

REFLEXIONANDO SOBRE EL PASADO, IMAGINANDO UN FUTURO: JÓVENES CHILENOS Y VISIBILIDAD LGBTQ+ EN PLATAFORMAS DE *STREAMING*

DR. RICARDO RAMÍREZ
<https://orcid.org/0000-0002-2333-3567>
igramirez@uchile.cl
Universidad de Chile

Recibido: 31 de octubre del 2024 / Aceptado: 2 de septiembre del 2025
doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2025.n44.7518>

RESUMEN. La presencia televisiva de figuras y narrativas LGBTQ+ ha aumentado notablemente durante las últimas décadas, particularmente en plataformas de *streaming*. Este artículo ofrece un análisis de cómo treinta jóvenes LGBTQ+ chilenos se relacionan con esta visibilidad. Mediante un análisis temático de entrevistas semiestructuradas, se examinan las formas en que los participantes interpretan los programas con contenido LGBTQ+ que consumen en plataformas de *streaming* y se evidencia que prefieren aquellas representaciones que no se centran en la identidad diversa o disidente, sino en otros elementos de las cotidianidades LGBTQ+. Se argumenta que este tipo de figuras y narrativas puede impactar positivamente en el desarrollo identitario y bienestar de estas audiencias, al mostrar los dos mecanismos —reflexión sobre el pasado e imaginación de posibilidades futuras— mediante los cuales se establece este vínculo.

PALABRAS CLAVE: audiencias LGBTQ+ / plataformas de *streaming* / interpretaciones / televisión / Chile

REFLECTING ON THE PAST, IMAGINING A FUTURE: YOUNG CHILEANS AND LGBTQ+ VISIBILITY IN STREAMING PLATFORMS

ABSTRACT. The televisual presence of LGBTQ+ narratives and figures has increased considerably over the last decades, particularly in streaming platforms. This article offers an analysis of how 30 Chilean LGBTQ+ young viewers relate to this visibility. Through a thematic analysis of semi-structured interviews, the participants' interpretations of the programs with LGBTQ+ content are explored, showing that they prefer representations that do not focus on the diverse/dissident identity but rather on other elements of LGBTQ+ everyday life. It is argued that these types of figures and narratives can have a positive impact on the identity development and well-being of these audiences,

showing the two mechanisms – reflecting on the past and imagining future possibilities – through which this connection operates.

KEYWORDS: LGBTQ+ audiences / streaming platforms / interpretations / television / Chile

REFLETIR SOBRE O PASSADO, IMAGINAR UM FUTURO: OS JOVENS CHILENOS E A VISIBILIDADE LGBTQ+ NAS PLATAFORMAS DO *STREAMING*

RESUMO. A presença televisiva de figuras e narrativas LGBTQ+ tem aumentado significativamente nas últimas décadas, principalmente nas plataformas de streaming. Este artigo oferece uma análise de como 30 jovens LGBTQ+ chilenos se relacionam com esta visibilidade. Através de uma análise temática de entrevistas semiestruturadas, exploramos as formas como os participantes interpretam os programas com conteúdo LGBTQ+, mostrando que preferem aquelas representações que não se focam na identidade diversa/dissidente, mas sim noutros elementos da vida quotidiana LGBTQ+. Defende-se que este tipo de figuras e narrativas podem ter um impacto positivo no desenvolvimento da identidade e no bem-estar destes públicos, mostrando os dois mecanismos – reflexão sobre o passado e imaginação de possibilidades futuras – através dos quais esta ligação opera.

PALAVRAS-CHAVE: públicos LGBTQ+ / plataformas de *streaming* / interpretações / televisão / Chile

INTRODUCCIÓN

La presencia televisiva de figuras y narrativas asociadas a las diversidades sexo-genéricas ha aumentado considerablemente durante las últimas décadas. Estudios han reportado alzas en distintos países, géneros televisivos y soportes de transmisión (Cavalcante, 2018; Lovelock, 2019; McNicholas, 2020), lo que evidencia una visibilidad creciente en televisión abierta, por cable y, particularmente, en plataformas de *streaming* globales —aquellas que están disponibles en múltiples territorios (Lotz, 2022), como Netflix o Prime Video—, en las que esta tendencia se ha hecho más notoria (Sender, 2025).

Si bien la presencia de estereotipos continúa, este aumento ha implicado también una complejización de las representaciones, a través de caracterizaciones más diversas, narrativas más sofisticadas y figuras multifacéticas (Capuzza & Spencer, 2017; Sánchez-Soriano, 2022). Nuevamente, esta tendencia parece ser mucho más marcada en las plataformas de *streaming* globales, donde las producciones no apuntan a audiencias transversales mediante la estrategia del contenido menos cuestionable, sino dirigirse a comunidades de gustos (Lotz, 2022) que son apeladas, por ejemplo, mediante valores “como la igualdad de género o la inclusión de la diversidad sexoafectiva” (Vázquez Rodríguez et al., 2020, p. 45).

Estudios han mostrado que las representaciones LGBTQ+¹ desempeñan un considerable rol social, en tanto tienen la capacidad de afectar tanto la percepción hacia las personas que son parte de estas comunidades (Żerebecki et al., 2021), como también la manera en que ellas se perciben a sí mismas, lo que tiene un potencial impacto sobre su desarrollo identitario y bienestar (Bond, 2015; Dhoest & Van Ouytsel, 2022; Ramírez, 2024; Sánchez-Soriano et al., 2023). Con estos estudios, se evidencia que las representaciones mediáticas, al otorgar pautas que ayudan a los individuos a comprenderse y posicionarse socialmente, son dispositivos esenciales para la formación identitaria (Orgad, 2020). Este proceso de articulación permanente utiliza múltiples instancias productivas de significado mediante las cuales las categorías identitarias se hacen comprensibles y pertinentes de ser incorporadas a la vida propia (Hall, 1996).

Específicamente sobre la articulación de identidades LGBTQ+, existen estudios que destacan que las representaciones negativamente evaluadas por estos espectadores —las que son interpretadas como estereotipadas o superficiales— están asociadas a consecuencias perjudiciales, como sentirse socialmente excluido y limitado en la expresión identitaria (Gomillion & Giuliano, 2011; Sánchez-Soriano et al., 2023;

¹ Se utiliza LGBTQ+ para representar a personas lesbianas, gays, bisexuales, trans, *queer* y otras identificaciones fuera de la cisheteronorma. Si bien existen otras siglas para representar a estas comunidades, se utiliza esta aquí por su mayor simplicidad y porque puede incluir múltiples identificaciones.

Villegas-Simón et al., 2024). Al contrario, aquellas imágenes que son positivamente evaluadas funcionan como dispositivos beneficiosos que validan el desarrollo de una identificación LGBTQ+, en tanto pueden otorgar información, amortiguar experiencias negativas, proponer modelos que contribuyen al desarrollo de emociones, como orgullo y esperanza, y ofrecer estrategias para lidiar con situaciones agobiantes (Bond, 2015; Bond et al., 2009; Craig et al., 2015; McInroy & Craig, 2015, 2017; Soto-Sanfiel & Vázquez-Tapia, 2024; Van Haelter et al., 2022; Villegas-Simón et al., 2025).

Algunos de estos estudios —como los de Van Haelter et al. (2022) y Soto-Sanfiel & Vázquez-Tapia (2024)— han destacado que las imágenes positivamente evaluadas y que, por lo tanto, están asociadas a consecuencias beneficiosas, suelen ser aquellas que están centradas en figuras LGBTQ+ que no están solamente definidas por su identidad sexual o de género. Esto es recibido por los espectadores como una forma realista de representar a las diversidades sexogenéricas, en tanto se percibe como ajustada a sus propias experiencias, donde la identificación LGBTQ+ es solo una parte más de sus subjetividades. Con esto, se ha explicado que espectadores LGBTQ+ tienden a utilizar el realismo como marco interpretativo, entendido como una estrategia de significación que evalúa el ajuste entre las representaciones y el mundo real (Busselle & Bilandzic, 2008).

Algunas investigaciones en Chile han mostrado que espectadores que se identifican como gays o como lesbianas consideran que la televisión abierta chilena —para el caso de telenovelas y otras producciones nacionales— ha representado mayormente a la homosexualidad de formas estereotipadas y simplificadas. Consecuentemente, estas imágenes han tenido un rol perjudicial en el bienestar de estas audiencias, pues han contribuido a complicar sus procesos de autorreconocimiento y autoaceptación (Ramírez, 2024). Similares hallazgos son descritos en otros contextos en que audiencias LGBTQ+ son críticas ante las representaciones que tienen lugar en programas nacionales (Gomillion & Giuliano, 2011). Como consecuencia de esta disconformidad, estas audiencias encuentran en producciones internacionales representaciones que evalúan de mejor manera (Sanz, 2018).

La presencia de programas producidos fuera del país en que son consumidos ha sido, históricamente, una parte importante de la programación televisiva. Si bien este tipo de consumo se fortaleció particularmente a partir de la década de 1980 —gracias a cambios tecnológicos e industriales como la televisión por cable, el uso del VHS y el DVD, y la piratería (Jenner, 2018)—, solo alcanzó mayores niveles de popularidad desde la primera década de los 2000. A este periodo, Lotz (2014) nombró época de la TV *post-network* y lo caracterizó con los valores de decisión, control, conveniencia, customización y comunidad. Estas mismas bases se han consolidado en la era actual de la televisión *online* (Johnson, 2019), época marcada por la presencia global de plataformas en línea que ofrecen contenido bajo demanda. Esto ha delineado el escenario

actual en el que las audiencias cuentan con más capacidad de decisión respecto a qué contenido consumir, dónde y cuándo hacerlo, a qué ritmo y mediante qué dispositivos (Lüders & Sundet, 2022).

Asimismo, se ha descrito que durante este periodo las narrativas se han complejizado, las temáticas se han diversificado —por ejemplo, mediante la creciente presencia LGBTQ+— y han emergido nuevas formas de vincularse con los programas a través de medios de comunicación *online* (Mittell, 2015). Gracias a estas nuevas opciones de consumo, se multiplicaron las posibilidades de interacción entre audiencias y productos televisivos, lo que fortaleció los procesos de significación en los que el intercambio con otros es fundamental. Así ya lo planteaba Jenkins (2008) en su conceptualización de la cultura de la convergencia, al describir un escenario donde los contenidos fluyen por múltiples plataformas —que no compiten, sino que se complementan—, lo que favorece la interpretación mediática como un proceso colectivo.

Respecto a este proceso, estudios han relevado la importancia de la identificación LGBTQ+ como un factor “clave en la interpretación de los mensajes mediáticos” (Sánchez-Soriano et al., 2023, p. 40). Pese a esto, en general, el consumo televisivo de audiencias LGBTQ+ es un área escasamente explorada en Latinoamérica. Junto al ya mencionado análisis de la recepción de televisión nacional de *gays* y *lesbianas* en Chile (Ramírez, 2024), otras excepciones son los estudios de Rodrigues Lima y Cavalcanti (2020) y de Theodoro y Cogo (2021), ambos también sobre televisión abierta nacional.

En el primero se analiza una campaña de activismo de fans en redes sociales, que fue organizada por espectadores LGBTQ+ brasileños disconformes con la representación de parejas lésbicas en telenovelas de Rede Globo. En el segundo, el uso de la televisión —entre otros medios— por parte de migrantes LGBTQ+ en São Paulo, en el que se destaca el rol de las telenovelas como instrumentos para generar imaginarios sobre Brasil. Entonces, este artículo busca ampliar el conocimiento disponible sobre los modos de recepción de las audiencias LGBTQ+ latinoamericanas, específicamente respecto al contenido seriado internacional que está disponible en las plataformas de *streaming* globales, en las que se ha demostrado la existencia de una visibilidad LGBTQ+ más variada y compleja (Sender, 2025).

Si bien las posibilidades de la televisión *online* son utilizadas por personas de todas las edades, las generaciones más jóvenes son las que las utilizan con más frecuencia y naturalidad, pues no son elementos que han sido posteriormente incorporados a sus dietas mediáticas, sino que han sido parte de su consumo televisivo desde sus años formativos (Antezana & Andrada, 2018). Así también se evidenció en la XI Encuesta Nacional de Televisión (Consejo Nacional de Televisión, 2024) de Chile, en la que se reportó que las personas entre 16 y 24 años son quienes están más satisfechas con los servicios de *streaming* globales.

Este escenario hace posible que los jóvenes LGBTQ+ chilenos se vinculen con puntos de vista sobre las diversidades sexogenéricas ausentes en las producciones nacionales exhibidas en televisión abierta, lo que genera posibilidades de recepción que están potencialmente asociadas con su desarrollo identitario y bienestar, lo que vuelve pertinente y necesario su estudio. En este artículo, se ofrece una exploración de estas posibilidades, buscando responder la siguiente pregunta: ¿cómo los jóvenes LGBTQ+ chilenos interpretan programas exhibidos en plataformas de *streaming* globales que incluyen representaciones asociadas a las diversidades sexogenéricas?

METODOLOGÍA

Este es un estudio cualitativo que busca ofrecer interpretaciones no generalizables sobre cómo un grupo de personas con características específicas se relaciona con las representaciones televisivas. Para ello, se construyó una muestra de participantes seleccionados entre usuarios de Instagram, la red social preferida por los jóvenes chilenos (Feedback Research, 2024). Los criterios de selección fueron los siguientes: identificarse como miembro de las comunidades LGBTQ+, haber nacido desde el año 1997 y tener al menos 18 años y consumir habitualmente programas transmitidos en plataformas de *streaming* que incluyan representaciones LGBTQ+. El reclutamiento se complementó mediante la técnica de la bola de nieve.

El criterio de edad responde a que este estudio busca entender las interpretaciones en el momento actual de la televisión *online* (Johnson, 2019), cuyas posibilidades son más activamente utilizadas por personas jóvenes. Particularmente, el foco está puesto en la generación Z, quienes nacen a partir de 1997, según la definición del Pew Research Center (Dimock, 2019). Se utiliza esta definición, pues incluye los cambios tecnológicos y comunicacionales como elementos centrales para la caracterización de las generaciones, entendiendo que los individuos son influenciados por los medios que están disponibles particularmente durante su adolescencia y niñez (Dhoest & Van Ouytsel, 2022). Así, según Dhoest (2023), la generación Z es la primera en tener acceso a internet —y sus opciones audiovisuales— desde su niñez, participando de un escenario de mayor visibilidad LGBTQ+.

La muestra comprendió treinta participantes, lo que permitió la saturación de información en torno a la pregunta de investigación. Respecto a sus características, para el momento de la investigación, sus edades fluctuaron entre los 18 y 27 años, con un promedio de 23. Doce de ellos se identificaron como mujer cisgénero, diez como hombre cisgénero, uno como mujer trans, cuatro como hombre trans, dos como no binarie, uno como *queer*. Además, seis se identificaron como lesbiana, seis como gay, diez como bisexual, tres como heterosexual, dos como pansexual, uno como demisexual, uno como *queer* y uno no entregó información. Finalmente, debido a la estrategia de reclutamiento, la mayoría de los participantes (22) eran estudiantes universitarios, una población

caracterizada por mayores niveles de capital cultural (Bourdieu, 1998). Como consecuencia, los resultados aquí expuestos no buscan ser generalizables a toda la población LGBTQ+ joven chilena.

Los datos fueron generados mediante entrevistas semiestructuradas. Este tipo de entrevista establece cierto grado de orden predeterminado que deja espacio para una aplicación flexible respecto al abordaje de los temas, lo que asegura que todos sean cubiertos (Dunn, 2016). Entonces, la pauta fue construida como un guion que estableció una secuencia, temas y preguntas para abordar a los entrevistados. Para su elaboración, se utilizó un híbrido de las estructuras de pirámide y embudo (Dunn, 2016), lo que estableció una organización en torno a tres secciones temáticas que se abordaron de manera paulatina: temas potencialmente menos sensibles (características prácticas del consumo televisivo), temas más abstractos y reflexivos (evaluación de representaciones) y temas más sensibles (relación entre interpretaciones y vida LGBTQ+ en Chile).

Antes de su aplicación, la pauta fue sometida a un proceso de revisión en el que participaron cinco académicos latinoamericanos expertos en estudios de audiencias. Estos investigadores fueron seleccionados por haber dirigido al menos un proyecto sobre audiencias televisivas que utilizara la entrevista como técnica principal, lo que definió su idoneidad para participar en este proceso. A cada uno se le envió una carta de invitación (en la que se explicaron los objetivos de la investigación y las instrucciones de la revisión, y en la que se detalló que, por ejemplo, podían sugerir quitar o agregar preguntas, precisar la redacción, etcétera), una versión inicial de la pauta y una matriz donde se enlistaban las secciones temáticas y las preguntas (esta se encontraba al lado de la casilla “Comentarios y sugerencias”, en la que podían dejar sus impresiones en torno a cada una de las secciones y de las preguntas).

Una vez recibidas las evaluaciones, se compilaron los comentarios y se procedió a ajustar la pauta, incorporando la totalidad de las sugerencias realizadas debido a su alta pertinencia. Si bien el proceso no implicó cambios sustanciales respecto de la versión inicial, la pericia de estos investigadores fue fundamental para la consolidación y validación de una pauta que pudiera recoger los temas necesarios para contestar la pregunta de investigación.

Luego de conducidas y transcritas, las entrevistas fueron examinadas utilizando análisis temático. Este tipo de análisis es descrito por Braun y Clarke (2022) como una técnica usada para identificar patrones de significado reunidos en torno a un concepto organizador. La primera etapa de este análisis fue la codificación, que se realizó inductivamente utilizando el *software* NVivo. A partir de la codificación, se crearon los temas con los que se presentaron los resultados. En este sentido, los temas fueron comprendidos como productos analíticos que se derivaron a partir de la labor creativa de codificación. Estos dan cuenta de patrones de significado que pueden atravesar varios códigos y se construyen mediante la consideración del contenido de lo analizado, el

contexto de las unidades de análisis y la propuesta teórica que sustenta el estudio (Braun & Clarke, 2022). Este diseño de investigación fue aprobado por el Comité de Ética de la facultad a la que está adscrito el investigador.

RESULTADOS

En general, los participantes otorgaron gran importancia a las representaciones televisivas de las diversidades sexogenéricas, pues consideran que están directamente vinculadas con la producción de imaginarios que afectan significativamente sus vidas. Así, evaluaron la visibilidad LGBTQ+ mediante un marco centrado en su capacidad para producir instancias de autocomprensión y de información por parte de la población general, lo que termina impactando en cómo ellos son vistos. Según la participante 5, “por más que sea algo ficticio ... me ayudan a comprenderme un poco mejor a mí misma” (comunicación personal, 20 de noviembre del 2023); mientras que el participante 22 resaltó “el impacto cultural que tiene [la visibilidad LGBTQ+], porque no solamente a las personas LGBTQ+ los impacta, sino que a una persona cualquiera le puede cambiar la perspectiva” (comunicación personal, 13 de mayo del 2024).

Como consecuencia de esta relevancia percibida, las características de las representaciones adquieren una importancia fundamental. Sobre esto, y en línea con otros estudios (Sanz, 2018), los participantes indicaron preferir los programas LGBTQ+ de plataformas de *streaming* —producciones que, además, no son de factura chilena—. Esto se debe a que en tales espacios suelen encontrar historias y figuras que disfrutan y los hacen sentir más cómodos, en tanto las consideran más reales y diversas.

No obstante, los entrevistados opinan que siguen existiendo también en los programas de *streaming* algunas narrativas repetitivas que le quitan espacio a otras versiones de la experiencia LGBTQ+. Al respecto, algunos participantes destacaron la presencia de narrativas cómicas guiadas por personajes representados como el “amigo gay”, así como la inclusión de personajes altamente sexualizados, implicados en historias calificadas como sórdidas. Algo más común entre los entrevistados fue el uso constante de narrativas sobre salir del clóset y sus potenciales dificultades, como los conflictos familiares. De igual manera, los entrevistados criticaron la reiterada narración de relaciones de pareja que terminan trágicamente.

En general, lo que disgusta es la excesiva focalización en mostrar la vida LGBTQ+ desde un marco que destaca problemáticas, conflictos y razones para sufrir. Como explica el participante 21: “Esta cuestión súper tortuosa de ‘lo estoy pasando pésimo’ ... Eso es lo más repetitivo que he visto, este personaje homosexual que se quiere morir por ser homosexual. Esas cuestiones como que me han agotado” (comunicación personal, 8 de mayo del 2024). Los participantes consideran que este patrón de representación ha contribuido al fortalecimiento de estereotipos respecto a la vida LGBTQ+.

específicamente, que es una vida difícil, pues está marcada por el sufrimiento. Esto tendría el efecto, como indica el participante 15, de “deshumanizar” a las personas LGBTQ+ al mostrarlas como sujetos que no tienen “capacidad de ser feliz” (comunicación personal, 19 de enero del 2024).

En general, los participantes compararon estas representaciones con sus propias vidas. Así, algunas de las narrativas de sufrimiento fueron positivamente evaluadas, pues eran consideradas como ajustadas a la realidad. Por ejemplo, contaron que ellos o personas que conocen han pasado por dificultades al salir del clóset o han vivido discriminación. Sin embargo, de acuerdo con sus propias experiencias y las de quienes los rodean, el mundo LGBTQ+ no está delineado solo por permanentes dificultades, por lo que otras historias deben ser realizadas en las narrativas televisivas.

Lo que los participantes perciben es un mundo LGBTQ+ mucho más diverso y complejo, aunque a veces difícil, pero también más positivo de lo que muchas veces se muestra en las plataformas. En consecuencia, consideran deseable que las producciones no solo se centren en los procesos difíciles, sino que vayan más allá, abriendo posibilidades para mostrar otras perspectivas que, según sus propias experiencias, están tanto o más presentes en las vidas LGBTQ+: la autoaceptación, las relaciones afirmativas o el disfrute. En otras palabras, que no sea solo sufrimiento y tragedia, sino que también exista la posibilidad de una vida mejor. Como explica la participante 28:

Tiene que luchar por ser quien es ... [y] tiene que batallar contra su familia ... eso solamente es una parte del trayecto para algunas personas. Tal vez a uno le gustaría ver cómo sigue con su vida. ... No toda la serie tiene que ser de una persona *gay*, descubriendo que es *gay* y sufriendo porque es *gay* y viendo como la gente le afecta porque es *gay*. (comunicación personal, 22 de mayo del 2024)

En línea con lo anterior, los participantes indicaron disfrutar personajes que muestran amor propio y se defienden, en un marco narrativo centrado en el autocuidado y la autoaceptación. Esto se asocia al gusto por figuras definidas por su fortaleza, entendida como la capacidad de resistir ante las imposiciones sociales. Esto no implica, sin embargo, que estén solas contra el mundo, sino estrechamente vinculadas a otros. Así, por ejemplo, los participantes afirmaron disfrutar narrativas que muestran la construcción de comunidad y de familias que se eligen. Si se representan relaciones filiales, se valora que estén marcadas por la comprensión y el aprendizaje, pero también por la capacidad de la persona LGBTQ+ de autoafirmarse. Asimismo, si se representan relaciones amorosas, se valora que estas no se enfoquen en las potenciales complejidades específicas de una relación LGBTQ+, sino que muestren una historia de amor. En general, estas son características que encuentran en producciones que ven en plataformas de *streaming*, lo que determina su consumo mediático y preferencia por programas como *Heartstopper* (Walters et al., 2022-presente) o *Pose* (Murphy et al., 2018-2021).

Una lectura transversal de estas evaluaciones, en línea con lo reportado en otros estudios (McInroy & Craig, 2015; Van Haelter et al., 2022; Villegas-Simón et al., 2024, 2025), permite afirmar que las historias más valoradas son aquellas que, sin ignorar la identificación LGBTQ+, no se centran únicamente en eso, sino que la utilizan como telón de fondo en historias que se enfocan en otros aspectos de la cotidianeidad de figuras complejas y multifacéticas. Esta postura, en la que la identificación LGBTQ+ no es central en la subjetividad de los individuos, ha sido reconocida como distintiva entre los miembros de la generación Z (Dhoest, 2023). Para los participantes, esto suele ser comprendido como algo humano, normal y, mayormente, real; incluso, lo contrario es apuntado como un estereotipo, una figura simple que está centrada solo en una característica o posibilidad narrativa. Como indica el participante 7: “Que te muestren al personaje como un humano con sus preocupaciones y sus conflictos antes de que te presenten su orientación sexual. Eso, al final, queda en segundo plano” (comunicación personal, 22 de noviembre del 2023).

De esta manera, los participantes parecen valorar mayormente aquellas historias y figuras con las que se pueden identificar o, al menos, establecer una intensa conexión emocional de comprensión. Esta identificación-comprensión se produce por la presentación de situaciones similares a aquellas por las que ellos han pasado, la presentación de situaciones por las cuales podrían pasar o haber pasado y, de no existir estas situaciones, por la entrega de la información necesaria para comprender por lo que la figura televisiva está pasando. En cualquiera de estas opciones, la historia y la figura se deben sentir reales o reconocibles, lo que es habilitado por la producción de representaciones complejas que no se reducen a lo diverso-disidente —particularmente, a sus potenciales dificultades—, sino que muestran la variedad de elementos que constituyen las vidas LGBTQ+.

Al hablar sobre lo que buscan en los programas, el participante 14 dijo lo siguiente: “Que sea realista [la historia], no necesariamente hiperrealista en lo que pasa, ... pero un personaje que por lo menos al presentarse tú digas ‘yo conozco esa persona’” (comunicación personal, 18 de enero del 2024). Además, la participante 12 mencionó lo siguiente: “Que no se mostrara como algo tan guau, sino que fuera como es la vida normal de estas personas y la veo porque es la vida normal de estas personas. Y me siento identificada y lo paso bien viéndolo” (comunicación personal, 16 de enero del 2024). Entonces, mediante esta percepción de realidad se habilita el vínculo de identificación-comprensión que hace posible que los participantes disfruten ciertos programas con contenido LGBTQ+ que contribuyen afirmativamente a su bienestar y desarrollo identitario, como será analizado a continuación.

DISCUSIÓN

En el momento de las entrevistas, los participantes de este estudio estaban en un periodo vital llamado adultez temprana o adultez emergente, caracterizado por una permanente

exploración de la identidad (Arnett, 2000). En dicha etapa, como fue mencionado, los medios desempeñan un rol fundamental (Orgad, 2020), llegando incluso algunos investigadores a afirmar que el consumo de contenido mediático, quizá más que ningún otro agente de socialización, impacta directamente en el desarrollo identitario y el bienestar de jóvenes LGBTQ+ (Bond et al., 2009).

Los resultados de este estudio respaldan estas propuestas teóricas, pues evidencian la importancia de las narrativas televisivas para el bienestar de los participantes. Asimismo, se fortalece su campo de aplicación, al destacar específicamente el vínculo que estas audiencias sostienen con el contenido LGBTQ+ de plataformas de *streaming*, espacio donde actualmente se concentra el consumo audiovisual de las audiencias jóvenes. Así, se revela que los participantes consideran que el contenido de estos programas es altamente relevante para sus vidas, porque les permite reflexionar sobre sí mismos y les otorga información que hace posible que sus identidades sean más comprensibles para otros.

En relación con lo anterior, son particularmente importantes las figuras y narrativas realistas con las que pueden identificarse o reconocerse los participantes. En línea con lo reportado en estudios precedentes (Soto-Sanfiel & Vázquez-Tapia, 2024; Van Haelter et al., 2022), las representaciones realistas que son positivamente evaluadas por los participantes son aquellas guiadas por personajes cuya identificación LGBTQ+ es solo una parte más de sus subjetividades. Estas, de acuerdo con su percepción, están cada vez más presentes en la televisión *online*, lo que contribuye a que concentren ahí su consumo audiovisual.

De esta manera, estas producciones —a diferencia de los programas chilenos transmitidos por televisión abierta (Ramírez, 2024)— tienen el potencial de contribuir al desarrollo identitario y bienestar de los participantes, lo que confirma las explicaciones que Dhoest y Van Ouytsel (2022) y Sánchez-Soriano et al. (2023) han realizado sobre los efectos afirmativos de las representaciones que fueron positivamente evaluadas. Las experiencias de los jóvenes entrevistados, sin embargo, permiten ampliar la literatura precedente, pues, a través de ellas, se revelan dos mecanismos mediante los cuales se sostiene el rol afirmativo de la TV: la reflexión sobre el pasado y la imaginación de futuros posibles.

En primer lugar, para la reflexión sobre el pasado, son particularmente relevantes las producciones enfocadas en adolescentes, como *Heartstopper* (Walters et al., 2022-presente), pues son percibidas como centradas en personajes fuertes que defienden su subjetividad y viven en un contexto de aceptación, lo que fortalece los lazos de amistad y camaradería. Se trata de personajes que son vistos como resilientes, una característica que ha sido destacada en la literatura como inspiradora y, por tanto, asociada afirmativamente al desarrollo identitario de jóvenes LGBTQ+ (Bond et al., 2009; Craig et al., 2015). Entonces, mediante estas narrativas se facilita una revisión

de la historia personal, lo que permite una afirmación de la identidad que está afectivamente marcada por el orgullo, el empoderamiento y la autovalidación, emociones que están relacionadas con el desarrollo afirmativo de la identidad. Como indican el participante 10:

Según el contenido que veo, reflexiono conmigo mismo. Es terapéutico, porque llega un punto de encuentro conmigo mismo. Por ejemplo, ahora en este mismo periodo, si veo contenido así es porque, a veces, digo “igual he crecido mucho como persona”. (comunicación personal, 24 de noviembre del 2023)

Asimismo, la participante 19 señala lo siguiente:

En *Orange Is the New Black* hay ciertas cosas que quizá sí formaron lo que es mi personalidad hoy en día ... yo creo que me sirvió mucho como para tomar de esa fortaleza también, a no dejarme pasar a llevar, a ser mucho más comprometida con mi persona. (comunicación personal, 7 de febrero del 2024)

Estas producciones permiten, entonces, contemplar la historia personal y reflexionar sobre lo vivido, pero también experimentar emociones que no estuvieron necesariamente disponibles, explorando el *cómo hubiese sido si...* Mediante esta exploración, se contribuye a la validación del sentido de sí mismo y a la legitimación de los sentimientos propios, efectos que han sido vinculados con la exposición de espectadores LGBTQ+ a mensajes mediáticos afirmativos (McInroy & Craig, 2017). Como puede verse en la narración del participante 1:

En el mes que salió *Heartstopper* fue como mucho tema de discusión entre mis amistades porque estábamos como en una terapia de sanación del niño interior a través de una serie ... la típica de “oh, yo nunca viví esto” ... nunca se había experimentado como habría sido vivir una adolescencia sin esconderlo, entonces *Heartstopper* vino como a sanar esa parte, como de imaginar en una pantalla y verlo como podría haber sido. (comunicación personal, 6 de noviembre del 2023)

Para algunos participantes, esta posibilidad de validación y legitimación que los programas hacen posible adquiere importancia no solo al reflexionar respecto a la vida propia, sino también sobre otras personas LGBTQ+. De esta forma, estos programas otorgan esperanza sobre la manera afirmativa en que pueden afectar a otros, ya sean personas conocidas (por ejemplo, sus amistades) o desconocidas (particularmente más jóvenes, nuevas generaciones de personas LGBTQ+). Mediante esto, se evidencia que, para los participantes, el consumo mediático —particularmente de las producciones con contenido LGBTQ+— es un “proceso colectivo” (Jenkins, 2008), lo que confirma el sostenido carácter social de la televisión, incluso en la época actual de segmentación de audiencias y uso de dispositivos personales (Lüders & Sundet, 2022): los programas son consumidos con otros o pensando en otros, siendo interpretados mediante ideas que surgen en ese entramado social.

La esperanza, en tanto emoción asociada al consumo que los participantes hacen de las producciones que disfrutan y ha sido identificada como central en el vínculo afirmativo entre uso de medios y desarrollo identitario (Cavalcante, 2018), también está presente en el segundo de los mecanismos identificados, el de la capacidad que los programas otorgan para imaginar futuros posibles. El gusto señalado por las narrativas esperanzadoras y con figuras que se defienden y desarrollan relaciones afirmativas está asociado a que estas les permiten “fantasear” sobre el futuro y sus posibilidades, incluso si estas no están necesariamente disponibles en el presente. Como reflexiona el participante 1: “Si se muestra finales más felices, se le da esperanza a la gente LGBT de que no tiene por qué terminar mal, que no tiene por qué tener una vida sufrida” (comunicación personal, 6 de noviembre del 2023).

Como consecuencia, se reconoce que, incluso cuando estos programas no están completamente ajustados al mundo “real”, sino que proponen una ampliación de sus límites, efectivamente permiten la identificación-comprensión con los personajes y la aprehensión de posibilidades que pueden ser imaginadas para la vida propia. Esto contribuye afirmativamente al desarrollo identitario y bienestar. Como explica el participante 22 al reflexionar sobre las narrativas LGBTQ+ trágicas:

No creo que esté mal porque, de alguna forma, es la realidad. Hay muchas dificultades, muchos desafíos. ... Pero, de repente, igual es lindo tener esa fantasía de que no todo el tiempo tiene que ser tan terrible, que a veces es como esa visión de que nuestras realidades son como terribles o que solamente son desafíos, que uno prácticamente tiene que sobrevivir solamente. Entonces, igual hace valorar que uno puede tener también acceso a otro tipo de realidad, no solamente a esa tragedia. (comunicación personal, 13 de mayo del 2024)

Entonces, los participantes no solo esperan que los programas sean realistas, deseando que representen el mundo “real” de forma precisa, como ha sido identificado en otros estudios (Van Haelter et al., 2022; Villegas-Simón et al., 2025), sino que estos superen las condiciones del presente, apelando al futuro y sus posibilidades esperanzadoras de felicidad. Sobre ello, el participante 21 indica que “de pronto, uno no quiere realidad cuando ve estas cosas” (comunicación personal, 8 de mayo del 2024). De esta manera, los resultados extienden la discusión precedente, mostrando que el realismo no es suficiente para, efectivamente, contribuir de forma afirmativa al bienestar y el desarrollo identitario; es necesario que los programas presenten una diversidad de experiencias de vida que apunten a un “final feliz”, incluso cuando aquello contradice las condiciones que son comprendidas como posibles en la realidad presente.

Lo anterior evidencia la contribución que puede realizar la televisión al *queer world-making* (Muñoz, 1999), una práctica de construcción de mundos *queer* que implica el ensamblaje afirmativo de las vidas LGBTQ+, incluso en medio de sociedades persistentemente heteronormativas y LGBTQfóbicas (Otis & Dunn, 2021). Esto involucra,

como indica Muñoz (2020), el reconocimiento de que el ahora no es suficiente y que es necesario idear un entonces que permita imaginar que otras realidades —mejores realidades— son posibles e, incluso, están al alcance de la mano. Mediante estos programas, los participantes no solo conectan con su pasado, sino que también construyen una *futuridad* delineada por la apertura a nuevas y mejores posibilidades.

De esta manera, este estudio ayuda a confirmar lo indicado en la literatura académica sobre el vínculo afirmativo que puede existir entre consumo mediático y bienestar de espectadores LGBTQ+. Los hallazgos, sin embargo, amplían y complejizan la comprensión de este vínculo, en tanto revelan dos mecanismos particulares mediante los cuales este opera: la reflexión sobre el pasado y la imaginación de futuros posibles. Se trata, específicamente, de mecanismos habilitados por representaciones que no solo sean “realistas”, como se ha destacado anteriormente, sino que apunten a superar las condiciones de la realidad presente, produciendo orgullo, empoderamiento, autoválidación y esperanza, emociones que han sido identificadas como afirmativas para el desarrollo identitario LGBTQ+ (Cavalcante, 2018; McInroy & Craig, 2017).

CONCLUSIONES

Las representaciones con las características necesarias para producir efectos positivos sobre el desarrollo identitario y bienestar son encontradas por los participantes principalmente en producciones internacionales que consumen en plataformas de *streaming* globales. Los hallazgos de este estudio, por lo tanto, constituyen un llamado de atención para el audiovisual nacional, cuyas representaciones de las diversidades sexogenéricas son frecuentemente criticadas por los espectadores LGBTQ+ chilenos, lo que contribuye a que eviten las producciones nacionales. Este llamado implica también revisar las condiciones industriales del ecosistema mediático nacional que han promovido la producción permanente de cierto tipo de representaciones.

Asimismo, esta investigación, al centrarse en audiencias chilenas, contribuye a ampliar el campo respecto de los estudios sobre audiencias LGBTQ+, que en su gran mayoría se han enfocado en espectadores localizados en Estados Unidos y Europa. No obstante, se reconoce que una limitación sugiere la escasa heterogeneidad de los participantes, particularmente en cuanto a su ocupación. La mayoría de ellos son estudiantes universitarios o profesionales recién graduados, grupos que tienen mayores niveles de capital cultural. Asimismo, la cantidad de participantes, si bien es apropiada para un estudio cualitativo, pues permite la saturación de información respecto a la pregunta de investigación, no posibilita vislumbrar contrastes claros en torno a factores de género, edad u orientación sexual específica. Futuros estudios podrían entonces enfocarse en jóvenes LGBTQ+ con una mayor variedad de ocupaciones y, potencialmente también, en grupos con características más específicas (por ejemplo, solo mujeres trans o solo personas bisexuales).

APOYOS

Fondecyt de Postdoctorado 3230271, Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID).

CÓDIGO DE ÉTICA

Aprobado por el Comité de Ética de la Facultad de Comunicación e Imagen (Acta 6/2023).

CONFLICTO DE INTERESES

El autor declara no tener ningún conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORES

Conceptualización, R. R.; metodología, R. R.; generación de datos, R. R.; análisis de datos, R. R.; redacción (revisión y edición), R. R.

REFERENCIAS

- Antezana, L., & Andrada, P. (Eds.). (2018). *En clave adolescente: referentes, prácticas y hábitos del consumo audiovisual*. Instituto de la Comunicación e Imagen; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Bond, B. J. (2015). The mediating role of self-discrepancies in the relationship between media exposure and well-being among lesbian, gay, and bisexual adolescents. *Media Psychology*, 18(1), 51-73. <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.917591>
- Bond, B. J., Hefner, V., & Drogos, K. (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 and Culture*, 13(1), 32-50. <https://doi.org/10.1007/s12119-008-9041-y>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.
- Busselle, R., & Bilandzic, H. (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18(2), 255-280. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00322.x>

- Capuzza, J. C., & Spencer, L. G. (2017). Regressing, progressing, or transgressing on the small screen? Transgender characters on U. S. scripted television series. *Communication Quarterly*, 65(2), 214-230. <https://doi.org/10.1080/01463373.2016.1221438>
- Cavalcante, A. (2018). *Struggling for ordinary: Media and transgender belonging in everyday life*. New York University Press.
- Consejo Nacional de Televisión. (2024). *XI Encuesta Nacional de Televisión*. https://cntv.cl/wp-content/uploads/2024/12/Presentacion_XI_ENTV_Revisada_11_12_2024.pdf
- Craig, S. L., McInroy, L., McCready, L. T., & Alaggia, R. (2015). Media: A catalyst for resilience in lesbian, gay, bisexual, transgender, and queer youth. *Journal of LGBT Youth*, 12(3), 254-275. <https://doi.org/10.1080/19361653.2015.1040193>
- Dhoest, A. (2023). Generations and shifting sexual identifications among Flemish non-straight men. *Journal of Homosexuality*, 70(10), 2011-2034. <https://doi.org/10.1080/00918369.2022.2048164>
- Dhoest, A., & Van Ouytsel, J. (2022). Queer media generations: Shifting identifications and media uses among non-heterosexual men. *European Journal of Communication*, 37(6), 663-678. <https://doi.org/10.1177/02673231221101741>
- Dimock, M. (2019, 17 de enero). Defining generations: Where millennials end and generation Z begins. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dunn, K. (2016). Interviewing. En I. Hay (Ed.), *Qualitative research methods in human geography* (4.ª ed., pp. 149-188). Oxford University Press.
- Feedback Research. (2024). 16.ª Encuesta sobre participación, jóvenes y consumo de medios. <https://ciclos.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2024/12/Informe-Encuesta-Jo%CC%81venes-2024.pdf>
- 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. <https://doi.org/10.1080/00918369.2011.546729>
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs 'identity'? En S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1-17). SAGE.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the re-invention of television*. Palgrave Macmillan.
- Johnson, C. (2019). *Online TV*. Routledge.

- Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized* (2.ª ed.). New York University Press.
- Lotz, A. D. (2022). *Netflix and the streaming video. The business of subscriber-funded video on demand*. Polity.
- Lovelock, M. (2019). *Reality TV and queer identities: Sexuality, authenticity, celebrity*. Palgrave Macmillan.
- Lüders, M., & Sundet, V. S. (2022). Conceptualizing the experiential affordances of watching online TV. *Television and New Media*, 23(4), 335-351. <https://doi.org/10.1177/15274764211010943>
- McInroy, L. B., & Craig, S. L. (2015). Transgender representation in offline and online media: LGBTQ youth perspectives. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(6), 606-617. <https://doi.org/10.1080/10911359.2014.995392>
- 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. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1184243>
- McNicholas, K. (2020). *Lesbians on television: New queer visibility & and the lesbian normal*. Intellect.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York University Press.
- Muñoz, J. E. (1999). *Disidentifications: Queer of color and the performance of politics*. University of Minnesota Press.
- Muñoz, J. E. (2020). *Utopía queer: el entonces y allí de la futuridad antinormativa*. Caja Negra.
- Murphy, R., Falchuk, B., Jacobson, N., Mock, J., Simpson, B., Woodall, A., Marsh, S. & Canals, S. (Productores ejecutivos). (2018-2021). *Pose* [Serie de TV]. Color Force; Brad Falchuk Teley-Vision; Ryan Murphy Television; FXP.
- Orgad, S. (2020). The sociological imagination and media studies in neoliberal times. *Television and New Media*, 21(6), 635-641. <https://doi.org/10.1177/1527476420919687>
- Otis, H. N., & Dunn, T. R. (2021, 31 de agosto). Queer worldmaking. En *Oxford encyclopedia of queer studies and communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1235>
- Ramírez, R. (2024). Differentiating from TV representations: Shame and the process of gay/lesbian identification among Chilean television viewers. *Journal of Homosexuality*, 71(13), 3174-3195. <https://doi.org/10.1080/00918369.2023.2283862>

- Rodrigues Lima, C. A., & Cavalcanti, G. K. (2020). "Homophobia is so last century": Activism of telenovela fans in defense of fictional lesbians couples. *Comunicación y Sociedad*, 1-28. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7312>
- Sánchez-Soriano, J. J. (2022). Representación del colectivo LGBT+ en la ficción televisiva española contemporánea (2015-2020). *Comunicación y Sociedad*, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8307>
- Sánchez-Soriano, J. J., García-Jiménez, L., & Rodrigo-Alsina, M. (2023). "También podemos tener finales felices": recepción e interpretación de personajes LGTBIQ+ en series de televisión. *Cuadernos.info*, (55), 22-45. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.53897>
- Sanz, J. M. (2018). Shaping LGBTQ identities: Western media representations and LGBTQ people's perceptions in rural Spain. *Journal of Homosexuality*, 65(13), 1817-1837. <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1390812>
- Sender, K. (2025). The queer vanguard: How television streaming platforms promoted intersectional LGBTQ+ content to establish their brands. *Journal of Communication*, 75(3), 161-170. <https://doi.org/10.1093/joc/jqae049>
- Soto-Sanfiel, M. T., & Vázquez-Tapia, E. A. (2024). We deserve better: Spanish adolescents' perspectives of the portrayal of LGBTQ+ characters in fiction. *International Journal of Communication*, 18, 5154-5176. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21000/4855>
- Theodoro, H., & Cogo, D. (2021). Imaginaries about Brazil in the media consumption of LGBTQ+ immigrants and refugees in the city of São Paulo. *International Journal of Communication*, 15, 61-81. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13412/3309>
- Van Haelter, H., Dhaenens, F., & Van Bauwel, S. (2022). Trans persons on trans representations in popular media culture: a reception study. *DiGeSt. Journal of Diversity and Gender Studies*, 9(1), 76-88. <https://doi.org/10.21825/digest.81844>
- Vázquez Rodríguez, L. G., García-Ramos, F. J., & Zurian Hernández, F. A. (2020). La representación de identidades queer adolescentes en "Sex education" (Netflix, 2019-). *Fonseca Journal of Communication*, (21), 43-64. <https://doi.org/10.14201/fjc2020214364>
- Villegas-Simón, I., Sánchez Soriano, J. J., & Ventura, R. (2024). 'If you don't "pass" as cis, you don't exist'. The trans audience's reproofs of 'Cis Gaze' and transnormativity in TV series. *European Journal of Communication*, 39(1), 22-36. <https://doi.org/10.1177/02673231231163704>

- Villegas-Simón, I., Sánchez-Soriano, J. J., & Ventura, R. (2025). Beyond representation: negotiating realism and the positive impact of media narratives with trans audiences. *Communication, Culture & Critique*, 18(1), 67-73. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcae044>
- Walters, P., Canning, I., Sherman, E., Lyn, E., Oseman, A., Kousetta, H., & Laurenson, J. (Productores ejecutivos). (2022-presente). *Heartstopper* [Serie de TV]. See-Saw Films.
- Żerebecki, B. G., Oprea, S. J., Hofhuis, J., & Janssen, S. (2021). Can TV shows promote acceptance of sexual and ethnic minorities? A literature review of television effects on diversity attitudes. *Sociology Compass*, 15(8), 1-16. <https://doi.org/10.1111/soc4.12906>