fulfilment of some services, such as technical support or customer service, is moved to

poorer countries (the Global South) in order to cut costs (Kedia & Lahiri, 2007). This complex situation heightens the controversy surrounding inequalities between the Global North and the Global South within the arguments used against surrogacy: infant trafficking, commodification, women's oppression and exploitation, wealthy Westerners' consumption supplied by poor countries, and so on. Of special note are the deplorable conditions for women in surrogacy clinics in India, described as "baby factories" or "baby farms" where they live in overcrowded conditions with the sole function of eating and of producing babies (Kroløkke & Pant, 2012; Kumar et al., 2013; Riggs & Due, 2010).

However, a prohibitionist movement is now originating from Asia. Countries such as India, Thailand, and Nepal, which have allowed this technique for years, are starting to limit access to surrogacy in order to protect women from exploitation. In India, for instance, the government has recently approved a bill that bans and penalizes commercial surrogacy services. The "Surrogacy Bill" bans gay people, foreigners, single parents, and unmarried couples from having children through surrogacy. Some have criticized the law, saying it takes away the rights of women, discriminates against gay people, and could lead to an illegal industry (BBC, 2016; The Indian Express, 2016). Meanwhile, it should be noted that commercial surrogacy is still legal in other places, such as Ukraine or California.

The role of the media

Homosexuality is represented in Spanish media through an approach that shows its progressive normalization, and it is generally integrated as another element of Spain's collective identity (Carratalá, 2011; Guasch, 2011). However, there are new, subtle ways of maintaining a certain opposition discourse, which is no longer situated in the etiology of homosexuality but resituated around the practices of homosexual people. Riggs (2012), in his analysis on how LGBT people are represented in the media, detected certain "paradoxes of visibility." In direct relation to a greater appearance of LGBT people in the news, consistent renegotiations are emerging about the legitimate nature or the social acceptability of many of their practices. This is also reinforced by the limited tropes available in the media and the homonormative media representations of LGBT individuals (Ng, 2013). Riggs discussed the negative effects of homonormative representation whereby the type of homosexual represented as legitimately valid is one that most resembles the heterosexual. In this regard, Domínguez and Montalbán (2014) observed that the media prefer to assimilate the experience of gay parenting in heterosexual relationships, minimizing the presence of differential elements. Here, surrogacy is presented as a differentiating component, located outside the norm, by highlighting the biological limitations of homosexual male couples and

their need to seek alternatives beyond their relationship in order to become parents (Riggs & Due, 2013). Furthermore, attribution theory puts forward the hypothesis that heterosexuals' attitudes toward homosexuality are more negative when they are attributed to controllable causes (Frias-Navarro, Monterde-i-Bort, Pascual-Soler, & Badenes-Ribera, 2015). This gives rise to a perception that surrogacy is a controllable desire of homosexual couples, opening the debate between rights and desires.

Research carried out to date indicates that surrogacy is generally constructed in the media as a social problem (Markens, 2012), framing it as a "buying babies" process, and affordable only to well-off people (van den Akker, Fronek, Blyth, & Frith, 2016). Despite the fact that the largest group currently using gestational surrogacy services are heterosexual couples (Crawshaw, Blyth, & van den Akker, 2012; Norton, Crawshaw, Hudson, Culley, & Law, 2015), the media mainly use gay couple cases to construct their news stories around surrogacy (van den Akker et al., 2016).

As we see, the situation is complex and involves many actors, contexts, and factors. Nevertheless, news media, overall, fail to reflect complexities due to their news routines (Becker & Vlad, 2009) and limit the information through which audiences might understand these issues. Having to synthesize information to fit TV airtime or newspaper space may lead to journalistic bias (Hamilton, 2004). The agenda setting theory suggests that the media do not reflect reality as it is, but instead filter and shape it to suit a political agenda (McCombs & Shaw, 1972). Meanwhile, the gatekeeping theory also plays a role in the selective processes of agenda building, since the journalists select specific aspects and display only certain images that confirm their own criteria in judging a specific news story, while disregarding others counter to this viewpoint (Griffin, 2011; Shoemaker & Vos, 2009). This might convey a partial vision to the audience that distorts the global reality of the issues. There has been extensive discussion as to the extent to which the media may influence the dynamics of attitude formation by serving up only a partial picture of a complex reality (Scheufele & Tewksbury, 2007). Three reasonings stand out in close connection to the case study.

First, the media play a key role in informing society, especially in topics of which audiences have no direct knowledge or personal experience (Happer & Philo, 2013). Scholars have found that news media have more potential to influence public opinion with media coverage of unobtrusive issues (Bryant & Oliver, 2009), that is, issues with which people do not have direct personal experience: "because of the lack of direct experience, individuals must rely on mass media for information and interpretation of these issues" (Hester & Gibson, 2007, p. 301).

Second, based on framing theory, Entman (1993) explained that to frame is to select certain aspects of a perceived reality and make them more salient

in a media text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation. That is, frames are outlines created by journalists that steer the way events are understood and narrated. Furthermore, the initial frames of a key event tend to determine how matters referring to the same subject will be presented in the future (Sádaba, 2006). Shanto Iyengar (1994) explored the effects of episodic and thematic framing. He explained that the episodic news frames are embodied as an event-oriented report and illustrate public issues in terms of concrete instances, removed from their context, while thematic framing presents collective or general evidence. He found that there is a preponderance of episodic frames in television news coverage. This may have two effects on the audience: (1) reducing synecdochically the entire subject matter to the case represented, and (2) promoting and guiding attributions of responsibility (Iyengar, 1990).

Third, and last, the second level of agenda setting considers how the agenda of attributes affects public opinion (McCombs & Evatt, 1995). The terminology used to describe a particular event would be an example of intentionally assigning attributes. For example, it is not the same to use the concept “wombs for hire” as “surrogacy.” Likewise, the media may also promote a public discourse of nonacceptance on a particular issue by introducing it as a social problem (Best, 2010): guiding the selection and presentation of news reports by using a frame emphasizing the negative elements—the “problem frame” (Altheide, 1997)—drawing a picture of victims and perpetrators, and removing alternative solutions from public debate (Happer & Philo, 2013).

Research purpose and questions

The purpose of this study is to explore attitude formation about surrogacy and gay parenting by analyzing audience interpretation of a TV news story in Spain. According to the barometer of the Sociological Research Centre, 86.8% of the Spanish population says it finds out about the news from the television, compared to the press (45%) or the radio (35%) as complementary media (CIS, 2016). Television news shows are among the largest audience programs and contain descriptions of the issues that most concern Spanish society, with a global media audience of public service broadcasters of over 8.5 million viewers, according to Kantar Media (2016).

However, there are no significant studies about the reception or interpretation of television news stories, especially on issues related to surrogacy and gay parenting that would enable us to understand the significant contribution of TV news in the formation of social attitudes. With a focus on a news story

about gay parenting through surrogacy, the research questions addressed by this study are:

- RQ1. What are the values transmitted in the news story about surrogacy?
- RQ2. How does “surrogacy” intersect with “gay parenting” in the audience interpretation?
- RQ3. Does interpretation differ according to the age of the audience?

Method

Research design and sampling

Four focus groups were constituted with between 6 and 10 participants of Spanish nationality and of both genders (17 females and 16 males). The groups were divided according to an age variable, since the literature review indicated generational differences concerning the acceptance of homosexuality and same-sex parenting (Baiocco, Nardelli, Pezzuti, & Lingiardi, 2013; Pew Research Center, 2017). Thus two groups of adults (40–60 years) were put together, and two of young people (20–30 years). The focus groups were held in the two largest Spanish cities, two in Madrid (17 participants) and two more in Barcelona (16 participants), to provide discursive diversity based on the reference territory of the participants. (Figure 1).

Several sociodemographic aspects were taken into account when recruiting participants. A strong balance was maintained between the occupational status variables (students, employed people, retired, and unemployed), and a decision was made to prioritize a profile of secondary and university educational level, reducing the diversity of occupations to facilitate dialogue among participants. It was decided to split the groups into young people and adults to detect potential differences, in accordance with previous studies that

GROUP	AGE	LOCATION	GENDER	
			Male	Female
FG1	Adults	Barcelona	5	5
FG2	Young people	Barcelona	1	5
FG3	Adults	Madrid	5	4
FG4	Young people	Madrid	5	3

Figure 1. Composition and distribution of the focus groups by profiles.

indicated that age has an impact on attitudes toward homosexuality and gay parenting, with elders having a stronger prejudice than those younger (Baiocco et al., 2013; Gerhards, 2010).

Materials

In a previous study, Olga van den Akker et al. (2016) detected three main focuses in the media framing of transnational surrogacy: gay parenting, legal complications, and buying babies (affordable only to wealthy people). Susan Markens (2012) also pointed out the media fascination with surrogacy focuses in particular on news stories about the Indian surrogacy industry. To study the participants' attitude formation, we used a Spanish news story about surrogacy that included all these key topics. The selected news story was broadcast at prime time on the Spanish public television channel (La 1), which is the television news program with the largest audience in Spain (Kantar Media, 2016). The news story explained that surrogacy is illegal in Spain, and therefore there are more and more Spanish couples traveling to other countries, such as India, to have a child. The news anchor assures that most are homosexual couples, and, as such, the news story is illustrated through the case of a Spanish gay couple from Barcelona who traveled to India to have their children in a clinic that works with Indian surrogates. In the story, the main argument revolves around the desire of homosexual couples to be parents and the objectifying consequences that the technique of surrogacy may have on the women, who are perceived as mere wombs for hire.

This unit of analysis, "selected on the basis of typicality, uniqueness, success, and so forth" (Merriam, 2009, p. 41), was the perfect basis for generating discussion about surrogacy and gay parenting. The relevance is also evident if we consider Yin's definition (2013, p. 18): "a case study is an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within its real-life context, especially when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident." In fact, the case study enables a holistic description and explanation of the phenomenon and its contextual interpretation (Creswell, 2012).

Advantages of focus group research

The choice of the focus group method responds to the need to compile social meanings around a specific topic and to understand the role media consumption plays in this social process. First, unlike the survey, this qualitative reception analysis method enables the obtaining of responses that are not conditioned by the questions. Second, and unlike in-depth interviews, it

provides for the identifying of a greater variety of perspectives of the research topic and observing firsthand the discussion or explanation of these topics through group interaction, encouraging comprehension beyond that of mere description (Hennink, 2014).

In fact, by encouraging interaction between psychological configuration and the specific social behaviors of group members through a safe environment, the focus group method encourages an appropriate spontaneity and flexibility for exploring the topic, as well as mitigating the interviewer's pressure and rationalization of responses (Madriz, 2003). It is through this interaction that the data generated take on a significant value, as they provide for the emergence of reasons and construction modes of cultural meanings, while, in parallel, their synergetic nature offers evidence of the degree of consensus and diversity of opinions among participants (Morgan, 1997).

The focus group method that uses quota sampling guarantees a substantial representativeness in line with the analytical variables considered important, despite the fact that an analysis of the data collected—which in no way are statistically transferable to the population as a whole—may be more complex as they were generated in the collective dialogue through which the reality is reconstructed.

The focus group, completed through a TV news piece, “offers a means of investigating complex social units consisting of multiple variables of potential importance in understanding the phenomenon” (Merriam, 2009, p. 50). Unlike other methodological approaches, it enables a contextualization of the media and cultural experience and further development of the interpretation and understanding of the audiences that may give rise to generalizations in which the audience itself participates (Stake, 2011).

When carrying out the focus group sessions, nondirective strategies and a semistructured discussion guide were deployed. The planned dynamics evolved in two blocks: the first part of the discussion guide contained open questions to encourage discussion among participants after viewing the informative piece about the news story, while the second part explored in further depth how participants perceived the media's discursive construction of gay parenting through surrogacy.

Once the four sessions had been carried out, the focus groups were transcribed in their original language (Spanish) and then translated into English by a professional translator. A qualitative content analytical approach was applied as the method to examine both the explicit content of the text (manifest language and word use) and the latent meanings (Neuendorf, 2016).

Results: Analysis

Initially, both groups of participants (adults and young people) indicated there was a lack of data and contextual information that prevented them

from forming an evidence-based opinion on what was being explained in the news.

It's hard for me to judge, I don't know if I'm the right person to judge these things, I don't know how to interpret it. Whether a womb for hire is right or not, whether it's the only option they have, whether it's right, wrong, if anyone loses out, whether it's an obligation for a desperate woman to earn some money, whether she's going to be affected for the rest of her life I don't know, I don't know how to interpret it, it's really hard for me. (Male, FG3)

Even so, overall both groups agreed on rejecting surrogacy after seeing the news program. The reason that created most repudiation was the situation of the Indian women portrayed in the news whereby participants related to an unjust exploitation of women in situations of poverty. However, as they made a more detailed analysis of the news they saw a negative message about the homosexual collective that they had not detected initially—negative, because the message the news conveys, according to the participants, is that gays are taking advantage of the women's poverty in countries such as India and are behaving carelessly, with little consideration for the conditions in which these women live and concerned only with achieving their goal of having a baby:

You might start to think the homosexual is bad because he's doing this. (Female, FG2)

It's like saying, look what gays do to become parents. (Male, FG3)

Yes, it's true that La 1 (TV channel) is putting out the news programme with the homosexual issue, as if to say: look what homosexuals do... (Male, FG2)

Meanwhile, aside from the exploitation situation, the group of young people said that they understood the desire of homosexual couples to have a child and the huge obstacles involved. This also occurred with a part of the group of adults. However, unlike the group of young people, another part of the group of adults stated that they are against the idea that homosexual couples should have children, either by surrogacy or otherwise.

That they have kids... mmm the same sex, well, I'm not going to give an opinion on that because I don't know to what extent the child might be damaged, this is a very, very...complex issue in my opinion. (Female, FG3)

Two men, I don't think it's natural, at least to me it's weird, that they want to adopt a child. (Male, FG3)

Interpretation by the young people's group

When the participants were asked to make a spontaneous interpretation of the news story, their initial reactions were of poor engagement. Basically, what came across was an attitude of noninterference regarding decisions or actions by people from other countries, declining to produce ethical or moral evaluations of them and avoiding controversial issues. This discourse then

shifted as the focus group developed, with more critical attitudes transpiring as the debate flourished.

When discussing the news story content, participants shared the sentiment that a partial and fragmented vision is put forward, which they interpreted as a lack of important information. They noted that the deficit of data and contextual information prevented them from forming a balanced opinion on what was being explained in the news story. They blamed a lack of data that would enable a framing of the volume of births achieved through this method:

They don't talk about the number of transactions every year in the embassies, or the adoption rate in Spain or abroad, or what they think is legal or illegal, or adoption and wombs for hire (Male, FG4)

They were also surprised by the fact that there was no reflection of the viewpoint of the women taking part in this process, which—according to the participants—means it is impossible to interpret properly the news story or form an opinion about it:

What I think's missing from this news story is what makes a woman from these countries sell her womb, or rather her baby, I mean, there must be a story behind this that makes her do it. (Female, FG4)

The young people in the groups also pointed out the stereotypical image of homosexuals:

They've chosen them deliberately; they're the classic case (Female, FG4).

During the discussion a change was noted in the young people's opinion. First of all, they evaluated the different situations that appear in the news story: that of the homosexual parents who are adopting and that of the mothers who are hiring out their wombs. On the one hand, they expressed certain sympathy toward the difficulty of couples who wish to have a child and are unable to do so due to legal obstacles, but most of all they stressed the resulting injustice for the Indian women who chose to hire out their wombs. They also stressed the cost of this situation for these women, both emotionally and in terms of health.

And I think it's a bit sad that some people who want to have a child and don't want to adopt have to exploit the poverty of other people in the third world, for peanuts. Because they're also risking the lives of these women in unhealthy conditions, all because they want to have a child and if they can't have one they could always adopt. There are children who don't have parents... (Male, FG2)

Other participants expressed their nonacceptance of this practice by criticizing the depravity resulting from turning maternity into a business:

Whether it's gay or non-gay, wombs for hire I think is a business, and in the end it's a degradation of what it means to have a baby (Female, FG4).

Some participants also called the attitude of parents who decide to adopt through this route frivolous and unnatural:

I think a womb for hire is a whim. You've got a partner and we all know that a male and a female have offspring and two males don't, you have to accept the rules that nature enforces on you. So wanting your offspring to have part of your genes, that's a whim. (Male, FG4)

However, in one of the groups, as the discussion progressed, participants began to change their minds. A more detailed analysis of the news story led them to perceive a negative stance toward homosexuals, which they had not picked up initially. The news story, they said, focused solely on homosexuals, when it is highly likely that there are also heterosexual couples who choose this process. At the end of the analysis several participants ended up stating that the news story has a clearly biased approach that they had not seen at the beginning:

Now that I've heard everyone's opinion and having analysed the news story a bit more in-depth, I think, yes, they have focused it on the area they want. Because usually when you talk about wombs for hire and when you talk about poor countries and what's going on in India, people identify with them and will say that ethically this isn't right. And here I see that they have highlighted gays as well as letting the spokesperson of an association speak about how unethical it is (...) They only let one side speak and they're trying to sell us the idea that with money people can get what they want. (Male, FG4)

Interpretation by the group of adults

In the initial examination, the participants' attention was captured by the fact that there is a business behind adoption. They also underlined the arbitrariness and society's lack of values, the difference between rich and poor countries, and the exploitation of the women who are hiring out their wombs.

It's as if children are a business, to start off with. There is a huge business behind adoption; it's a big money spinner. And the countries, I mean the ones that do nothing, are part of it, in a way. (Male, FG1)

The news story focused solely on homosexuals, which was perceived as a clear lack of information. The absence of references to heterosexual couples implied it is a practice that involves only gay couples, thus painting a specific picture of this group:

The whole time going on about gays, gays. They haven't stopped. They must have said it twenty thousand times (Female, FG1).

During the in-depth analysis, they identified stereotypes relating to the poverty of poor countries versus rich countries, with the situation of the woman in poor countries, and, in particular, with the negative image of the homosexual community. The image of the woman who hires out her womb is intimately related to the poverty of underdeveloped countries and the subhuman conditions in which a lot of people are living:

It shows a lot of hardship: human suffering is what it conveys (Female, FG1).

The image of the homosexual community was considered to be negatively portrayed and clearly stereotyped—negative, because the message that the news story transmitted, according to participants, was that gays exploit these women's poverty in countries such as India and are acting irresponsibly, with no regard for the conditions in which these women live and concerned only with achieving their goal of obtaining a child. This message is reinforced, according to the adults in the groups, through the fact that no heterosexual couples are portrayed and the report focuses only on homosexual couples:

They could have shown a heterosexual couple, not just mentioning them; they could have put the example of a heterosexual couple that does these things too like gays. It's like saying, look what gays do to become parents. (Female, FG3)

Meanwhile, the image portrayed of the gay community was also based on a series of stereotypes, such as how much money they have and how well they live:

And they're wealthy gays, because two unemployed gays for sure couldn't pay that (Male, FG3).

A diversity of opinions was detected among the adults. One part of the participants stated they sympathize with a couple who wishes to have a baby and the need to do so through surrogacy. However, another part was totally against this kind of practice, because they consider it an abuse. Furthermore, a number of participants were also against the fact that homosexual couples should have children.

Those who were in favor of surrogacy had an understanding of people who wish to adopt. Some said they knew of similar experiences to those shown in the news program, and that when they ended up at this option, it was because they tried all other alternatives unsuccessfully:

The thing is that the need to adopt is much stronger than what it's going to cost you. There are people who have taken out second mortgages to have a child (Male, FG1).

Another argument in favor of the practice is the example of certain famous people who have also used surrogacy, despite having a lot more resources

than the rest of the population. Furthermore, they said, you should consider the future of the child adopted, who would grow up in a developed country:

The sad thing about all this is that there's money involved, isn't there? But then you think about the welfare of the children, don't you? How well they'll be looked after and how lucky they'll be. (Female, FG1)

Most participants were against this practice. One of the issues that generated the most repudiation was the situation of the Indian women portrayed in the news.

Living in unhealthy conditions, in a state of abandonment... I find it hard to accept that you want to have a child and you see how they have them all piled up and overcrowded and then you go off with the baby and don't think about them any more. (Male, FG3)

The vast inequality between the conditions of the Indian women who hire out their wombs and parents who decide to produce a child through surrogacy was condemned by many participants. These inequalities were perceived as a demonstration of how developed countries abuse poor countries, which participants described as hypocritical. Money talks, they said, even for bypassing legislation:

You get the feeling that... for people with money, nothing's a problem (Male, FG1).

By extension, this disapproval also was demonstrated toward the people who lend themselves to this kind of practice, and their longing to have a child does not exempt them from criticism:

I'm not blaming so much the person who volunteers, I blame the consumer, maybe it's cruel to call it a product, but this is how they treat it, like a product... it's scandalous that people can be a part of this. (Male, FG3)

Lastly, one part was unconvinced about homosexual couples having children, whether through surrogacy or not.

That they have kids... mmm the same sex, well, I'm not going to give an opinion on that because I don't know to what extent the child might be damaged, this is a very, very ... complex issue in my opinion. (Female, FG3)

Discussion and conclusion

Constant social renegotiations about the legitimate nature of homosexuality or the social acceptability of many of its practices have led current media discourse to be oriented around homonormative representations. However, the fact that homosexual couples resort to techniques such as surrogacy to have children may highlight the limits established by homonormativity. The media play a fundamental role in influencing the way an audience will interpret this

issue, thus forcing a need to analyze attitudes formed by audiences. This is the purpose of this article, and its results indicate new discourse strategies that question the practices of homosexual people and may have negative repercussions on the forming of social attitudes toward them.

When examining the news stories in the focus groups, the participants (audience) situated their positions between the dialectics of subjects who wish to be parents but cannot (gay couples) and other subjects who have the capacity to help them become parents but, by doing so, may be placed in a vulnerable situation (women as surrogates). This fact could be connected to the agenda setting and the gatekeeper theories, as we will see next.

Both groups of participants (young people and adults) spotlighted evidence that made them believe the information presented was biased. That is, at first they detected the gatekeeper function of journalists. Even so, this did not prevent them from forming an opinion and positioning themselves according to their interpretation of the news story, which would be related to the agenda setting of attributes (McCombs & Evatt, 1995).

In accordance with previous studies (Baiocco et al., 2013; Gerhards, 2010), differences between generational groups are confirmed, indicating age as an influential variable on attitudes toward gay parenting, with elders having a stronger prejudice than those younger. However, no significant differences were found between the age groups on their attitudes toward surrogacy.

After watching the news, most participants were against the practice of surrogacy. This could be related to the theories of media (and framing) effects. Not all actual cases of surrogacy are exploitative, but the way in which the media frames surrogacy as an exploitative practice may affect participants' attitudes toward surrogacy. This conclusion is also related to one of the issues that arose from the study by Markens (2012) of media discourse on transnational surrogacy: "Why do the media focus on India?" This question is particularly relevant, given that surrogacy also takes place in many other countries where the situation of surrogates is totally different, such as Canada. The recurring selection of images of women in dreadful conditions (not because they are Indian, but because they live in poor conditions) to represent surrogacy leads us to consider that the media discourse is seeking to construct a certain positioning within the audience through attributes related to exploitation.

By representing the situation of surrogates with examples of Indian women in vulnerable conditions, participants automatically attributed the responsibility of this situation to the people using the technique ("I blame the consumer" —Male, FG3). In this regard, the fact that news on surrogacy focuses on cases of gay families (van den Akker et al., 2016) highlights a clear connection with the contributions of Iyengar (1990, 1994), who found that one of the most effective ways of guiding the attribution of responsibilities was through episode framing. Likewise, our results also suggest that this

pattern of episodic framing may induce individuals to negative attitudes toward gay couples (“Look what gays do to become parents” —Male, FG3; “You might start to think the homosexual is bad because he’s doing this” —Female, FG2). The homosexual is therefore represented as an oppressor of these vulnerable subjects (“exploit the poverty of other people” —Male, FG2). Meanwhile, the fact that participants attributed the responsibility of the negative consequences of this phenomenon to homosexual couples still does not reflect adequately the reality of the phenomenon. In Spain, according to surrogacy agencies (León, 2015), around 1,400 couples decided to become parents using this technique in 2014, of whom about 80% were heterosexual couples. This one-sidedness of linking homosexual couples to the adverse effects of surrogacy also means that in the ideology of the receiver, the homosexual goes from being construed as a victim of a rigid system (homophobic society) for being a homosexual to becoming an oppressor of specific victims (women) for wishing to be a parent. As a result, the situation in which the homosexual is reconverted into oppressor exposes and unfolds a series of arguments that discredit the idea of homosexual couples having children. First, the homosexual couple using surrogacy was perceived in a stereotypical manner as “typical wealthy gays” (“They’re the classic case” —Female, FG4; “They’re wealthy gays” —Male, FG3). This feeling also reinforced the idea that their desire to become parents is a whim (“I think a womb for hire is a whim” —Male, FG4). Second, biological arguments were reintroduced that are counter to the possibility that two men can have a child (“Accept the rules that nature enforces on you” —Male, FG4), and the debate was reopened about the consequences this might have on the children (“The child might be damaged” —Female, FG3).

Our results concur with the position identified by Markens (2012) on frames used by media to construct and debate surrogacy discursively. According to her findings, most media coverage on surrogacy tends to give it a particular focus as a social problem. However, Crawshaw et al. (2012) detected an increasingly favorable social attitude toward surrogacy, possibly fueled by the use of surrogacy by high-profile media celebrities, such as Ricky Martin and Nicole Kidman. This might to a certain extent explain that adverse attitudes formed around gay surrogacy are closely linked to the negative ways in which the news story is framed. In any case, the power the media may exert in the formation or reinforcement of social attitudes is notable. The ways this phenomenon is represented in the media may influence audience perception, their forming (or reinforcing) of attitudes about surrogacy, and their opinion when approaching the question politically. Lastly, social opinion will be taken into account, through surveys, when establishing a political debate that will lead to approving (or not) laws on surrogacy.

In this sense, it can be seen that participants used the same terminology employed throughout the news story to refer to surrogacy (“wombs for hire”) and build the majority of their opinions within the economic approach used

in the news, with notable antagonistic connotations around the ideas of business, consumer product, unfair trade practices, exploitation, and so on. The emphasis on highlighting the commercial nature of the phenomenon is closely related to the idea of promoting a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation that Entman (1993) explained from the framing theory. In this regard, the feminist claim that frames surrogacy as a commodification of the body of a woman is staged through the media in terms of exploitation. Nevertheless, in accordance with several scholars (Humbyrd, 2009; Markens, 2012; Riggs, 2012), the negative consequences of transnational surrogacy, related to the exploitation of poor women, are more related to the neoliberal dynamics of globalization and unequal distribution of power and wealth than the practice of surrogacy itself. Wilkinson (2003) concluded that those who oppose exploitation should concentrate on improving the conditions under which paid surrogates “work,” or on changing the underlying conditions that generate exploitative relationships, rather than attempting to stop particular practices such as commercial surrogacy. The recommendation, therefore, is that international surrogacy must be regulated, either under the form of altruistic surrogacy, or fair trade surrogacy. Humbyrd (2009) termed “fair trade surrogacy” as a proposed regulatory mechanism focused on minimizing potential harm to all parties and ensuring fair compensation for surrogates.

Lastly, situating the discussion on surrogacy within the dispute of homosexual couples who wish to be parents, on the one hand, and the feminist rejection of the commodification of a woman’s body, on the other, may have very negative consequences for the traditional bond between the feminist movement and the LGBT collective. As we saw in the results of our study, the use of frames of “responsibility attribution” may fuel discriminatory attitudes toward same-sex couple families and generate a clash between the feminist cause and the LGBT cause, obliging the audience to adopt a position on one of the two sides interpreted as being in dispute.

Funding

This work was supported by a grant from the Spanish Ministry of Science and Innovation (Ministerio de Ciencia e Innovación) for the research project “Analysis of Audiovisual Narratives on Civilizations and Cultures: Representations and Interpretations of Television News Narratives” (grant number CSO2011-23786).

ORCID

Rafael Ventura  <http://orcid.org/0000-0002-1219-9956>

Xosé Ramón Rodríguez-Polo, PhD  <http://orcid.org/0000-0002-5637-1236>

Carles Roca-Cuberes, PhD  <http://orcid.org/0000-0002-3604-8722>

References

- Agnafors, M. (2014). The harm argument against surrogacy revisited: Two versions not to forget. *Medicine, Health Care, and Philosophy*, 17, 357–363. doi:10.1007/s11019-014-9557-x
- AGSE. (2015, June 24). Comunicado de las mujeres de la Asociación por la Gestación Subrogada con capacidad de gestar y de decidir hacerlo, en contestación al manifiesto publicado en nosomosvasijas.eu. *Asociación por la Gestación Subrogada en España* [Statement by the women of the Association for the Surrogate Gestations with the capacity to gestate and to decide to do so, in response to the manifesto published on nosomosvasijas.eu]. Retrieved from <http://xn-gestacionsubrogadaenespaa-woc.es/index.php/2013-10-17-13-37-28/noticias-asociacion/68-comunicado-de-las-mujeres-de-la-asociacion-por-la-gestacion-subrogada-con-capacidad-de-gestar-y-de-decidir-hacerlo-en-contestacion-al-manifiesto-publicado-en-nosomosvasijas-eu>
- Altheide, D. L. (1997). The news media, the problem frame, and the production of fear. *Sociological Quarterly*, 38, 647–668. doi:10.1111/j.1533-8525.1997.tb00758.x
- Anleu, S. R. (1992). Surrogacy: For love but not for money? *Gender & Society*, 6, 30–48. doi:10.1177/089124392006001003
- Bailey, A. (2011). Reconceiving surrogacy: Toward a reproductive justice account of Indian surrogacy. *Hypatia*, 26, 715–741. doi:10.1111/hypa.2011.26.issue-4
- Baiocco, R., Nardelli, N., Pezzuti, L., & Lingardi, V. (2013). Attitudes of Italian heterosexual older adults towards lesbian and gay parenting. *Sexuality Research and Social Policy*, 10, 285–292. doi:10.1007/s13178-013-0129-2
- Banerjee, A. (2010). Reorienting the ethics of transnational surrogacy as a feminist pragmatist. *The Pluralist*, 5, 107–127. doi:10.1353/plu.2010.0014
- BBC. (2016, August 25). India unveils plans to ban surrogacy. *BBC News*. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/world-asia-india-37182197>
- Becker, L. B., & Vlad, T. (2009). News organizations and routines. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 59–72). London, UK: Routledge.
- Best, R. (2010). Situation or social problem: The influence of events on media coverage of homelessness. *Social Problems*, 57, 74–91. doi:10.1525/sp.2010.57.1.74
- Blake, L., Carone, N., Slutsky, J., Raffanelli, E., Ehrhardt, A. A., & Golombok, S. (2016). Gay father surrogacy families: Relationships with surrogates and egg donors and parental disclosure of children's origins. *Fertility and Sterility*, 106, 1503–1509. doi:10.1016/j.fertnstert.2016.08.013
- Bos, H., & van Balen, F. (2010). Children of the new reproductive technologies: Social and genetic parenthood. *Patient Education and Counseling*, 81, 429–435. doi:10.1016/j.pec.2010.09.012
- Brinsden, P. R. (2003). Gestational surrogacy. *Human Reproduction Update*, 9, 483–491. doi:10.1093/humupd/dmg033
- Bromfield, N. F. (2016). “Surrogacy has been one of the most rewarding experiences in my life”: A content analysis of blogs by U.S. commercial gestational surrogates. *IJFAB: International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*, 9, 192–217.
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *Media effects: Advances in theory and research*. London, UK: Routledge.
- Carratalá, A. (2011). La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio [The euphemistic representation of the gay relationship in serious journalism]. *Miguel Hernandez Communication Journal*, 2, 155–172.
- CIS. (2016). Estudio 3126. Enero-marzo 2016. Centro de Investigaciones Sociológicas [Study 3126. January-March 2016. Center for Sociological Research]. Retrieved from http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3126/es3126mar.pdf

- Constantinidis, D., & Cook, R. (2012). Australian perspectives on surrogacy: The influence of cognitions, psychological and demographic characteristics. *Human Reproduction*, 27, 1080–1087. doi:10.1093/humrep/der470
- Costa, P. A., Pereira, H., & Leal, I. (2015). “The contact hypothesis” and attitudes toward same-sex parenting. *Sexuality Research and Social Policy*, 12, 125–136. doi:10.1007/s13178-014-0171-8
- Crawshaw, M., Blyth, E., & van den Akker, O. (2012). The changing profile of surrogacy in the UK: Implications for national and international policy and practice. *Journal of Social Welfare and Family Law*, 34, 267–277. doi:10.1080/09649069.2012.750478
- Creswell, J. W. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. London, UK: Sage.
- DasGupta, S., & Dasgupta, S. D. (Eds.). (2014). *Globalization and transnational surrogacy in India: Outsourcing life*. Lanham, MD: Lexington Books.
- De Miguel, A., & Nuño, L. (2016, June 1). Vientres de alquiler: Pensar antes de actuar [Wombs for hire: Think before acting]. *El Diario*. Retrieved from http://www.eldiario.es/tribunaabierta/Vientres-alquiler-Pensar-actuar_6_522207786.html
- Deomampo, D. (2013). Gendered geographies of reproductive tourism. *Gender & Society*, 27, 514–537. doi:10.1177/0891243213486832
- Deonandan, R., Green, S., & Van Beinum, A. (2012). Ethical concerns for maternal surrogacy and reproductive tourism. *Journal of Medical Ethics*, 38, 742–745. doi:10.1136/medethics-2012-100551
- Desai, K. (2012, June 5). India’s surrogate mothers are risking their lives. They urgently need protection. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jun/05/india-surrogates-impoverished-die>
- Dominguez, L., & Montalbán, F. M. (2014). Estrategias discursivas de normalización en la producción audiovisual sobre la homoparentalidad [Discursive strategies of normalization in audiovisual production on same-sex parenting]. *Arbor*, 190(769), a166. doi:10.3989/arbor.2014.i769
- Dowler, K. (2003). Media consumption and public attitudes toward crime and justice: The relationship between fear of crime, punitive attitudes, and perceived police effectiveness. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 10, 109–126.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- EOS Gallup Europe. (2003). *Homosexual marriage, child adoption by homosexual couples: Is the public ready?* Brussels, Belgium: Gallup Organization. Retrieved from http://old.ilga-europe.org/home/issues/families/recognition_of_relationships/public_opinion_and_surveys/public_opinion_and_same_sex_unions_2003/full_text_of_eos_gallup_europe_report_in_english
- Frias-Navarro, D., Monterde-i-Bort, H., Pascual-Soler, M., & Badenes-Ribera, L. (2015). Etiology of homosexuality and attitudes toward same-sex parenting: A randomized study. *Journal of Sex Research*, 52, 151–161. doi:10.1080/00224499.2013.802757
- Gato, J., & Fontaine, A. M. (2016). Attitudes toward adoption by same-sex couples: Effects of gender of the participant, sexual orientation of the couple, and gender of the child. *Journal of GLBT Family Studies*, 12, 46–67. doi:10.1080/1550428X.2015.1049771
- Gerhards, J. (2010). Non-discrimination towards homosexuality: The European Union’s policy and citizens’ attitudes towards homosexuality in 27 European countries. *International Sociology*, 25, 5–28. doi:10.1177/0268580909346704
- Golombok, S., Murray, C., Jadvá, V., Lycett, E., MacCallum, F., & Rust, J. (2006). Non-genetic and non-gestational parenthood: Consequences for parent–Child relationships and the psychological well-being of mothers, fathers, and children at age 3. *Human Reproduction*, 21, 1918–1924. doi:10.1093/humrep/del039

- Golombok, S., Readings, J., Blake, L., Casey, P., Marks, A., & Jadv, V. (2011). Families created through surrogacy: Mother-child relationships and children's psychological adjustment at age 7. *Developmental Psychology*, 47, 1579-1588. doi:10.1037/a0025292
- Goslinga-Roy, G. M. (2000). Body boundaries, fiction of the female self: An ethnographic perspective on power, feminism, and the reproductive technologies. *Feminist Studies*, 26, 113-140. doi:10.2307/3178595
- Griffin, E. A. (2011). *A first look at communication theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Guasch, O. (2011). Social stereotypes and masculine homosexualities: The Spanish case. *Sexualities*, 14, 526-543. doi:10.1177/1363460711415216
- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1, 321-336. doi:10.5964/jsp.11.96
- Hennink, M. (2014). *Focus group discussions*. New York, NY: Oxford University Press.
- Hester, J. B., & Gibson, R. (2007). The agenda-setting function of national versus local media: A time-series analysis for the issue of same-sex marriage. *Mass Communication & Society*, 10, 299-317. doi:10.1080/15205430701407272
- Hooghe, M., & Meeusen, C. (2013). Is same-sex marriage legislation related to attitudes toward homosexuality? *Sexuality Research and Social Policy*, 10, 258-268. doi:10.1007/s13178-013-0125-6
- Humbyrd, C. (2009). Fair trade international surrogacy. *Developing World Bioethics*, 9, 111-118. doi:10.1111/dewb.2009.9.issue-3
- Imrie, S., & Jadv, V. (2014). The long-term experiences of surrogates: Relationships and contact with surrogacy families in genetic and gestational surrogacy arrangements. *Reproductive Biomedicine Online*, 29, 424-435. doi:10.1016/j.rbmo.2014.06.004
- Indian Express. (2016, September 19). For the mother and child: The proposed surrogacy bill addresses major ethical concerns. *Indian Express*. Retrieved from <http://indianexpress.com/article/opinion/columns/surrogacy-bill-india-ban-on-commercial-surrogacy-3037937/>
- Ioverno, S., Carone, N., Lingiardi, V., Nardelli, N., Pagone, P., Pistella, J., ... Baiocco, R. (2017). Assessing prejudice toward two-father parenting and two-mother parenting: The beliefs on same-sex parenting scale. *Journal of Sex Research*, 1-12. doi:10.1080/00224499.2017.1348460
- Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political Behavior*, 12, 19-40. doi:10.1007/BF00992330
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Jadv, V., Blake, L., Casey, P., & Golombok, S. (2012). Surrogacy families 10 years on: Relationship with the surrogate, decisions over disclosure and children's understanding of their surrogacy origins. *Human Reproduction*, 27, 3008-3014. doi:10.1093/humrep/deg273
- Jadv, V., & Imrie, S. (2014). Children of surrogate mothers: Psychological well-being, family relationships, and experiences of surrogacy. *Human Reproduction*, 29, 90-96. doi:10.1093/humrep/det410
- Jadv, V., Imrie, S., & Golombok, S. (2014). Surrogate mothers 10 years on: A longitudinal study of psychological well-being and relationships with the parents and child. *Human Reproduction*, 30, 373-379. doi:10.1093/humrep/deu339
- Jadv, V., Murray, C., Lycett, E., MacCallum, F., & Golombok, S. (2003). Surrogacy: The experiences of surrogate mothers. *Human Reproduction*, 18, 2196-2204. doi:10.1093/humrep/deg397

- Kantar Media. (2016). *Anuario de audiencia TV* [TV audience yearbook]. Madrid, Spain: Author.
- Kedia, B. L., & Lahiri, S. (2007). International outsourcing of services: A partnership model. *Journal of International Management*, 13, 22–37. doi:10.1016/j.intman.2006.09.006
- Kirby, J. (2014). Transnational gestational surrogacy: Does it have to be exploitative? *American Journal of Bioethics*, 14(5), 24–32. doi:10.1080/15265161.2014.892169
- Kite, M. E., & Bryant-Lees, K. B. (2016). Historical and contemporary attitudes toward homosexuality. *Teaching of Psychology*, 43, 164–170. doi:10.1177/0098628316636297
- Kleinpeter, C. H., & Hohman, M. M. (2000). Surrogate motherhood: Personality traits and satisfaction with service providers. *Psychological Reports*, 87, 957–970. doi:10.2466/pr0.2000.87.3.957
- Kroløkke, C. H., & Pant, S. (2012). “I only need her uterus”: Neo-liberal discourses on transnational surrogacy. *NORA: Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 20, 233–248. doi:10.1080/08038740.2012.729535
- Kumar, P., Inder, D., & Sharma, N. (2013). Surrogacy and women’s right to health in India: Issues and perspective. *Indian Journal of Public Health*, 57, 65–70. doi:10.4103/0019-557X.114984
- Lamm, E. (2012). *Gestación por sustitución. Ni maternidad subrogada ni alquiler de vientres* [Pregnancy by substitution. Neither surrogacy nor rent of wombs]. Barcelona, Spain: Universitat de Barcelona.
- Larrañeta, A. (2016, May 19). Gestación subrogada en España: ¿regularla o prohibirla? [Surrogacy in Spain: regulate or prohibit it?] *20 Minutos*. Retrieved from <http://www.20minutos.es/noticia/2741309/0/gestacion-subrogada-espana-debate-legalizar-prohibir/#xtor=AD-15&xts=467263>
- León, P. (2015, January 24). Papá, mamá y la tía Samantha [Dad, mom and aunt Samantha]. *El País*. Retrieved from http://politica.elpais.com/politica/2015/01/24/actualidad/1422116335_391939.html#comentarios
- MacCallum, F., Lycett, E., Murray, C., Jadv, V., & Golombok, S. (2003). Surrogacy: The experience of commissioning couples. *Human Reproduction*, 18, 1334–1342. doi:10.1093/humrep/deg253
- Madriz, E. (2003). Focus groups in feminist research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Collecting and interpreting qualitative materials* (pp. 363–388). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Markens, S. (2012). The global reproductive health market: U.S. media framings and public discourses about transnational surrogacy. *Social Science & Medicine*, 74, 1745–1753. doi:10.1016/j.socscimed.2011.09.013
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting [The themes and aspects: Exploring a new dimension of the agenda setting]. *Comunicación y Sociedad*, 8, 7–32.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187. doi:10.1086/267990
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research. A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Morgan, D. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook*. London, UK: Sage.
- Ng, E. (2013). A “post gay” era?: Media gaystreaming, homonormativity, and the politics of LGBT integration. *Communication, Culture, & Critique*, 6, 258–283. doi:10.1111/ccr.12013
- Norton, W., Crawshaw, M., Hudson, N., Culley, L., & Law, C. (2015). A survey of UK fertility clinics’ approach to surrogacy arrangements. *Reproductive Biomedicine Online*, 31, 327–338. doi:10.1016/j.rbmo.2015.06.009

- Norton, W., Hudson, N., & Culley, L. (2013). Gay men seeking surrogacy to achieve parenthood. *Reproductive Biomedicine Online*, 27, 271–279. doi:10.1016/j.rbmo.2013.03.016
- Orlov, S., & Orlov, D. (2007). Commercial surrogacy: Commodification or choice? *University of Toronto Medical Journal*, 84, 177–179.
- Pande, A. (2010a). Commercial surrogacy in India: Manufacturing a perfect mother worker. *Signs*, 35, 969–992. doi:10.1086/651043
- Pande, A. (2010b). “At least I am not sleeping with anyone”: Resisting the stigma of commercial surrogacy in India. *Feminist Studies*, 36, 292–312.
- Pande, A. (2011). Transnational commercial surrogacy in India: Gifts for global sisters? *Reproductive Biomedicine Online*, 23, 618–625. doi:10.1016/j.rbmo.2011.07.007
- Pande, A. (2014). *Wombs in labor: Transnational commercial surrogacy in India*. New York, NY: Columbia University Press.
- Pande, A. (2015). Blood, sweat, and dummy tummies: Kin labour and transnational surrogacy in India. *Anthropologica*, 57, 53–62.
- Pande, A. (2016). Global reproductive inequalities, neo-eugenics, and commercial surrogacy in India. *Current Sociology*, 64, 244–258. doi:10.1177/0011392115614786
- Panitch, V. (2013). Global surrogacy: Exploitation to empowerment. *Journal of Global Ethics*, 9, 329–343. doi:10.1080/17449626.2013.818390
- Pew Research Center. (2013). *The global divide on homosexuality: Greater acceptance in more secular and affluent countries*. Retrieved from <http://www.pewglobal.org/2013/06/04/the-global-divide-on-homosexuality>
- Pew Research Center. (2017). *Support for same-sex marriage grows, even among groups that had been skeptical*. Retrieved from <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/5/2017/06/23153542/06-26-17-Same-sex-marriage-release.pdf>
- Qadeer, I. (2009). Social and ethical basis of legislation on surrogacy: Need for debate. *Indian Journal of Medical Ethics*, 6, 28–31.
- Ratzinger, J. (1987). *Instruction on respect for human life in its origin and on the dignity of procreation*. Vatican City: Editrice Vaticana. Retrieved from http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_19870222_respect-for-human-life_en.html
- Readings, J., Blake, L., Casey, P., Jadv, V., & Golombok, S. (2011). Secrecy, disclosure and everything in-between: Decisions of parents of children conceived by donor insemination, egg donation, and surrogacy. *Reproductive Biomedicine Online*, 22, 485–495. doi:10.1016/j.rbmo.2011.01.014
- Riggs, D. W. (2012). “Paradoxes of visibility”: Lesbian and gay parents in the Australian print media. *Jindal Global Law Review*, 4, 201–218.
- Riggs, D. W., & Due, C. (2010). Gay men, race privilege, and surrogacy in India. *Outskirts*, 22. Retrieved from <http://www.outskirts.arts.uwa.edu.au/volumes/volume-22/riggs>
- Riggs, D. W., & Due, C. (2013). Representations of reproductive citizenship and vulnerability in media reports of offshore surrogacy. *Citizenship Studies*, 17, 956–969. doi:10.1080/13621025.2013.851145
- Rudrappa, S. (2010). Making India the “mother destination”: Outsourcing labor to Indian surrogates. *Research in the Sociology of Work*, 20, 253–285.
- Rudrappa, S., & Collins, C. (2015). Altruistic agencies and compassionate consumers: Moral framing of transnational surrogacy. *Gender & Society*, 29, 937–959. doi:10.1177/0891243215602922
- Ruiz-Robledillo, N., & Moya-Albiol, L. (2016). Gestational surrogacy: Psychosocial aspects. *Psychosocial Intervention*, 25, 187–193. doi:10.1016/j.psi.2016.05.001

- Sádaba, T. (2006). *Framing: Una teoría para los medios de comunicación* [Framing: A theory for the media]. Pamplona, Spain: Ulzama Digital.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, 9–20.
- Scott, E. S. (2009). Surrogacy and the politics of commodification. *Law and Contemporary Problems*, 72, 109–146.
- Shelton, K. H., Boivin, J., Hay, D., van den Bree, M. B., Rice, F. J., Harold, G. T., & Thapar, A. (2009). Examining differences in psychological adjustment problems among children conceived by assisted reproductive technologies. *International Journal of Behavioral Development*, 33, 385–392. doi:10.1177/0165025409338444
- Shetty, P. (2012). India's unregulated surrogacy industry. *Lancet*, 380(9854), 1633–1634. doi:10.1016/S0140-6736(12)61933-3
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. New York, NY: Routledge.
- Smerdon, U. R. (2008). Crossing bodies, crossing borders: International surrogacy between the United States and India. *Cumberland Law Review*, 39, 15.
- Söderström-Anttila, V., Wennerholm, U. B., Loft, A., Pinborg, A., Aittomäki, K., Romundstad, L. B., & Bergh, C. (2016). Surrogacy: Outcomes for surrogate mothers, children and the resulting families—a systematic review. *Human Reproduction Update*, 22, 260–276.
- Stake, R. E. (2011). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 443–466). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tieu, M. M. (2009). Altruistic surrogacy: The necessary objectification of surrogate mothers. *Journal of Medical Ethics*, 35, 171–175. doi:10.1136/jme.2008.024679
- Twenge, J. M., Sherman, R. A., & Wells, B. E. (2016). Changes in American adults' reported same-sex sexual experiences and attitudes, 1973–2014. *Archives of Sexual Behavior*, 45, 1713–1730. doi:10.1007/s10508-016-0769-4
- Twine, F. W. (2015). *Outsourcing the womb: Race, class, and gestational surrogacy in a global market*. New York, NY: Routledge.
- van den Akker, O. (2003). Genetic and gestational surrogate mothers' experience of surrogacy. *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 21, 145–161. doi:10.1080/0264683031000124091
- van den Akker, O., Fronek, P., Blyth, E., & Frith, L. (2016). “This neo-natal ménage à trois”: British media framing of transnational surrogacy. *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 34, 15–27. doi:10.1080/02646838.2015.1106454
- Vora, K. (2013). Potential, risk, and return in transnational Indian gestational surrogacy. *Current Anthropology*, 54(S7), S97–S106. doi:10.1086/671018
- Webb, S. N., Chonody, J. M., & Kavanagh, P. S. (2017). Do we think children need a mom and dad?: Understanding how gender ideology impact attitudes toward same-gender parent family rights. *Journal of Homosexuality*. Advance online publication. doi:10.1080/00918369.2017.1374071
- Wennberg, A. L., Rodriguez-Wallberg, K. A., Milsom, I., & Brännström, M. (2016). Attitudes towards new assisted reproductive technologies in Sweden: A survey in women 30–39 years of age. *Acta Obstetrica et Gynecologica Scandinavica*, 95, 38–44. doi:10.1111/aogs.12781
- Wilkinson, S. (2003). The exploitation argument against commercial surrogacy. *Bioethics*, 17, 169–187. doi:10.1111/biot.2003.17.issue-2
- Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods*. London, UK: Sage.

2.4 Publicación 4: Capítulo de libro - Comunicación para el cambio social

Ventura, R., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.J. (aceptado). Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión. En A. Iranzo & A. Farné (Eds.), *Comunicación para el cambio social: propuestas para la acción*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Amador Iranzo, profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I

HACE CONSTAR:

Que el capítulo «Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión», firmado por Rafael Ventura, Mar Guerrero-Pico y María-José Establés, ha sido aceptado para ser publicado en el siguiente libro:

Iranzo, Amador & Farné, Alessandra (eds.) (en prensa). *Comunicación para el cambio social: propuestas para la acción*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Para que conste a los efectos oportunos, firmo en Castellón a 7 de mayo de 2018.



Amador Iranzo

Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión

Rafael Ventura, Universitat Pompeu Fabra
Mar Guerrero-Pico, Universitat Pompeu Fabra
María-José Establés, Universitat Pompeu Fabra

1. Introducción

Este capítulo tiene como objetivo analizar las estrategias de protesta no violenta que las fans lesbianas y bisexuales llevan a cabo de manera activa a través de Internet y las redes sociales como reacción al tratamiento que reciben los personajes femeninos no heterosexuales por parte de la industria televisiva. La representación de personajes lésbicos, gays, bisexuales, transexuales y queer (LGBTQ) en los productos mediáticos cumple una importante función en la socialización de las personas LGBTQ, sobre todo en contextos sociales caracterizados por la escasez de otros referentes positivos que les doten de herramientas para hacer frente al acoso y el rechazo (Bond y Miller, 2017; Gomillion y Giuliano, 2011). El activismo que empodera a las fans surge precisamente de una situación en que los productores de televisión convierten en recurrente un cliché televisivo conocido como “Síndrome de la Lesbiana Muerta” (SLM) (adaptado del inglés “Dead Lesbian Syndrome”). En él, la representación de personajes lésbicos, y en concreto las parejas lésbicas, termina con la muerte o el asesinato, suprimiendo así cualquier posibilidad de alcanzar un final feliz y obteniendo a cambio finales trágicos y violentos (Anderson, 2013;

Millward et al., 2017). Según un informe realizado por *LGBT Fans Deserve Better* (2016a) sobre la representación en las cadenas comerciales estadounidenses durante la temporada 2015-2016, el porcentaje de personajes lésbicos o bisexuales muertos ascendió al 26,5%.

Las fans, en un proceso de empoderamiento, se organizan y crean comunidad a través de las redes sociales para llevar a cabo acciones colectivas con el objetivo de transformar la situación de injusticia que produce el cliché del SLM. Entre las acciones que desarrollan se incluyen: boicots a las series de televisión, negándose a ver el programa en directo para bajar la audiencia; protestas simbólicas, generando ruido en redes sociales (p.ej.: Twitter) para sensibilizar sobre la representaciones negativas y exigir cambios que mejoren las condiciones de los personajes LGBTQ; y campañas de recaudación de donaciones para organizaciones que dan soporte a jóvenes LGBTQ en riesgo de suicidio (p.ej.: The Trevor Project). Tales acciones conforman tácticas de protesta no violenta dentro del ecosistema televisivo (Juluri, 2005), donde un sector de la audiencia socialmente segregado toma medidas para hacerse con el poder simbólico de los productos de ficción frente a una estructura mediática que, si bien, en los últimos años ha mejorado su visibilización, continúa propagando representaciones estereotipadas que afectan de un modo negativo al desarrollo psico-afectivo de las jóvenes lesbianas y bisexuales.

En este capítulo se analiza el desarrollo de las acciones y las razones del éxito de la campaña contra el Síndrome de la Lesbiana

Muerta, junto con su importancia para la acción futura para lograr un cambio social en cuanto a la representación mediática de personajes LGBTQ. Teniendo en cuenta la importancia de la tecnología digital y redes sociales para la organización de acciones de protesta y la difusión de los movimientos sociales (Bock, 2012; Castells, 2015; Fernández-Planells et al., 2014; Iranzo y Farné, 2013; McCaughey y Ayers, 2013; Pérez-Altable, 2015), este capítulo aplica técnicas de análisis del discurso para ofrecer un estudio de las tácticas de protesta no violentas utilizadas por las fans activistas contra el SLM: desde las primeras protestas en Internet impulsadas por las fans de *Xena, la princesa guerrera* y *Buffy Cazavampiros* hasta el movimiento *#LGBTFansDeserveBetter* en redes sociales, nacido a raíz de la muerte de un personaje lésbico en la serie juvenil de ciencia-ficción *The 100*. El análisis muestra un aumento de la sensibilización de la problemática entre las fans lesbianas y bisexuales, y en los medios de información televisiva, que colaboran en la detección, visibilización y condena del cliché. Asimismo, destacan la progresiva autorregulación de las propias comunidades online de fans activistas, encaminada a neutralizar posibles formas de resistencia violenta dentro de sus campañas.

2. La violencia de la heteronormatividad

La heteronormatividad es un concepto que se usa desde la teoría queer y los estudios de género para explicar y evidenciar la existencia de un sistema social, cultural e ideológico creado alrededor de la idealización de la heterosexualidad (Warner, 1991).

Por un lado, constituye la heterosexualidad como la única sexualidad válida, es decir, la presenta como la sexualidad normal, natural, correcta, deseada y que se da por sentado. Por otro lado, invisibiliza, estigmatiza y margina todas aquellas sexualidades no heterosexuales, al considerarlas formas no válidas de sexualidad. Por tanto, se constituye como un sistema de privilegios para unas personas, y restrictivo, excluyente y opresivo para otras. De acuerdo con Chambers (2003), el concepto de heteronormatividad desvela las restricciones, demandas y expectativas que se producen cuando la heterosexualidad se toma como normativa en una sociedad. De tal modo, de este sistema se desprenden, además, otra serie de concepciones vinculadas a él que van más allá de la orientación sexual, como el binarismo de género, la familia nuclear, los roles de género y el sistema de sexos.

Este sistema involucra actitudes negativas y manifestaciones violentas contra las minorías sexuales, tales como la LGBTfobia (que incluye la lesbofobia, la homofobia, la bifobia y la transfobia) y el heterosexismo. Es decir, aplica la ideología heteronormativa para oprimir y discriminar a todas aquellas personas que no se adaptan a ella o no cumplen sus normas. El heterosexismo se ha reconocido como un problema social desde que el movimiento LGBTQ pusiera de manifiesto (Kitzinger, 2005) que en el sistema heteronormativo la orientación sexual y la identidad de género se convierten en motivos de rechazo, ataques, acoso, abuso, insultos, crímenes de odio, discriminación, prejuicios, humillación, exclusión, discursos de odio, marginalización, estigmatización,

persecución, censura, infrarrepresentación, invisibilización, criminalización, negación de derechos, privación de protección, y un largo etcétera. Yep (2003), haciendo alusión a Foucault, advierte que la heteronormatividad está siempre presente en todas partes, tanto a nivel individual como colectivo, en las instituciones sociales, las prácticas culturales y los sistemas de conocimiento. De hecho, Jones (2006) lo define en términos gramscianos como la heterosexualidad culturalmente hegemónica. Gramsci (2010) desarrolla el concepto de *hegemonía cultural* para explicar las estructuras sociales de poder y cómo la ideología dominante crea escenarios de dominación-subordinación en base a su cosmovisión. Así, la ideología heteronormativa convierte la heterosexualidad en una norma culturalmente aceptada como natural, válida y universal que se aplica al conjunto de valores, creencias, instituciones, costumbres y moral de la sociedad, en lugar de cuestionarla como una construcción social artificial. A su vez, este sistema tiene un fuerte impacto sobre todas aquellas personas no heterosexuales, al convertir ese escenario social en un entorno hostil hacia ellas. Las personas LGBTQ son una de las minorías con más riesgo a ser objeto de bullying (Elipse et al, 2017), crímenes de odio (Herek, 2017; Pew Research Center, 2014) y exclusión social (Takács, 2006). Además, como advierte Bourdieu (1991), la violencia simbólica no es menos real y efectiva que la violencia directa, ya que también tiene efectos reales sobre el individuo. De hecho, las personas LGBTQ se encuentran también entre los grupos con más riesgo de sufrir depresión (Baams et al., 2015) o cometer suicidio

(Haas et al, 2015), con cifras que destacan sobre todo al compararlas con las de las personas heterosexuales (Marshall et al., 2011).

Analizar la heteronormatividad desde la perspectiva gramsciana de la hegemonía cultural nos permite exponer formas de violencia no percibidas ejercidas desde las estructuras sociales, al comprender que las consecuencias de esta ideología van más allá de las manifestaciones de violencia directa. Bourdieu (1991) utiliza el concepto de *violencia simbólica* para describir y evidenciar la existencia de aquellas formas de violencia indirecta, invisible, subyacente, implícita, que no se ejercen de manera física o verbalmente directa y que incluso interiorizan las personas sometidas. Galtung (1996) también explora los diferentes tipos de violencias al teorizar sobre el concepto de paz y plantea tres tipos de violencia: directa, estructural y cultural. Galtung parte de la afirmación de que la paz es la ausencia de violencia. Sin embargo, diferencia entre la *paz negativa* entendida como la ausencia de violencia directa, y la *paz positiva* entendida como la ausencia de violencia indirecta (estructural y cultural), que significa al mismo tiempo la presencia de la justicia social. De acuerdo con Galtung (1996), la violencia cultural legitima las otras formas de violencia, perpetuando y justificando su sistema ideológico.

En este contexto, podemos decir que la heteronormatividad plantea un conflicto violento al infligir sufrimiento a un colectivo concreto de seres humanos. Por tanto, con tal de alcanzar una situación de justicia social que garantice un entorno seguro y

respetuoso para todas las personas, independientemente de su orientación sexual o su identidad de género, se hace necesaria una transformación del conflicto heteronormativo que produzca un cambio social encaminado a una cultura de paz. La transformación del conflicto tiene como objetivo alterar la dinámica del conflicto minimizando o incluso eliminando por completo todas sus formas de violencia (Lederach, 2015). En este capítulo en concreto nos centraremos en la violencia cultural, una forma simbólica e indirecta de violencia. Siguiendo a Lederach, en el nivel cultural de la transformación de conflictos, el objetivo principal es identificar y comprender los patrones culturales que legitiman y perpetúan la violencia y desarrollar mecanismos para responder al conflicto de una manera constructiva y no violenta. El nivel cultural es el más complejo, ya que en él intervienen todos los niveles de la superestructura social: la religión, el sistema educativo, la familia y los medios de comunicación, entre otros muchos elementos.

3. Heteronormatividad en la representación mediática: de la invisibilidad al Síndrome de la Lesbiana Muerta (SLM)

La heteronormatividad se construye socialmente, se reproduce en el imaginario colectivo y se promociona culturalmente a través de los distintos aparatos culturales de la sociedad. Entre ellos, los medios de comunicación juegan un papel destacado en este propósito. Varios investigadores han explorado los modos en que se reproduce la heteronormatividad a través de los medios de

comunicación (De Ridder et al., 2011; Ventura, 2016; Yep, 2003). Multitud de estudios desarrollados desde el enfoque de la Hipótesis del Contacto Parasocial (Schiappa et al., 2006) y la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 2001) señalan la importancia que tiene la representación de personas y personajes LGBTQ, por los efectos positivos que genera en la sociedad. Por un lado, indican que ver personajes LGBTQ puede influir en las actitudes de la audiencia heterosexual/cisgénero hacia las personas LGBTQ, disminuyendo el prejuicio y la LGBTfobia (Bonds-Raacke et al., 2007; Madžarević y Soto-Sanfiel, 2018). Y, por otro lado, destacan su importancia en la socialización de los individuos LGBTQ en contextos sociales marcados por la falta de referentes positivos. La representación mediática de personas LGBTQ puede ofrecer modelos de referencia sobre los que identificarse. Esto les dota de herramientas para hacer frente a la intimidación y el rechazo en su entorno cotidiano (Gomillion y Giuliano, 2011), a la vez que contribuye a desarrollar su identidad de una manera positiva y a alcanzar bienestar psicológico (Bond y Compton, 2015; Gillig y Murphy, 2016; McInroy y Craig, 2017).

No obstante, la representación mediática de las personas LGBTQ se ha caracterizado históricamente por una absoluta invisibilización (Gross, 2012). Tras esta etapa de inicial, han pasado a ser infrarrepresentadas y ridiculizadas durante décadas (Croteau y Hoynes, 2013). En la actualidad esta situación está cambiando y comienzan a incorporarse en mayor medida los contenidos mediáticos y de maneras más diversas. Sin duda, uno de los

mayores logros ha sido la progresiva desvinculación de las identidades LGBTQ de las definiciones ligadas a la perversión, enfermedad y/o crimen (Fejes y Petrich, 1993), logrando incluso revertir el discurso hasta presentar la homofobia como el problema social (Carratalá, 2017). Aun así, en muchos casos la visibilidad existente sigue estando formulada bajo narrativas negativas o fuertemente estereotipadas que distan todavía mucho de una representación normalizada. Los medios convencionales siguen representando a las personas LGBTQ como unidimensionales y estereotipadas, ignorando muchos subgrupos LGBTQ y limitando al modelo heterosexual tradicional las formas dentro de las cuales es posible percibir y pensar las relaciones LGBTQ, frente a modelos alternativos más igualitarios (Francisco Amat et al., 2016; González de Garay y Francisco Amat, 2016; McInroy y Craig, 2017). En este orden de ideas, podemos comprender la representación mediática de las personas LGBTQ como un proceso que transita por tres etapas: invisibilización (ausencia de representación, censura, omisión, infrarrepresentación...), representación imperfecta (estereotipificación, representaciones negativas, ridiculización, representaciones simplistas, *queerbaiting*...) y representación eficaz (representación efectiva y normalizada, existencia de modelos positivos, personajes complejos y realistas, narrativas elaboradas, diversidad de roles, pluralidad de identidades...).

Uno de los fenómenos más actuales en los que manifiesta la violencia heteronormativa en la representación mediática es el denominado *queerbaiting* (Brennan, 2016; Ng, 2017). El

queerbaiting es una práctica de los productos de ficción donde se presenta, o simplemente se insinúa, una relación sexoafectiva entre personajes del mismo sexo. Sin embargo, la característica principal del *queerbaiting* es que la inclusión de tramas o personajes LGBTQ en las narrativas de ficción suele responder a estrategias de marketing pinkwashing dirigidas a aparentar ser inclusivos (*gay-friendly*) y a atraer a la audiencia LGBTQ, por lo que una de las consecuencias se produce cuando los productores y guionistas deciden no desarrollar narrativamente la trama o los personajes LGBTQ y los ignoran o se deshacen de ellos. El recurso más empleado para hacerlo suele ser a través de una innecesaria muerte violenta (asesinato o suicidio). Como resultado, los personajes LGBTQ son "castigados" recurrentemente en narraciones de ficción por mostrar abiertamente su (homo)sexualidad, no permitiéndoles tener finales felices.

Ante esta situación, el fandom LGBTQ se pregunta por qué mueren tantos personajes LGBTQ, sobre todo teniendo en cuenta la ya de por sí reducida representación existente. Según el informe anual de GLAAD (2016) "Where We Are On TV Report" sobre la inclusión LGBTQ en la televisión, en la temporada 2016-2017 hubo 895 personajes principales en los programas de televisión primetime, de los cuales únicamente 43 (el 4,8%, siendo este el porcentaje más alto jamás reportado) fueron identificados como gay, lesbiana, bisexual, transgénero o queer. De este modo, para visibilizar este problema de representación y el uso recurrente de la muerte innecesaria de los personajes LGBTQ el fandom de mujeres

lesbianas y bisexuales ha desplegado campañas de sensibilización en torno al cliché denominado *Síndrome de la Lesbiana Muerta* (SLM) (originalmente “Dead Lesbian Syndrome” en inglés), que se desarrolla sobre todo a través de internet y las redes sociales. Se trata de una campaña complementaria a la del cliché *Entierra a tus Gays* (originalmente “Bury Your Gays” en inglés) (Waggoner, 2017) y que se centra concretamente en los casos de personajes de mujeres lesbianas y bisexuales.

La representación de las mujeres lesbianas y bisexuales en las ficciones televisivas se ha caracterizado en gran medida por la perpetuación de diversos clichés. Si bien en algunas series de televisión los creadores han jugado con la ambigüedad a través del subtexto sobre el lesbianismo de sus protagonistas, como es el caso de *Xena: la Princesa Guerrera* (Universal Television, 1995-2001), en otras se han explicitado las relaciones amorosas lésbicas (Collier et al., 2009). Al Síndrome de la Lesbiana Muerta se suele sumar el Cliché de la Lesbiana Maligna, ambos muy relacionados entre sí. Uno de los casos más polémicos de este doble estereotipo fue el de los personajes Tara (interpretada por Amber Benson) y Willow (Alyson Hannigan) de la serie *Buffy, Cazavampiros* (The WB, 1997-2003). Según señala Anderson (2013), esta relación lésbica supuso un fuerte vínculo emocional para muchas jóvenes LGBTQ que vieron representados sus anhelos afectivos en una serie de televisión para adolescentes. Sin embargo, la decepción de las fans no tardó en llegar debido a la muerte, cruel y sin aparente sentido narrativo, de Tara en el episodio *Seeing Red* (6x19), tras haber

mantenido una relación sexual con Willow. Una bala perdida, dirigida a Buffy, acaba con su vida, provocando que Willow materialice su impotencia y rabia convirtiéndose en una bruja asesina. Se perpetuaban así ambos clichés en sendos personajes: el Síndrome de la Lesbiana Muerta en Tara y el Cliché de la Lesbiana Maligna en Willow.

Si el caso de Tara y Willow supuso un antes y después en la percepción de las fans lesbianas de sus relaciones sexuales y afectivas en una serie de televisión, otras series posteriores han intentado captar la atención de este público. Una de ellas es *The 100* (The CW, 2014-). A pesar de los más de diez años que separan a ambas ficciones, la serie cuenta con ciertos paralelismos con *Buffy*, *Cazavampiros*: está destinada al público adolescente, al menos uno de las dos integrantes de una pareja lésbica había mantenido relaciones sexuales con un hombre y la otra integrante muere por una bala perdida una vez se ha consumado la relación íntima entre ambas mujeres. La importancia de *The 100* en este capítulo radica precisamente en la relación entre Lexa y Clarke, apodada por las fans como 'Clexa', y cómo la trágica muerte de Lexa desencadenó la ira de las fans lesbianas contra el productor Jason Rothenberg y el resto de guionistas bajo acusaciones de *queerbaiting* (Bourdaa, 2018; Deshler, 2017; Ng, 2017; Waggoner, 2017). Pero, ¿cómo empezó la polémica?

La introducción del romance entre Clarke (interpretada por Eliza Taylor) y Lexa (Alycia Debnam-Carey) en la segunda mitad de la segunda temporada vino acompañada del apoyo unánime de

críticos y público. Primero, por la representación normalizada de la sexualidad femenina no heteronormativa; segundo, por tener un personaje LGBTQ como protagonista; y tercero, por la representación multidimensional y no estereotípica de sus personajes femeninos. Estos son logros particularmente importantes considerando que la serie se dirige a un público joven (16-24 años). No obstante, las alabanzas finalizaron en marzo de 2016, tras la emisión de *Trece* (3x07). En este capítulo, Lexa muere por una bala perdida apenas unos instantes después de haber tenido sexo con Clarke, en una escena íntima que The CW había promocionado intensamente en los días previos al estreno del episodio. Aunque la decisión de asesinar a Lexa se debió a las obligaciones laborales de la actriz Alycia Debnam-Carey con una serie en la que aparece como personaje principal (*Fear the Walking Dead*, AMC, 2015-), las fans pronto agregaron a Lexa a la creciente lista de mujeres LGBTQ víctimas del Síndrome de la Lesbiana Muerta (LGBT Fans Deserve Better, 2016a). La tendencia no pasó desapercibida para la prensa especializada que, poco a poco, también empezó a criticar el uso del cliché por parte de los productores de televisión (Butler, 2016; Ryan, 2016).

4. Ciberactivismo: empoderamiento fan en Internet y estrategias para la transformación del conflicto del SLM

Internet tiene un enorme potencial para lograr una mayor equidad, empoderamiento social y mejorar la vida cotidiana de

quienes se encuentran en los márgenes de la sociedad (Mehra et al., 2004). En concreto, Internet adquiere una gran importancia en la construcción y desarrollo de la comunidad LGBTQ, ya que se trata de un colectivo invisibilizado socialmente, segregado geográficamente y que se encuentra frecuentemente aislado debido a su orientación sexual o identidad de género. En este escenario, Internet supone un espacio seguro de encuentro en el que poder crear comunidad y manifestarse de forma conjunta, independientemente de la distancia o las fronteras físicas. De hecho, las comunidades online son una importante fuente de apoyo social, especialmente para los miembros de grupos minoritarios, como las personas LGBTQ, ya que pueden beneficiarse de tener una red social de apoyo mientras enfrentan los desafíos de formar su orientación sexual o identidad de género (Baams et al., 2011). Así, Internet y las redes sociales se convierten en un escenario empoderador para las fans lesbianas (Mehra et al., 2004), que los utilizan para informarse, organizarse, hacer lobby, construir comunidad e incluso para recaudar de fondos; posibilitando la creación de escenarios de resistencia y el ciberactivismo (McCaughey y Ayers, 2013).

La trágica muerte de Tara en *Buffy, cazavampiros* traería como consecuencia que muchas fans lesbianas protestaran enérgicamente contra la decisión de los creadores. Si bien cuando se emitía en televisión *Buffy, Cazavampiros* no existían las redes

sociales, las fans de Tara y Willow se valieron del foro *The Kitten, the Witches and the Bad Wardrobe*¹ para desarrollar una campaña de protesta a favor de la representación positiva en la serie de las relaciones lésbicas en la serie (Anderson, 2013). En concreto, este foro continúa activo en la actualidad y sigue ejerciendo su función como lugar digital de encuentro seguro (*safe space*) para debatir sobre relaciones no heteronormativas. Esta campaña de protesta tenía dos ejes: la publicación de las preguntas más frecuentes sobre qué es el *Lesbian Cliché*² y la creación de fanfics protagonizados por Tara y Willow, en los cuáles ambos personajes no mueren y se mantienen juntas como pareja.

De hecho, el caso de la muerte de Tara no ha sido el único en el que las fans se han organizado a través de plataformas digitales para protestar por la perpetuación de los clichés en relación a los personajes lésbicos. Tras la emisión del capítulo *Trece* (3x07) de *The 100*, en el que Lexa muere, comenzó en Twitter una campaña de boicot contra la serie para forzar su cancelación, bajo la etiqueta #LGBTFansDeserveBetter. La campaña dio lugar en la creación de la plataforma *LGBT Fans Deserve Better*³, con el objetivo de proporcionar datos que puedan ayudar a productores de televisión y a la audiencia a conocer más sobre los clichés y la situación actual de la representación LGBTQ en televisión (LGBT Fans Deserve Better, 2016b). La campaña se propuso conseguir tres objetivos: 1) Reducir los índices de audiencia de *The 100* y su presencia en las

¹ El foro se puede consultar en <http://thekittenboard.net/thekitt/>

² El *Lesbian Cliché FAQ* (2002) se puede consultar aquí: <http://archive.is/BZqLO>

³ www.lgbtfansdeservebetter.com

redes sociales para forzar su cancelación; 2) Recaudar donaciones para *The Trevor Project*, una plataforma que apoya a los jóvenes LGBTQ en riesgo de suicidio; 3) Evidenciar la representación inapropiada de personajes femeninos LGBTQ en los productos mediáticos.

El protocolo de boicot⁴ incluyó un *unfollow* masivo al productor de la serie, Jason Rothenberg, produciendo que su cuenta de Twitter descendiera de 121.000 a 107.000 seguidores en los cinco días posteriores a la muerte de Lexa. La estrategia global implementada buscó sacar partido de las métricas de Twitter para evitar que *#The100* o *hashtags* relacionados figurasen en las listas de *trending topics*. Como se muestra en los casos de fans que aplican estrategias en Twitter para renovar series de televisión (Establés-Heras y Rivera-Pinto, 2015; Guerrero-Pico, 2017), los *trending topics* se generan por un uso repentino de hashtags poco frecuentes en un momento específico, unido al número y la ubicación de los participantes que usan dicho hashtag. Por lo tanto, las fans activistas buscaron exactamente lo contrario de esta lógica al negarse a etiquetar a *The 100* o al equipo durante la transmisión de los episodios posteriores al 3x07. A pesar de estos esfuerzos, la campaña de boicot no cumplió el objetivo de cancelar la serie y The CW anunció la renovación del espectáculo para una cuarta temporada.

⁴ El protocolo del boicot se puede consultar (en inglés) en el foro *The L Chat* a través del siguiente enlace:

http://s1.zetaboards.com/L_Annon/single/?p=19450386&t=5959752

No obstante, dos años después del inicio de la campaña, los fans están cerca de alcanzar los 200.000 dólares que se habían puesto como meta para el proyecto *The Trevor Project* (LGBT Fans Deserve Better, 2016b). Pero, tras el caso de Lexa, muchas fans lesbianas de la serie quisieron poner de manifiesto cuán importante debe ser la imagen que se muestre de las mujeres LGBTQ en la pequeña pantalla. Por eso, aprovechando la injusta muerte de este personaje y la campaña de *queerbaiting* de la serie, con la ayuda de las redes sociales pudieron ponerse en contacto con los productores. Esta facilidad para contactar con los creadores de cualquier ficción a través de las plataformas digitales puede convertirse en un arma de doble filo, ya que, por un lado, facilita vías de comunicación entre ambos pero, por otro, pueden ser un canal muy efectivo para mostrar el descontento por sucesos como, por ejemplo, los de la muerte de Lexa. En este orden de cosas, durante ese mes tuvieron lugar tanto debates argumentados como ejemplos de prácticas tóxicas y de acoso, siendo las más graves las amenazas de muerte contra el productor Jason Rothenberg, lo que le obligó a abandonar sus perfiles en las redes sociales. La reflexión en torno cuáles son los límites de las acciones que pueden llegar a realizar el fandom en internet, sobre lo que se considera "normal" y "aceptable", forma parte de la idiosincrasia de cualquier fandom como demuestran trabajos previos (Busse, 2013; Gonzalez 2016; Stanfill 2013), aunque las estrategias y reglas específicas de autocontrol varían según las particularidades de cada comunidad y las acciones que se llevan a cabo (Guerrero-Pico et al., 2017).

Asimismo, algunas fans de *The 100* conociendo que el personaje de Lexa es asesinado en la serie porque la actriz que la interpreta, Alycia Debnam-Carey, tiene una nueva relación contractual en la serie *Fear the Walking Dead*, deciden crear fanfics para mantener vivo al personaje. Así, sugieren un crossover ficcional (Guerrero-Pico y Scolari, 2016) entre ambas series denominado *Queer The Walking Dead* (Waggoner, 2017). Se trataría de otro mecanismo de protesta no violento de las fans, a semejanza de la realizada por las fans de Tara y Willow de *Buffy, Cazavampiros*, a través de los fanfics escritos y publicados para el foro *The Kitten, the Witches and the Bad Wardrobe*. Esto va en la línea de los hallazgos de Frederik Dhaenens sobre el *Slash-fiction* como forma de resistencia queer que desafía los límites de la heteronormatividad mediática (Dhaenens, 2012; Dhaenens et al., 2008).

5. Hacia una comunicación desde la no-violencia: auto-regulación dentro del fandom ciberactivista

Como Nos Aldás y Pinazo (2013) señalan, estos escenarios de comunicación pueden convertirse en procesos de empoderamiento cuando se definen desde la agencia de los individuos y se orientan hacia la justicia social. En este sentido, al explorar el ciberactivismo lésbico desde un enfoque para una comunicación para el cambio social desde la no-violencia encontramos una serie de estrategias de autocontrol que van orientadas en esta línea.

En concreto, para examinar qué tipo de estrategias de

autocontrol llevaron a cabo las fans de *The 100* durante la campaña de sensibilización contra el SLM, se realizó un análisis del discurso de uno de los hilos de conversación dedicados a la serie en uno de los foros anónimos más activos y reconocidos dentro de la comunidad lésbica: *The L Chat*. El hilo, publicado a lo largo del mes de marzo de 2016, ha sido elegido por haberse producido en plena eclosión del debate mediático alrededor de la utilización del cliché del SLM. Tres grandes estrategias se desprenden del análisis realizado, que ilustran de los mecanismos puestos en marcha por las fans para salvaguardar la reputación de la campaña: a) uso del discurso del miedo; b) uso del pensamiento estratégico; y c) apelación al bien común.

En relación al uso del discurso del miedo, el temor a las represalias por parte de la industria mediática protagonizó una porción considerable de los comentarios. En ellos se puede apreciar cómo algunas fans se basan en la situación de discriminación de mujeres y de minorías sexuales y raciales para ejercer censura sobre la actitudes adoptadas por otras fans. De este modo, si bien se asumen las desigualdades asociadas al hecho de ser mujeres y pertenecer al colectivo LGBTQ, las fans utilizan esta circunstancia para promover una política de no agresión en la que una campaña demasiado hostil podría desembocar en exactamente lo contrario a lo buscado. En otras palabras, que los productores mediáticos no vuelvan a introducir personajes LGBTQ en sus ficciones seriadas por miedo a la reacción airada de las fans. Prueba de ello es el siguiente mensaje anónimo en el que, incluso, se alude a posibles

consecuencias laborales para los responsables:

Como guionista lesbiana y afroamericana dentro de esta industria (un triple estigma– negra, mujer y lesbiana), no me sorprendería que todo este lío llevara a los hombres hetero (que son mayoría en el negocio) a pasar de poner otro personaje LGBTQ con semejante protagonismo. Yo misma tendría miedo de escribir uno no vaya a ser que cayera sin querer en un cliché (...) Porque ese es el mensaje que estáis mandando: si abordas un personaje LGBTQ y escribes una trama insensible, vamos a ir a por ti y vamos a presionar para que te cancelen la serie y todo el mundo pierda su trabajo [Traducción propia] (*The 100 Part VI, The L Chat, 2016*)

Con respecto al pensamiento estratégico, las fans difundieron indicaciones de forma periódica entre la comunidad con el fin de aumentar el impacto de la campaña y mitigar los efectos del acoso online a los productores de la serie. Los posts sugiriendo actitudes menos impulsivas y más calculadas, y aludiendo al valor económico del fandom de *The 100*, son típicos de esta clase de mecanismo de autocontrol. Al mismo tiempo, se apela al carácter transnacional del fandom para convencer de la necesidad de contar con un número importante de seguidores que apoyen la acción:

Tenéis que recordar que, para lograr el objetivo, debéis ser inteligentes y sutiles. Dad caña en Tumblr, Twitter, traeros a las brasileñas, las europeas y a cualquiera que esté comprometida y cabreada por lo que ha pasado y darle, darle, darle hasta que hundamos los ratings. En lugar de quedaros ahí con la rabia, lloriqueando, o posteando basura, poneos a ellos y seguid a tanta gente como podáis para que se una al Apagón. Debéis recordar que es el público quien genera dinero a la cadena– sin nosotros los ratings se van a

desplomar y será el caos [Traducción propia] (*The 100 Part VI, The L Chat*, 2016)

Después de que The CW anunciara la renovación de la serie, tanto en Twitter como en *The L Chat* se observaron posts de fans decepcionadas. Las fans contrargumentaron entonces que conseguir la cancelación de la serie nunca fue una prioridad, sino que el objetivo principal era denunciar la pobre representación de los personajes LGBTQ, una misión que iba más allá de *The 100* y el deceso de la Comandante Lexa. Así, las fans pudieron levantar la moral del fandom tras un revés relativamente inesperado a la vez que lograron contener el torrente de ataques hacia los productores de la serie:

Nada se puede hacer ya para reparar el daño causado por el asesinato de Lexa. O sois todavía fans y seguís viendo la serie, o no lo sois. Genial por los actores y equipo que tienen un añito más para hacer dinero. Lo que podemos hacer, no obstante, es continuar sensibilizando acerca del uso indiscriminado de clichés de lesbianas y de la explotación económica de la comunidad queer sin que ello tenga ningún tipo de consecuencia [Traducción propia] (*The 100 Part VI, The L Chat*, marzo 2016)

Miedo, estrategia y bien común son, por tanto, los temas principales que vertebran los mecanismos de autorregulación utilizados por las fans de *The L Chat* para proteger los valores de la campaña contra el SLM y asegurar la continuación de la misma en el tiempo.

6. Conclusiones

El fandom organizado es concebido, en general, como una comunidad influyente y grupo de presión que puede llegar a incidir en el control de textos televisivo. Esto permite que el rechazo a los clichés relativos a personajes que están infrarrepresentados y que forman parte de minorías sexuales se haya convertido en una cuestión de relevancia que une las agendas del fandom organizado y del ciberactivismo LGBTQ. Con respecto a los casos presentados en relación al SLM, la toma de decisiones estratégicas dentro de las campañas para la transformación de este conflicto se caracteriza por su enfoque circular, participativo, así como dinámico, adaptativo y funcional (Lederach, 2015).

De hecho, destaca también la función de Internet y las redes sociales como un espacio virtual seguro que puede favorecer el empoderamiento de muchas personas que no podrían hacerlo en el espacio real. Aquí, las fans lesbianas se convierten en agentes sociales de cambio, siendo ellas mismas quienes lanzan y lideran las campañas de reivindicación. No en vano, las acciones llevadas a cabo en el entorno virtual tienen efectos reales en el mundo no-virtual. Como hemos visto, las campañas ciberactivistas pueden influir en la estabilidad de los productos mediáticos y forzar a que se produzcan cambios en las dinámicas de producción de series de televisión, además de generar conciencia ciudadana sobre la problemática que plantea la violencia de la heteronormatividad, más allá de la mediática.

Paralelamente, entre estos procesos e iniciativas se pueden

distinguir acciones a corto plazo, sin perder de vista el objetivo a largo plazo. Las fans se organizan y coordinan en distintos foros, páginas web y redes sociales y buscan mantener sus metas con mayor perspectiva temporal y de una forma estratégica, produciendo y difundiendo información detallada sobre la dimensión global del conflicto que genera el SLM.

Esta creación de conciencia también se produce en el epicentro de la comunidad de fans como muestra el cambio de rumbo tomado por las fans ante los primeros síntomas de discordancia dentro del movimiento desplegado en torno al SLM. Al contraargumentar que la cancelación de *The 100* nunca fue una prioridad, las fans hicieron visible y explicaron a sus compañeras dentro de la comunidad el alcance real del problema, que no es otro que la históricamente pobre y denostada representación de los personajes LGBTQ en los productos mediáticos y las consecuencias que ello puede tener sobre las vidas de las personas LGBTQ. No obstante, algunos de los mecanismos utilizados para promover actitudes no violentas, como el discurso del miedo, plantean una situación paradójica dentro de este contexto. Tales argumentos deben ser examinados con más detenimiento en futuros análisis, ya que podrían suponer formas latentes de violencia simbólica anti-LGBTQ ejercida por los propios individuos LGBTQ.

Finalmente, este capítulo contribuye en el desarrollo de la investigación sobre la Comunicación para el Cambio Social al incorporar la perspectiva LGBTQ. Se detecta una escasez de trabajos que consideren la perspectiva LGBTQ desde el ámbito de

los Estudios de Paz, tanto a nivel teórico, profundizando en marcos conceptuales, como a nivel empírico y experimental, aportando metodologías y casos de estudio no habituales dentro de esta disciplina.

Referencias

- Anderson, K. J. (2013). Seeing Green: Willow and Tara Forever. En J.K. Stuller, *Fan Phenomena Buffy the Vampire Slayer* (pp. 102-111). Bristol: Intellect Books.
- Baams, L., Grossman, A. H., y Russell, S. T. (2015). Minority stress and mechanisms of risk for depression and suicidal ideation among lesbian, gay, and bisexual youth. *Developmental Psychology*, 51(5), 688-696.
- Baams, L., Jonas, K. J., Utz, S., Bos, H. M. y Van Der Vuurst, L. (2011). Internet use and online social support among same sex attracted individuals of different ages. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1820-1827.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media psychology*, 3(3), 265-299.
- Bock, J. G. (2012). *The technology of nonviolence: Social media and violence prevention*. Cambridge: MIT Press.
- Bond, B. J. y Compton, B. L. (2015). Gay on-screen: The relationship between exposure to gay characters on television and heterosexual audiences' endorsement of gay equality. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 717-732.
- Bond, B. J. y Miller, B. (2017). From Screen to Self: The Relationship Between Television Exposure and Self-Complexity Among Lesbian, Gay, and Bisexual Youth. *International Journal of Communication*, 11, 94-112.
- Bonds-Raacke, J. M., Cady, E. T., Schlegel, R., Harris, R. J. y Firebaugh, L. (2007). Remembering gay/lesbian media characters: Can Ellen and Will improve attitudes toward homosexuals?. *Journal of Homosexuality*, 53(3), 19-34.
- Bourdaa, M. (2018). "May We Meet Again": Social Bonds, Activities, and Identities in the #Clexa Fandom. En P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp.

- 385-400). Oxford: Wiley Blackwell.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brennan, J. (2016). Queerbaiting: The ‘playful’ possibilities of homoeroticism. *International journal of cultural studies*. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1367877916631050>
- Busse, K. (2013). Geek hierarchies, boundary policing, and the gendering of the good fan. *Participations: Journal of Audiences and Reception Studies*, 10(1). Recuperado de <http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/6%20Busse%2010.1.pdf>
- Butler, B. (4 de abril de 2016). TV Keeps Killing Off Lesbian Characters. The Fans of One Show have Revolted. *The Washington Post*. Recuperado el 20 de febrero de <https://washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2016/04/04/tv-keeps-killing-off-lesbian-characters-the-fans-of-one-show-have-revolted/>
- Carratalá, A. (2017). La participación de la prensa de Cataluña en la construcción de la homofobia como problema social (2012-2014). *Prisma Social: revista de investigación social*, 18, 365-392.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity Press.
- Chambers, S. A. (2003). Telepistemology of the Closet; Or, the Queer Politics of Six Feet Under. *Journal of American Culture*, 26(1): 24-41.
- Collier, N. R., Lumadue, C. A. y Wooten, H. R. (2009). Buffy the vampire slayer and Xena: warrior princess: Reception of the texts by a sample of lesbian fans and web site users. *Journal of homosexuality*, 56(5), 575-609.
- Croteau, D. y Hoynes, W. (2013). *Media/society: Industries, images, and audiences*. London: Sage.
- De Ridder, S., Dhaenens, F. y Van Bauwel, S. (2011). Queer theory and change. Towards a pragmatic approach to resistance and subversion in media research on gay and lesbian identities. *Observatorio (OBS*)*, 5(2), 197-215.
- Deshler, K.M. (2017). *Not Another Dead Lesbian: The Bury Your Gays Trope, Queer Grief, and The 100*. Tesis de grado. Whitman College, Washington, Estados Unidos.

- Dhaenens, F., Van Bauwel, S. y Biltereyst, D. (2008). Slashing the fiction of queer theory: Slash fiction, queer reading, and transgressing the boundaries of screen studies, representations, and audiences. *Journal of Communication Inquiry*, 32(4), 335-347.
- Dhaenens, F. (2012). Queer cuttings on YouTube: Re-editing soap operas as a form of fan-produced queer resistance. *European Journal of Cultural Studies*, 15(4), 442-456.
- Elipe, P., de la Oliva Muñoz, M. y Del Rey, R. (2017). Homophobic bullying and cyberbullying: study of a silenced problem. *Journal of homosexuality*, 65(5), 672-686.
- Establés-Heras, M.J. y Rivera-Pinto, D. (2015). 'Ministéricos' en Twitter y Whatsapp, o cómo el poder de los fans puede mover montañas. En C. Cascajosa Virino (Ed.), *Dentro de El Ministerio del Tiempo* (pp. 211-218). Madrid: Léeme Editores.
- Fejes, F. y Petrich, K. (1993). Invisibility, homophobia and heterosexism: Lesbians, gays and the media. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(4), 396-422.
- Fernandez-Planells, A., Figueras-Maz, M. y Pàmpols, C. F. (2014). Communication among young people in the #spanishrevolution: Uses of online-offline tools to obtain information about the #acampadabcn. *New media & society*, 16(8), 1287-1308.
- Francisco Amat, A., González de Garay, B., Lozano, M. y Traver, J. (2016). "Te quiero, maldita sea". Lectura crítica de los discursos mediáticos del amor lésbico en Tierra de lobos (Telecinco: 2010-14). *Lectora: revista de dones i textualitat*, 22, 165-183.
- Galtung, J. (1996). *Peace by peaceful means: Peace and conflict, development and civilization*. London: Sage.
- Gillig, T. y Murphy, S. (2016). Fostering support for LGBTQ youth? The effects of a gay adolescent media portrayal on young viewers. *International Journal of Communication*, 10, 3828-3850.
- GLAAD (2016). *Where We Are on TV 2016-2017. GLAAD's annual report on LGBTQ inclusion*. Recuperado de <https://www.glaad.org/whereweareontv16>
- Gomillion, S. C. y Giuliano, T. A. (2011). The influence of media

- role models on gay, lesbian, and bisexual identity. *Journal of homosexuality*, 58(3), 330-354.
- Gonzalez, V. M. (2016). Swan Queen, shipping, and boundary regulation in fandom. *Transformative Works and Cultures*, 22. Recuperado de journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/669/717
- González de Garay, Beatriz y Francisco Amat, Andrea (2016). Análisis crítico de los discursos mediáticos en torno al amor desde la experiencia lésbica: violencia, amor romántico y roles de género. *Revista Periódicus*, 1(4), 192-208.
- Gramsci, A. (2010). *Cartas desde la cárcel*. Madrid: Veintisiete Letras.
- Gross, L. (2012). *Up from invisibility: Lesbians, gay men, and the media in America*. New York: Columbia University Press.
- Guerrero-Pico, M. (2017). #Fringe, Audiences, and Fan Labor: Twitter Activism to Save a TVShow from Cancellation. *International Journal of Communication*, 11. Recuperado de: <http://www.ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4020>
- Guerrero-Pico, M., Establés, M. J. y Ventura, R. (2017). La Síndrome de la Lesbiana Morta: mecanismes d'autoregulació del «fandom» LGBTI en les polèmiques fan-productor de la sèrie «The 100». *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 57, 29-46.
- Guerrero-Pico, M. y Scolari, C. (2016). Transmedia storytelling and user-generated content: A case study on crossovers. *Cuadernos.info*, 38, 183-200.
- Haas, A. P., Lane, A. y Working Group for Postmortem Identification of SO/GI. (2015). Collecting sexual orientation and gender identity data in suicide and other violent deaths: A step towards identifying and addressing LGBT mortality disparities. *LGBT health*, 2(1), 84-87.
- Herek, G. M. (2017). Documenting hate crimes in the United States: Some considerations on data sources. *Psychology of Sexual Orientation and Gender Diversity*, 4(2), 143-151.
- Iranzo, A. y Farné, A. (2013). Occupy movements in the media. *Peace Review*, 25(3), 384-391.
- Jones, A. (2006). Straight as a rule: Heteronormativity, gendercide, and the noncombatant male. *Men and Masculinities*, 8(4),

- 451-469.
- Juluri, V. (2005). Nonviolence and media studies. *Communication Theory*, 15(2), 196-215.
- Kitzinger, C. (2005). Heteronormativity in action: Reproducing the heterosexual nuclear family in after-hours medical calls. *Social problems*, 52(4), 477-498.
- Lederach, J. (2015). *Little book of conflict transformation: Clear articulation of the guiding principles by a pioneer in the field*. New York: Good Books.
- LGBT Fans Deserve Better (2016a). *Broadcast Network: 2015-2016*. Recuperado el 20 de febrero de 2018 de <http://www.lgbtfansdeservebetter.com/broadcast-network-tv-2015-2016>
- LGBT Fans Deserve Better (2016b). *Fundraiser*. Recuperado el 20 de febrero de 2018 de: <http://www.lgbtfansdeservebetter.com/fundraiser/>
- Madžarević, G. y Soto-Sanfiel, M.T. (2018). Positive Representation of Gay Characters in Movies for Reducing Homophobia. *Sexuality & Culture*. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s12119-018-9502-x>
- Marshal, M. P., Dietz, L. J., Friedman, M. S., Stall, R., Smith, H. A., McGinley, J., Thoma, B. C., Murray, P. J., D'Augelli, A. R. y Brent, D. A. (2011). Suicidality and depression disparities between sexual minority and heterosexual youth: A meta-analytic review. *Journal of Adolescent Health*, 49(2), 115-123.
- McCaughey, M. y Ayers, M. D. (Eds.). (2013). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. London: Routledge.
- McInroy, L. B. y Craig, S. L. (2017). Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation. *Journal of Youth Studies*, 20(1), 32-46.
- Mehra, B., Merkel, C. y Bishop, A. P. (2004). The internet for empowerment of minority and marginalized users. *New media & society*, 6(6), 781-802.
- Millward, L., Dodd, J. G. y Fubara-Manuel, I. (2017). *Killing Off the Lesbians: A Symbolic Annihilation on Film and Television*. Jefferson: McFarland.
- Ng, E. (2017). Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape. *Transformative*

- Works & Cultures*, 24. Recuperado de <https://doi.org/10.3983/twc.2017.0917>
- Nos Aldás, E. y Pinazo, D. (2013). Communication and engagement for social justice. *Peace review*, 25(3), 343-348.
- Pérez-Altable, L. (2015). The Arab Spring before the Arab Spring. A case study of digital activism in Tunisia. *Global Media Journal (Arab Edition)*, 4(1-2), 19-32.
- Pew Research Center (2014). *More Hate Crimes Motivated by Victims' Ethnicity*. Recuperado de <http://pewrsr.ch/1e09mE2>
- Ryan, M. (14 de marzo de 2016). *What TV Can Learn from The 100 Mess*. Recuperado de 2018 de <http://variety.com/2016/tv/opinion/the-100-lexa-jason-rothenberg-1201729110>
- Schiappa, E., Gregg, P. B. y Hewes, D. E. (2006). Can one TV show make a difference? A Will & Grace and the parasocial contact hypothesis. *Journal of Homosexuality*, 51(4), 15-37.
- Stanfill, M. (2013). "They're Losers, but I Know Better": Intra-Fandom Stereotyping and the Normalization of the Fan Subject. *Critical Studies in Media Communication*, 30(2), 117-134.
- Takács, J. (2006). *Social exclusion of young lesbian, gay, bisexual and transgender (LGBT) people in Europe*. Brussels: ILGA Europe.
- Ventura, R. (2016). Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 32(10), 932-952.
- Waggoner, E.B. (2017). Bury Your Gays and Social Media Fan Response: Television, LGBTQ Representation, and Communitarian Ethics. *Journal of Homosexuality*. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1391015>
- Warner, M. (1991). Introduction: Fear of a queer planet. *Social text*, 29, 3-17.
- Yep, G. A. (2003). The violence of heteronormativity in communication studies: Notes on injury, healing, and queer world-making. *Journal of homosexuality*, 45(2-4), 11-59.

3. CONCLUSIONES

3.1 Discusión

En este apartado se discuten las decisiones tomadas en cada una de las publicaciones y se busca ponerlas en común con los propósitos generales de la tesis. En cierto modo, el objetivo esencial de una tesis doctoral no deja de ser el demostrar las aptitudes como investigador de le doctorande. En el caso de una tesis por compendio la demostración de esta capacidad no se retrasa hasta la presentación final de un trabajo monográfico, como ocurre en las tesis tradicionales, sino que los resultados se van presentando y evaluando a lo largo del proceso de aprendizaje doctoral. Este hecho hace que en una tesis por compendio se pueda observar el progreso de le doctorande, entendido como un trayecto que se recorre desde la inseguridad investigadora inicial y se desarrolla paulatinamente hacia la madurez académica. Paralelamente, este modelo de tesis por compendio ha permitido indagar en los mecanismos de reproducción y recepción de la heteronormatividad en los medios de comunicación explorando los diferentes formatos de publicación considerados desde la comunidad científica: artículos de revistas científicas, capítulos de libro y participación en congresos internacionales con su publicación en las actas.

La primera publicación que se incluye en el compendio corresponde con las actas del Congreso Iberoamericano de Comunicación organizado por la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) y que lleva por título *Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los 'media safe spaces'*. Se trata de una primera toma de contacto con la comunidad científica. En esta primera publicación se recoge una aproximación inicial, desde mi proceso de investigación doctoral, al área de los LGBT/Queer Media Studies. Surge como propuesta de investigación tras detectar una carencia de investigaciones que aborden el análisis de la realidad LGBT desde una perspectiva centrada en la audiencia LGBT. En concreto apela a un enfoque de la comunicación basado en la teoría de usos y gratificaciones. No obstante, pese a que el enfoque resultara atractivo e inexplorado, la realidad de la práctica de la investigación me enseñó que existen límites que en ocasiones nos impiden avanzar en una determinada línea. En este caso, se requería

una muestra de 400 participantes LGBT para poder obtener resultados. Por una parte, conseguir 400 participantes LGBT hubiese supuesto una tarea laboriosa. Pero el motivo que finalmente interrumpió el desarrollo de esta propuesta de investigación fue el descubrir que la legislación vigente sobre protección de datos dificulta enormemente la recogida de datos personales relacionados con la sexualidad. Esta normativa considera los datos sobre la orientación sexual como datos sensibles de “nivel alto”, por lo que como norma general no permite que sean tratados ni almacenados en ficheros, incluso siendo recogidos de manera anónima. Este hecho, que no había considerado previamente, me obligó a reorientar la investigación. Cabe resaltar aquí cómo esta legislación pone un importante freno a los LGBT/Queer Media Studies, al obstaculizar la recogida de datos empíricos sobre la audiencia según su orientación sexual.

La segunda publicación es un artículo titulado *Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación* y publicado en la revista *Opción*. Se trata de una revista científica indexada en SCOPUS (SJR) en el tercer cuartil (Q3) de ciencias sociales. En esta ocasión la intención era profundizar en el marco teórico de la tesis a través de una revisión del estado de la cuestión. Normalmente en las tesis por compendio se suele echar en falta una mayor profundización en el marco teórico, dado que la mayoría de las revistas no suelen aceptar este tipo de artículos ya que prefieren investigación aplicada. No obstante, al tratarse de una tesis que gira en torno a un campo de estudio emergente, los LGBT/Queer Media Studies, considerábamos indispensable incluir una publicación que abordara el estado de la cuestión. En este artículo no solamente se realiza un repaso por las diferentes formas en que se ha abordado la investigación LGBT/Queer en los estudios de comunicación, sino que también se detecta una carencia metodológica en cuanto al despliegue de investigaciones que vayan más allá del análisis del mensaje/contenido. Así, se plantea la necesidad de enriquecer los LGBT/Queer Media Studies desarrollando el enfoque centrado en la audiencia. Además, se esbozan dos formas de abordar la investigación sobre audiencia basadas en el target: la audiencia general, por un lado, y el público LGBT, por el otro. Este enfoque nos llevará a dirigir la investigación aplicada de la tesis y dará lugar a las dos siguientes publicaciones.

El tercer artículo, titulado '*Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women*': Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news, responde precisamente al enfoque basado en el estudio de la audiencia general. Se trata de un análisis de recepción que busca explorar los efectos de las noticias (contenido informativo) sobre la audiencia general en cuanto a sus actitudes hacia las parejas de hombres homosexuales que deciden ser padres mediante la gestación subrogada. El uso de esta técnica, que comienza a adquirir atención pública en el panorama social y aparece ligada a la realidad homosexual, adquiere importancia para nuestra tesis porque intersecciona directamente con la cuestión de la homoparentalidad y ofrece nuevas perspectivas desde las que abordar la investigación de los LGBT/Queer Media Studies. En el artículo se detecta un afloramiento en las actitudes negativas entre el grupo de mayor edad y también se discuten las implicaciones que puede tener el discurso mediático sobre la gestación subrogada en relación a la alianza entre el feminismo y el colectivo gay. Dentro de la tesis este artículo supone un punto álgido en la etapa de madurez académica del doctorando, ya que se trata de una investigación publicada en el *Journal of Homosexuality*, la revista académica más relevante dentro del campo de los estudios LGBT y queer. El *Journal of Homosexuality* se encuentra indexado en ISI Web of Science (JCR), índice suministrado por Thomson Reuters, en el segundo cuartil (Q2) del área de Ciencias Sociales y también en el segundo cuartil (Q2) del área de Psicología. Además, el *Journal of Homosexuality* se encuentra indexado también en SCOPUS en el primer cuartil (Q1) de dos áreas, la de Estudios de Género y la de Educación, y en segundo cuartil (Q2) en otra dos áreas, la de Psicología Social y la de Psicología General.

La última publicación es un capítulo de libro que tiene por título *Ciberactivismo fan lésbico: acciones de protesta no violenta frente a las representaciones heteronormativas de personajes LGBTQ en televisión*. Se trata de una investigación que se centra en el enfoque basado en el estudio de la audiencia LGBT. En él se reúnen aportes de los estudios de televisión y del análisis de la recepción para abordarlos desde el subcampo de estudio emergente de los Internet LGBT Studies. Este texto está, además, orientado a atender las posibilidades que pueden ofrecer los LGBT/Queer Media Studies a la Comunicación para el Cambio Social. Es decir, trata de acercar la academia a la realidad social en un esfuerzo de contribuir con

propuestas de cambio social desde una cultura de paz. Por otro lado, explora los efectos de las series de televisión (contenido de ficción) de manera concreta sobre la audiencia LGBT. De este modo, se recupera la propuesta de investigación inicial (publicación 1) de realizar un estudio de recepción centrado específicamente en analizar a la audiencia LGBT, desarrollando mecanismos alternativos para acceder a ella y mostrando las posibilidades que nos ofrece internet para abordar este tipo de análisis. El capítulo forma parte del libro *Comunicación para el cambio social: propuestas para la acción*, editado por Amador Iranzo y Alessandra Farné para la editorial *Tirant lo Blanch*. Esta editorial ocupa la cuarta posición en el ranking SPI de editoriales académicas de prestigio españolas.

Finalmente, en cuanto al formato en que se ha presentado esta tesis, es decir, por compendio publicaciones, cabe comentar que ha permitido aportar una serie de beneficios a la tesis doctoral que aquí se presenta, puesto que:

- Asegura mayor rigor académico en el momento de presentar la tesis doctoral, ya que cada una de las publicaciones que forman parte del compendio han pasado previamente por un proceso de revisión por pares (peer-review). Este hecho no solo garantiza su calidad académica, sino que también sirve para mejorar los textos finales gracias a las observaciones de las personas expertas que los han revisado.
- Dota a la tesis de una extensión justa y necesaria. Es decir, la necesidad de adecuarse a los formatos de las publicaciones científicas obliga a le doctorande a sintetizar, evitando que el texto final se convierta en un cúmulo excesivo de documentación almacenada a lo largo de los años de investigación doctoral. Esta necesidad de filtrado produce a su vez el efecto de “tesis invisible”, ya que no todo lo que le doctorande ha leído, trabajado y/o analizado entra a formar parte del texto final de una tesis por compendio, debido a las propias limitaciones del formato y a los materiales que no han podido ser publicados.
- Fomenta las colaboraciones con otros investigadores. La tesis por compendio exige que todas las publicaciones sean firmadas por le doctorande en primer lugar, pero permite la

colaboración de otros autores. De este modo, rompe con la concepción de la tesis doctoral como un recorrido solitario y apuesta, en cambio, por promover un modelo de academia entendida como una red colaborativa. Así, se brinda a le doctorande la ventaja de desarrollar un aprendizaje basado en el trabajo en equipo.

- Permite ver la evolución de le doctorande a lo largo de su aprendizaje doctoral. En la tesis por compendio se valora el proceso de aprendizaje más allá de la presentación de un trabajo final, que en ocasiones se convertía en un trabajo fruto de un esprint final. En mi caso se puede observar un progreso desde la publicación inicial en 2016, donde se percibe la inseguridad e inexperiencia del doctorando que se inicia en el mundo de la investigación, hasta alcanzar una mayor madurez académica como queda patente en las últimas publicaciones del 2018.

3.2 Final considerations

This thesis contributes to the discussion and theorization of the role of the media in the representation and visibility of sexual and gender diversity. These two fields shape the line of research of this thesis, which aims to fill the gap of a discipline that combines LGBT and Queer Studies with Communication Studies: LGBT/Queer Media Studies. Throughout the thesis, a theoretical framework has been built and a series of publications that demonstrate the academic interest on LGBT/Queer Media Studies have also been included. However, in this process, some difficulties and limitations, that are worth commenting on, have also appeared.

As Tamsin Spargo (2007) explained, Gay and Lesbian Studies (or LGBT Studies) and Queer Theory work as a dynamic network in the praxis of academic research. In the compendium of papers presented in this thesis, I move strategically using approaches and terminologies from both fields (the reader may have found that sometimes I use variations of the LGBT terminology and, at other times, I use less identity-based formulas such as "sexual and gender diversity"). However, throughout my research, I have found it difficult to go beyond the recurrent use of the Gay and Lesbian

Studies categories, especially at the moment of conceiving the categories on which to situate the analysis. In general, when designing research, the scientific method requires the use of universal, separate, stable, and excluding categories on which to make observations or measurements of research. The issue here is that the Queer Theory rejects the classification of subjects in these types of sealed categories. Because of this, I have found it problematic to approach this queer perspective, perhaps because the use of essentialist and fixed LGBT categories is more pragmatic for the research designing process. Similarly, and perhaps also as a result of this pragmatism, a deeper consideration of the diversity within the LGBT identities is also lacking in the thesis. In line with what happens both in academia and in society in general, male homosexuality has gained more attention in my research, followed by female homosexuality and bisexuality. This privilege, enjoyed by certain identities and not others, reminds us that we must make a greater effort to incorporate the rest of gender and sexual realities which are also hegemonized by the heteronormative system, such as the trans issue. In the same way, and closely related to this recurrent use of the LGBT categories, emerges the idea of whether placing the analysis solely on these non-normative identities is contributing to the discourse of its problematization. In other words, the fact of locating the focus of analysis on these non-normative identities infers a privilege to the heterosexual identity, which is implicitly assumed as non-problematic. Perhaps it would be necessary to develop further research based on a change of perspective or approach. In this sense, it may be interesting to look back and recover Rich's (1980) concept of *compulsory heterosexuality* (precursor of the "heteronormativity" concept), since it precisely represents the idea that "institutionalized, normative heterosexuality regulates those kept within their boundaries as well as marginalizing and sanctioning those outside them. The term 'heteronormativity' has not always captured this double-sided social regulation" (Jackson, 2006: 105). While queer perspective theorize about how homosexuality gains its coherence in relation to heterosexuality, "the impact of regimes of normative heterosexuality on heterosexuality has largely been ignored" (Seidman, 2005: 40). Attending to this epistemological spin can also serve to break away from the idea that LGBT/Queer Media Studies are only of interest to (sexual) minorities and points out that these studies are equally of interest to the majorities. According to

Sedgwick (1990), the minoritizing view suggests that the homo/heterosexual definition is an issue of enormous importance for only small, discrete, and relatively fixed homosexuals, while the universalizing view maintains that it is an issue of tremendous importance in the lives of individuals across the spectrum of sexualities. Examining "how normative heterosexuality affects the lives of heterosexuals" (Jackson, 2006: 105) is a way to endorse the universalizing view within LGBT/Queer Studies.

Regarding the communication perspective, a tendency is detected in media studies to focus almost obsessively on content analysis, as if it were a product disconnected from the rest of the communicative system (sender-content-receiver). This does not allow us to understand the communicative phenomenon in a holistic way, so the consequences that this content produces on the audience are not taken into account, nor is accountability required for those who produced this content. From Cultural Studies, it has been possible to address the effects of the media through reception studies, focused on analysing the impact of the media on the audience. This thesis has been framed mainly on this approach, paying more attention to the reception field. In the end, we noticed a lack of research on the production field. As a result, we detect that the production field still has not been explored extensively, perhaps due to the difficulty of accessing this field to carry out the research. However, the people responsible for preparing the media content are journalists and screenwriters, who in turn work for media companies, so the origin of the content can easily be tracked and analyzed. The result of not putting production in the spotlight is that it does not allow their agency to be acknowledged in the media environment, and therefore demanding accountability for its social and cultural consequences. Publication number 4 of the compendium of this thesis (which was born as an analysis of the reception) is in turn a wake-up call regarding the role of the producers, understood as specific people in the communicative ecosystem. Once again, social activism, and not academy, has been the one to initiate the claim for accountability, drawing attention to the social role of production and its cultural consequences. The purpose of this accountability should not be the simply accusation or condemnation, but rather originating an improvement in the production level, diminishing the creation and perpetuation of violent discourses (stereotypes, invisibility, etc.). It is necessary to be aware and assume the important role of the

production level to start working from the educational system so that future professionals, who will produce content, take these aspects into account and be conscious of their social role and the cultural impact of their jobs. From Cultural Studies an effort has been made to carefully define who the audience is, beyond just a unified mass. However, the production level has not been explored with the same degree of precision, which has led to its continued understanding as a merged mass, still too connected to the Gramscian superstructure idea. Instead, its functioning and processes should be investigated in greater detail, while also focusing on the subjects that materialize and build the discourses. Further research in this direction can enrich the scope of LGBT/Queer Media Studies in the future.

To conclude, it is worth mentioning that issues such as the approval of gay marriage and the greater visibility of LGBT characters in the media could have led to the discursive closure of these topics, taking for granted the objectives of the LGBT movement and causing its study to gradually lose sense and interest. In this way, some might think that LGBT/Queer Media Studies is a field without a future perspective because its topics are condemned to come to an end as the non-normative realities become normalized. However, both the question of homoparentality through surrogacy and the dead lesbian syndrome show us that there are constantly outcrops of issues that allow us to delve more and more into the LGBT phenomena and, therefore, make its scholarship development necessary. In this sense, homonormativity shows us that, despite the social normalization of certain practices and identities, the heteronormative society still needs to generate otherness to survive, and that the media have a fundamental role in this process. So, tragically, there will always be elements located at the margins that will require the attention of LGBT/Queer Media Studies.

Bibliografía

- Aguiló, A. J. & Santos, A. C. (2012). Despatologizar, despenalizar, desaprender: luchas LGTB y emancipación social. *Rebelión*. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=149673>
- Altheide, D. L. (1984). Media hegemony: A failure of perspective. *Public Opinion Quarterly*, 48(2), 476-490.
- Altheide, D. L. (1997). The news media, the problem frame, and the production of fear. *The sociological quarterly*, 38(4), 647-668.
- Amorós, A. (2000). División sexual del trabajo. En Amorós, C. (dir.), *10 palabras clave sobre mujer*, pp. 257-296. Pamplona: Verbo Divino.
- Artz, L. (2013). Media hegemony. En M. Danesi (Ed.), *Encyclopedia of media and communication*, pp. 336-339. Toronto: University of Toronto Press.
- Badinter, E. (1993). *XY la identidad masculina*. Madrid: Alianza.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media psychology*, 3(3), 265-299.
- Bengtson, V. L. (2001). Beyond the nuclear family: The increasing importance of multigenerational bonds. *Journal of marriage and family*, 63(1), 1-16.
- Berry, C., Martin, F., & Yue, A. (Eds.). (2003). *Mobile cultures: New media in queer Asia*. Durham: Duke University Press.
- Bertone, C., & Pallotta-Chiarolli, M. (2014). Putting families of origin into the queer picture: Introducing this special issue. *Journal of GLBT Family Studies*, 10(1-2), 1-14.
- Best, R. (2010). Situation or social problem: The influence of events on media coverage of homelessness. *Social Problems*, 57(1), 74-91.
- Blackwell, C., Birnholtz, J., & Abbott, C. (2015). Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New media & society*, 17(7), 1117-1136.
- Boivin, J., Appleton, T.C., Baetens, P., Baron, J., Bitzer, J., Corrigan, E., Daniels, K.R., Darwish, J., Guerra-Diaz, D., Hammar, M., McWhinnie, A., Strauss, B., Thorn, P., Wischmann, T., & Kentenich, H. (2001). Guidelines for counselling in infertility: outline version. *Human Reproduction*, 16(6), 1301-1304.
- 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.

- Bond, B. J. & Compton, B. L. (2015). Gay on-screen: The relationship between exposure to gay characters on television and heterosexual audiences' endorsement of gay equality. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 717-732.
- Bond, B. J., Hefner, V., & Drogos, K. L. (2009). Information-seeking practices during the sexual development of lesbian, gay, and bisexual individuals: The influence and effects of coming out in a mediated environment. *Sexuality & Culture*, 13(1), 32-50.
- Bonds-Raacke, J. M., Cady, E. T., Schlegel, R., Harris, R. J. & Firebaugh, L. (2007). Remembering gay/lesbian media characters: Can Ellen and Will improve attitudes toward homosexuals?. *Journal of Homosexuality*, 53(3), 19-34.
- Bosque, I. (2015). Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer. *Boletín de Información Lingüística de la Real Academia Española*, (1), 1-18.
- Butler, J. (2003). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Buenos Aires: Paidós.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Calhoun, C. (2000). *Feminism, the family, and the politics of the closet. Lesbian and gay displacements*. Oxford: Oxford University Press.
- Campbell, J., & Carilli, T. (Eds.) (2013). *Queer media images: LGBT perspectives*. Lanham: Lexington Books.
- Carratalá, A. (2011). La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2, 155-172.
- Carratalá, A. (2016). La información en prensa española sobre casos de violencia en parejas del mismo sexo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71(1), 40-65.
- Clark, C. (1969). Television and social controls: Some observation of the portrayal of ethnic minorities. *Television Quarterly*, 9(2): 18–22.
- Connell, R.W. (2005). *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- Craig, S. L., & 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 of Gay & Lesbian Mental Health*, 18(1), 95-109.
- Curran, J. (2012). *Media and power*. London: Routledge.

- Chandler, D., & Munday, R. (2011). *A dictionary of media and communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Chavero, P. (2015). *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid: CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Chung, S. K. (2007). Media literacy art education: Deconstructing lesbian and gay stereotypes in the media. *International journal of art & design education*, 26(1), 98-107.
- De Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra.
- Dhaenens, F. (2012). Queer cuttings on YouTube: Re-editing soap operas as a form of fan-produced queer resistance. *European Journal of Cultural Studies*, 15(4), 442- 456.
- Dhaenens, F., Van Bauwel, S. & Biltereyst, D. (2008). Slashing the fiction of queer theory: Slash fiction, queer reading, and transgressing the boundaries of screen studies, representations, and audiences. *Journal of Communication Inquiry*, 32(4), 335-347.
- Dhoest, A., & Szulc, L. (2016). Navigating online selves: Social, cultural, and material contexts of social media use by diasporic gay men. *Social Media + Society*, 2(4), 1-10.
- DiLapi, E. M. (1989). Lesbian mothers and the motherhood hierarchy. *Journal of Homosexuality*, 18(1-2), 101-121.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Fejes, F., & Petrich, K. (1993). Invisibility, homophobia and heterosexism: Lesbians, gays and the media. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(4), 396-422.
- Fernández, J. (2006). Las fisuras del feminismo. *Boletín del proyecto sexualidades, salud y derechos humanos en América latina*, 18(2), 1-7.
- Foucault, M. (2006). *Historia de la sexualidad: El uso de los placeres*. Madrid: Siglo XXI.
- Friedan, B. (2009). *La mística de la feminidad*. Madrid: Cátedra.
- Frohard-Dourlent, H. (2012). When the heterosexual script goes flexible: Public reactions to female heteroflexibility in the Buffy the Vampire Slayer comic books. *Sexualities*, 15(5-6), 718-738.
- García Meseguer, Á. (1976). Sexismo y lenguaje. *Cambio16*, 260. Recuperado de https://www.grijalvo.com/Alvaro_Garcia_Meseguer/Sexismo_y_lenguaje.htm
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: An introduction*. Routledge.

- Gillig, T. & Murphy, S. (2016). Fostering support for LGBTQ youth? The effects of a gay adolescent media portrayal on young viewers. *International Journal of Communication*, 10, 3828–3850.
- Goldberg, A. E., & Allen, K. R. (Eds.). (2012). *LGBT-parent families: Innovations in research and implications for practice*. New York: Springer.
- Gomillion, S. C., & Giuliano, T. A. (2011). The influence of media role models on gay, lesbian, and bisexual identity. *Journal of homosexuality*, 58(3), 330-354.
- Gordon, L. (1976). *Woman's body, woman's right: A social history of birth control in America*. USA: Grossman.
- Gramsci, A. (2010). *Cartas desde la cárcel*. Madrid: Veintisieteletas.
- Griffin, E. A. (2011). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill.
- Gross, L. (2012). *Up from invisibility: Lesbians, gay men, and the media in America*. New York: Columbia University Press.
- Gross, L., & Woods, J. D. (Eds.) (1999). *The Columbia Reader on Lesbians & Gay Men in Media, Society & Politics*. New York: Columbia University Press.
- Guerrero-Pico, M., Establés, M. J., & Ventura, R. (2017). La Síndrome de la Lesbiana Morta: mecanismes d'autoregulació del «fandom» LGBTI en les polèmiques fan-productor de la sèrie «The 100». *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 57, 29-46.
- Halberstam, J. (2005). *In a queer time and place: Transgender bodies, subcultural lives*. New York: New York University Press.
- Hall, S. (1980). Cultural studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society*, 2(1), 57-72.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). The social production of news. En S. Hall, C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke & B. Roberts, *Policing the crisis: Mugging, the state and law and order*. London: Macmillan.
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of social and political psychology*, 1(1), 321-336.
- Heller, D. (2011). Visibility and Its Discontents: Queer Television Studies. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 17(4): 665-676.
- Hillier, L., Mitchell, K. J., & Ybarra, M. L. (2012). The Internet as a safety net: Findings from a series of online focus groups with LGB and non-LGB young people in the United States. *Journal of LGBT Youth*, 9(3), 225-246.

- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jackson, S. (2006). Gender, sexuality and heterosexuality: The complexity (and limits) of heteronormativity. *Feminist Theory*, 7(1), 105–121.
- Jones, A. (2006). Straight as a rule: Heteronormativity, gendercide, and the noncombatant male. *Men and Masculinities*, 8(4), 451-469.
- Kang, Y., & Yang, K. C. (2009). Gay and lesbian blogs in China: Rhetoric of reversed silence in cyberspace. *China Media Research*, 5(1), 21-28.
- Kim, J. L., Lynn Sorsoli, C., Collins, K., Zylbergold, B. A., Schooler, D., & Tolman, D. L. (2007). From sex to sexuality: Exposing the heterosexual script on primetime network television. *Journal of sex research*, 44(2), 145-157.
- Kim, S. H., Han, M., Choi, D. H., & Kim, J. N. (2012). Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about a controversial issue. *International Communication Gazette*, 74(1), 43-59.
- Kimmel, M. S. (2004). Masculinity as Homophobia: Fear, Shame, and Silence in the Construction of Gender Identity. En P. D. Rothenberg (Ed.), *Race, Class, and Gender in the United States: An Integrated Study* (pp. 81-93). New York, NY: Worth.
- Kirsch, A. C., & Murnen, S. K. (2015). “Hot” girls and “cool dudes”: Examining the prevalence of the heterosexual script in American children’s television media. *Psychology of Popular Media Culture*, 4(1), 18-30.
- Kitzinger, C. (1999). Intersexuality: Deconstructing the Sex/Gender Binary. *Feminism Psychology*, 9(1), 493-498.
- Lee, A. C. K. (2008). Gay, Lesbian, Bisexual, Transgender Media Studies. In Wolfgang Donsbach (Ed.). *The International Encyclopedia of Communication*, pp. 1925-1930. Malden: Blackwell Publishing.
- Lippmann, W. (1965). *Public opinion*. New York:Free Press.
- MacCulloch, M. J. & Feldman, M. P. (1977). Sobre la etiología de la homosexualidad. *Revista latinoamericana de Psicología*, 9(1), 101-115.
- Madžarević, G., & Soto-Sanfiel, M. T. (2018). Positive representation of gay characters in movies for reducing homophobia. *Sexuality & Culture*. <https://doi.org/10.1007/s12119-018-9502-x>

- Marçal, H., Kelso, F., & Nogués, M. (2011). *Guía para el uso no sexista del lenguaje en la Universitat Autònoma de Barcelona*. Barcelona: Servicio de Publicaciones de la UAB.
- Marini, L., Medina-Bravo, P., & Rodrigo-Alsina, M. (2010). Prensa on-line y transexualidad: análisis de la cobertura periodística del caso de Thomas Beatie/On line journalism and transexuality: analysis of Thomas Beatie's case. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16(1), 291-306.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Masanet, M. J., & Buckingham, D. (2015). Advice on life? Online fan forums as a space for peer-to-peer sex and relationships education. *Sex Education*, 15(5), 486-499.
- McCaughey, M. & Ayers, M. D. (Eds.). (2013). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. London: Routledge.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*, pp. 13-34. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), 58-67.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Issues and attributes: Exploring a new dimension in agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- McCombs, M., & Estrada, G. (1997). The news media and the pictures in our heads. In: S. Iyengar & R. Reeves (eds), *Do the Media Govern?*, pp. 237-247. London: Sage.
- McInroy, L. B., & Craig, S. L. (2017). Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation. *Journal of Youth Studies*, 20(1), 32-46.
- Medina-Bravo, P., & Rodrigo-Alsina, M. (2012). Las emociones como barreras y accesos a la diversidad cultural. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, 2, 19-28.
- Medina-Bravo, P., Figueras-Maz, M., & Gómez-Puertas, L. (2014). El Ideal de madre en el siglo XXI: la representación de la maternidad en las revistas de familia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1): 487-504.

- Medina-Bravo, P., Rodrigo-Alsina, M., & Guerrero-Solé, F. (2016). Muslim journalists in Western media: Maria TV reported by Spanish Telecinco, CNN and the BBC. *Observatorio (OBS*)*, 10(3): 159-171.
- Mehra, B., Merkel, C., & Bishop, A. P. (2004). The internet for empowerment of minority and marginalized users. *New media & society*, 6(6), 781-802.
- Monroy-Hernandez, A., & Dezuanni, M. (2012). Prosumidores interculturales: creación de medios digitales globales entre jóvenes. *Comunicar*, 38(1), 1-16.
- Moreno, G. (2015, marzo). Suecia oficializa el pronombre neutro. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20150328/54429302071/suecia-oficializa-pronombre-neutro.html>
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
- O'Riordan, K., & Phillips, D. J. (Eds.) (2007). *Queer online: Media technology & sexuality*. New York: Peter Lang.
- Paternotte, D. (2016). The NGOization of LGBT activism: ILGA-Europe and the Treaty of Amsterdam. *Social Movement Studies*, 15(4), 388-402.
- Paternotte, D. (2018). Coming out of the political science closet: the study of LGBT politics in Europe. *European Journal of Politics and Gender*, 1(1-2), 55-74.
- Pearce, B. (1994). Nuevos modelos y metáforas comunicacionales: el pasaje de la teoría a la praxis, del objetivismo al construccionismo social y de la representación a la reflexividad. En Schnitman, D. (Comp.), *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, pp. 37-56. Buenos Aires: Paidós.
- Pichardo Galán, J. I. (2009). *Entender la diversidad familiar: relaciones homosexuales y nuevos modelos de familia*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Pino, N. P. (2007). A teoria queer e os intersex: experiências invisíveis em corpos desfeitos, *Cadernos Pagu*, 28(1), 149-174.
- Pullen, C., & Cooper, M. (Eds.). (2010). *LGBT identity and online new media*. New York: Routledge.
- Queer theory (2017). En *OxfordDictionaries.com*. Recuperado de https://en.oxforddictionaries.com/definition/queer_theory
- Raley, A. B., & Lucas, J. L. (2006). Stereotype or success? Prime-time television's portrayals of gay male, lesbian, and bisexual characters. *Journal of Homosexuality*, 51(2), 19-38.

- Rich, A. (1980). Compulsory heterosexuality and lesbian existence. *Signs: Journal of women in culture and society*, 5(4), 631-660.
- Riggs, D. W., & Due, C. (2013). Representations of reproductive citizenship and vulnerability in media reports of offshore surrogacy. *Citizenship Studies*, 17(8), 956-969.
- Riggs, D. W., & Due, C. (2013). Representations of reproductive citizenship and vulnerability in media reports of offshore surrogacy. *Citizenship Studies*, 17(8), 956-969.
- Rodrigo-Alsina, M. (2000). *Identitats i comunicació intercultural*. Valencia: Edicions 3 i 4.
- Rodrigo-Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Rodrigo-Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo-Alsina, M., & Medina-Bravo, P. (2006). Posmodernidad y crisis de identidad. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 3, 125-146.
- Rodrigo-Alsina, M., García-Jiménez, L., Gifreu-Pinsach, J., Gómez-Puertas, L., Guerrero-Solé, F., López-González, H., Medina-Bravo, P., Pineda, A., Roca-Cuberes, C., Rodríguez-Polo, X.R., Terribas-Sala, M., & Ventura, R. (2016): Sexuality, gender, religion and interculturality in Spanish television civilising and cultural news stories. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1090-1107.
- Roseneil, S., Crowhurst, I., Santos, A. C., & Stoilova, M. (2013). Reproduction and citizenship/reproducing citizens: editorial introduction. *Citizenship Studies*, 17(8), 901-911.
- Rubin, G. (1984). Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality. En Peter M. Nardi y Beth E. Schneider (Eds.), *Social perspectives in Lesbian and Gay Studies; A reader*, 100-133. New York: Routledge
- Sádaba, T., Rodríguez-Virgili, J., & Castro, M. B. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS*)*, 6(2), 109-126.
- Santos, A. L. (2017). "Men Don't Have It All": Discourses on Surrogacy in Portugal. Comunicación presentada en la IX IASSCS Conference "Breaking boundaries: Sexuality, gender, reproduction, health and rights", Bangkok, Tailandia, 12-15/07/2017.
- Sarmiento, M. A. (2015). La e para la desexualización del género en beneficio de la motivación de ELE en Suecia: Revitalizando la propuesta de Álvaro García Meseguer. En Y. Morimoto, M. V.

- Pavón Lucero & R. Santamaría Martínez (eds.), *La enseñanza de ELE centrada en el alumno*, pp. 863-872. Alicante: ASELE.
- Scott, J. (1990). *Domination and the art of resistance: hidden transcripts*. Michigan: Yale University Press.
- Schiappa, E., Gregg, P. B. & Hewes, D. E. (2006). Can one TV show make a difference? A Will & Grace and the parasocial contact hypothesis. *Journal of Homosexuality*, 51(4), 15-37.
- Schmidt, S. J. (1991). Més enllà de la realitat i la ficció? El destí del dualisme en l'era dels mitjans de comunicació de masses. *Periodística: revista acadèmica*, 4, 9-22.
- Sedgwick, E. K. (1990). *Epistemology of the closet*. Berkeley: University of California Press.
- Seidman, S. (2005). From Polluted Homosexual to the Normal Gay: Changing Patterns of Sexual Regulation in America. En C. Ingraham (ed.), *Thinking Straight: New Work in Critical Heterosexuality Studies*, pp. 39-62. New York: Routledge.
- Seidman, S. (ed.) (1996). *Queer Theory/Sociology*. Cambridge: Blackwell.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Signorile, M. (2003). *Queer in America: Sex, the media, and the closets of power*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Spargo, T. (2007). *Foucault y la teoría queer*. Barcelona: Gedisa.
- Szulc, Ł. (2014). The geography of LGBTQ Internet studies. *International Journal of Communication*, 8, 5. Recuperado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/3333/1261>
- Szulc, Ł., & Dhoest, A. (2013). The internet and sexual identity formation: Comparing Internet use before and after coming out. *Communications*, 38(4), 347-365.
- Valdes, F. (1996). Unpacking hetero-patriarchy: tracing the conflation of sex, gender & (and) sexual orientation to its origins. *Yale Journal of Law & the Humanities*, 8(1), 161-211.
- Ventura, R. (2013). Buenas prácticas de una comunicación cultural y socialmente eficaz: la representación de la homosexualidad en la serie "Física o Química". En I. Fernández-Astobiza (Ed.), *Comunicaciones*, pp. 1059-1068. Bilbao: AE-IC.
- Ventura, R. (2014). *La sexualidad mediada: Estudio de la heteronormatividad en los informativos de televisión*. Trabajo final de máster. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Ventura, R. (2016). Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces". En AE-IC (Ed.), *Libro de Comunicaciones del*

- V Congreso Iberoamericano de Comunicación “Comunicación, Cultura y Cooperación” AE-IC Madrid 2016*, pp. 423-431. Madrid: AE-IC.
- Ventura, R. (2016). Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 10, 932-952.
- Ventura, R., Rodríguez-Polo, X.R., & Roca-Cuberes, C. (2018). ‘Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women’: Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news. *Journal of Homosexuality*. Disponible en <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1422947>
- Waggoner, E. B. (2017). Bury Your Gays and Social Media Fan Response: Television, LGBTQ Representation, and Communitarian Ethics. *Journal of homosexuality*, 1-15, <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1391015>
- Warner, M. (1991). Introduction: Fear of a queer planet. *Social text*, 29, 3-17.
- Warner, M. (2000). *The trouble with normal: Sex, politics, and the ethics of queer life*. Harvard: Harvard University Press.
- Warner, M. (Ed.). (1993). *Fear of a queer planet: Queer politics and social theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Wittig, M. (2006). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Madrid: Egales.
- Yep, G. A. (2003). The violence of heteronormativity in communication studies: Notes on injury, healing, and queer world-making. *Journal of homosexuality*, 45(2-4), 11-59.
- Yep, G., Lovaas, K., & Elia, J. (Eds.) (2014). *Queer theory and communication: From disciplining queers to queering the discipline(s)*. New York: Routledge.

Participación en congresos durante el doctorado

- Ventura, R., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.J. (2018). Fan Voices Together in Resistance to the Misrepresentation of Queer Women on TV: Online Protest Campaigns against the Dead Lesbian Syndrome. Paper presented at: *68th Annual ICA Conference, "Voices"*. Prague (Czech Republic), 24-28 May 2018.
- Ventura, R., Rodrigo-Alsina, M., & Medina-Bravo, P. (2017). Gay parenting in the media: in a crossroads. Paper presented at: *IV European Geographies of Sexualities Conference*. Barcelona (Spain), 13-15/9/2017.
- Ventura, R. (2017). Gay reproductive practices: Media and social attitudes formation. Paper presented at: *XI IASSCS Conference: "Breaking Boundaries. Sexuality, Gender, Reproduction, Health and Rights"*. Bangkok (Thailand). 12-15/7/2017.
- Ventura, R. (2017). LGBT issues and the media: an experts analysis of the panorama in Spain. Paper presented at: *Barcelona International Critical PR Conference #7*. Barcelona (Spain), 3-4/7/2017.
- Ventura, R. (2017). Framing effects: Attitudes toward gay paternity and surrogacy. Paper presented at: *II Jornades del Centre d'Estudis de Gènere (CEdGE)* de la UPF. Barcelona (Spain), 29/3/2017.
- Ventura, R., Roca-Cuberes, C., & Gómez-Puertas, L. (2016). Gay surrogacy in media: TV news representation of a reproductive method for homosexual parenting. Paper presented at: *ECCREA 2016 - 6th European Communication Conference (ECC): "Mediating (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures"*. Prague (Czech Republic), 9-12/11/2016.
- Ventura, R. (2016). Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces". Paper presented at: *Congreso Iberoamericano de Comunicación AE-IC 2016: Comunicación, cultura y Cooperación*. Madrid (Spain), 4-8/7/2016.
- Ventura, R. (2016). ¿Cómo se investiga la heteronormatividad en la comunicación? Paper presented at: *I Jornades del Centre d'Estudis de Gènere (CEdGE)* de la UPF. Barcelona (Spain), 9/3/2016.

- Ventura, R. (2015). Heteronormatividad y medios: Nuevas perspectivas sobre la investigación de la diversidad sexual en la comunicación. Paper presented at: *CUICIID 2015: "Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia"*. Caracas (Venezuela), 21-22/10/2015.
- Ventura, R. (2015). Framing sexualities in Spanish press: Coverage of sexual identities in La Vanguardia (1881-2014). Paper presented at: *ECREA Gender and Communication Symposium: "Media (in)visibility: Gender and sexual diversity in European popular media culture"*. Tarragona (Spain), 16-17/10/2015.
- Ventura, R. (2015). Media safe spaces: An audience research proposal on LGBT media uses and consumption. Paper presented at: *III European Geographies of Sexualities Conference: "Crossing boundaries: sexualities, media and (urban) spaces"*. Rome (Italy), 16-18/09/2015.
- Ventura, R. (2014). Heteronormativity in the informative discourse of Spanish television newscasts. Paper presented at: *IAMCR Conference 2014: "Memory, Commemoration and Communication: Looking Back, Looking Forward"*. Hyderabad (India), 15-19/07/2014.
- Ventura, R. & Vaz, I. (2014). La identidad transexual infantil: Estudio del caso Málaga en elpais.com. Paper presented at: *II International Conference Gender and Communication*. Sevilla (Spain), 1-3/04/2014.
- Ventura, R. (2014). Best practice in a culturally and socially effective communication. The representation of homosexuality in the 'Física o Química' Series. Paper presented at: *AE-IC: IV International Conference*. Bilbao (Spain), 21-24/01/2014.

Publicaciones durante el doctorado

- Roca-Cuberes, C., Ventura, R. & Gómez-Puertas, L. (2018). Nationality and gender stereotypes in TV news: Cross-sectional age differences in audience interpretations. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 10(1), 79–97.
- Ventura, R., Roca-Cuberes, C. & Corral-Rodríguez, A. (2018). Interactive Digital Communication: assessment of academic competencies and professional profiles by communication professionals, faculty and students. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 331-351.
- Ventura, R., Rodríguez-Polo, X.R., & Roca-Cuberes, C. (2018). ‘Wealthy gay couples buying babies produced in India by poor womb-women’: Audience interpretations of transnational surrogacy in TV news. *Journal of Homosexuality*. Disponible en <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1422947>
- Guerrero-Pico, M., Establés, M.J., & Ventura, R. (2017). El Síndrome de la Lesbiana Muerta: mecanismos de autorregulación del fandom LGBTI en las polémicas fan-productor de la serie The 100. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 57, 29-46.
- Roca-Cuberes, C., & Ventura, R. (2017). Nuevos planteamientos de formación universitaria en Comunicación en España: análisis de las competencias asociadas al ámbito de los Estudios de Comunicación Global. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1.554-1.565.
- Rodrigo-Alsina, M., García-Jiménez, L., Gifreu-Pinsach, J., Gómez-Puertas, L., Guerrero-Solé, F., López-González, H., Medina-Bravo, P., Pineda, A., Roca-Cuberes, C., Rodríguez-Polo, X.R., Terribas-Sala, M., Ventura, R. (2016): Sexuality, gender, religion and interculturality in Spanish television civilising and cultural news stories. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1090-1107.
- Roca-Cuberes, C., & Ventura, R. (2016). When the “other” runs in front of the bull: a membership categorization analysis of a television news story. *Text & Talk*, 36(5), 565-588.

- Ventura, R. (2016). Tendencias de investigación sobre la heteronormatividad en los medios de comunicación. *Opción*, 32(10), 932-952.
- Ventura, R. (2016). Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los "media safe spaces". In AE-IC (Ed.), *Libro de Comunicaciones del V Congreso Iberoamericano de Comunicación "Comunicación, Cultura y Cooperación" AE-IC Madrid 2016*, pp. 423-431. Madrid: AE-IC.
- Gómez-Puertas, L.; Ventura, R. & Roca-Cuberes, C. (2015). Intrusos en la cultura española. Construcción del Otro desde el discurso informativo. *Opción*, 31(5), 430-452.
- Ventura, R. (2015). Heteronormatividad y medios: Nuevas perspectivas sobre la investigación de la diversidad sexual en la comunicación. In J. E. González (Ed.), *Libro de actas del Congreso CUICID 2015*, pp. 710. Madrid: Fórum XXI.
- Gómez-Puertas, L.; Ventura, R. & Roca, C. (2015). Contribución de los informativos al imaginario colectivo donde el otro es mujer y/o extranjero. In J. E. González (Ed.), *Libro de actas del Congreso CUICID 2015*, pp. 308. Madrid: Fórum XXI
- Ventura, R. (2014). *La sexualidad mediada: Estudio de la heteronormatividad en los informativos de televisión*. Trabajo de Fin de Máster en Comunicación Social. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Ventura, R., & Vaz, I. (2014). La identidad transexual infantil: Estudio del caso Málaga en elpais.com. In J. C. Suárez Villegas, R. Lacalle Zalduendo, & J. M. Pérez Tornero (Eds.), *Libro de actas: II International Conference Gender and Communication*, pp. 462-472. Madrid: Dykinson.
- Ventura, R. (2013). Buenas prácticas de una comunicación cultural y socialmente eficaz: la representación de la homosexualidad en la serie " Física o Química". In I. Fernández-Astobiza (Ed.), *Comunicaciones*, pp. 1059-1068. Bilbao: AE-IC.

