

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2024-2025

De la invisibilización del colectivo LGBTIQ+ en televisión a una
inclusión pagada.

(Trabajo de disertación)

AXEL NOGALEDO MACÍAS

Tutor académico: José Ignacio García-Lomas Taboada

Segovia, julio de 2025

Resumen

Este proyecto analiza la evolución y el impacto de la representación del colectivo LGTBIQ+ en la televisión española, presentando especial atención a las diferencias existentes entre los canales de emisión abierta, las plataformas de paga y los formatos de contenido que se encuentra bajo demanda. A través de una metodología mixta, que combina el análisis cuantitativo de las variables formales y de contenido con el análisis cualitativo del discurso y de la representación, se ha examinado la presencia de las distintas identidades que forman el colectivo en cuatro programas: *Drag Race España*, *Heartstopper*, *That's My Jam* y *Tu Cara Me Suenan*.

Este trabajo contribuye a hacer una reflexión sobre como la televisión española incluye muy poco a los colectivos minoritarios, como la visibilidad mediática sigue condicionada por los factores como la aceptabilidad cultural, además de la necesidad de desarrollar políticas mediáticas con un enfoque mas interseccional y estrategias narrativas que sean inclusivas.

Palabras Clave: LGTBIQ+, visibilidad, televisión, *queer*, inclusión simbólica, drag, cultura ballroom.

Abstract

This project analyzes the evolution and impact of the representation of the LGTBIQ+ community on Spanish television, with special attention to the differences between broadcast television channels, subscription-based platforms, and on-demand content formats. Through a mixed methodology that combines quantitative analysis of formal and content variables with qualitative analysis of discourse and representation, the presence of various identities within the collective has been examined across four programs: *Drag Race España*, *Heartstopper*, *That's My Jam*, and *Tu Cara Me Suenan*.

This work contributes to a critical reflection on how Spanish television continues to minimally include minority groups, showing that media visibility is still conditioned by factors such as cultural acceptability. It also highlights the need to develop media policies with a more intersectional approach and to promote inclusive narrative strategies.

Keywords: LGBTIQ+, visibility, television, *queer*, symbolic inclusion, drag, ballroom culture.

Índice

1.	<i>Introducción</i>	6
2.	<i>Justificación del tema</i>	6
3.	<i>Marco teórico</i>	7
3.1	Evolución del contexto histórico-social en España	7
3.1.1	La represión Franquista y la invisibilidad del colectivo LGBTIQ+	7
3.1.2	La transición democrática y el despertar de la disidencia sexual	8
3.2	Contexto político y económico	10
3.2.1	Políticas Públicas sobre la diversidad sexual y de género.....	10
3.2.2	Impacto del neoliberalismo en la cultura <i>queer</i>	12
3.2.3	El mercado rosa: consumo, identidad y cooptación	12
3.3	La cultura Ballroom: historia y significado	13
3.3.1	Ballrooms y la importancia del Voguing	13
3.3.2	Sistema de casas y balls	15
3.3.3	Influencias en medios actuales y su llegada a Europa.....	17
3.4	Representación LGBTIQ+ en medios.....	17
3.4.1	De la marginalidad a la integración mediática	17
3.5	Inclusividad o marketing: el fenómeno del rainbow-washing.....	18
3.5.1	Definición y mecanismos del rainbow-washing	18
3.5.2	Casos mediáticos y estrategias empresariales	19
4.	<i>Preguntas de investigación y objetivos</i>	20
5.	<i>Hipótesis</i>	21
6.	<i>Metodología</i>	21
7.	<i>Resultados</i>	28
7.1	Visibilidad mediática del colectivo LGTBIQ+.....	28
7.2	Visibilidad y representación de las lesbianas.....	30
7.3	Visibilidad y representación de los gays.....	32
7.4	Visibilidad y representación de las personas bisexuales.....	34
7.5	Visibilidad y representación de las personas trans.....	36
7.6	Visibilidad y representación de las personas intersexuales.....	37
7.7	Visibilidad y representación de las personas <i>queer</i>	38
7.8	Visibilidad y representación de las personas asexuales.....	39
8.	<i>Conclusiones</i>	41
9.	<i>Fuentes documentales</i>	43
10.	<i>Anexos</i>	48

1. Introducción

La representación mediática de las identidades tanto sexuales como de género no normativas han sido históricamente objeto de la exclusión y la marginación en los medios de comunicación. En particular, la televisión ha operado durante años como una herramienta de reproducción del cisheteropatriarcado, donde las personas LGBTIQ+ han sido sistemáticamente representadas a través de clichés estigmatizados o simplemente han sido invisibilizados (Sánchez Soriano, 2017; Marcos Ramos, González de Garay & Arcila Calderón, 2020). Estos patrones de la representación además de reflejar las desigualdades sociales que existen, contribuyen a una reproducción simbólica.

Con el avance de los derechos civiles y el fortalecimiento de los movimientos de la diversidad del colectivo, desde los años 90, se ha realizado una incorporación de personas y discursos LGBTIQ+ en la televisión. Sin embargo, esta inclusión ha estado medida por las lógicas de mercado, lo que ha dado lugar a fenómenos como la homonormatividad, que es la incorporación de tipos de vida LGBTIQ+ que resultan funcionales al sistema neoliberal como advierte Duggan (2002) o al llamado *rainbow-washing*, que implica la utilización de símbolos del colectivo con fines comerciales si ningún tipo de compromiso político real (Ayoub & Page, 2020).

Este proceso de visibilización, aunque es relevante, ha estado acompañado por una representación que ha sido sesgada por la por el privilegio de algunas identidades, como son los hombres cisgay blancos adinerados, en comparación con otras marginadas como son las personas trans o no binaras (González & Cavados, 2016). La televisión contemporánea no solo actúa como un espacio de inclusión parcial, sino que también como un terreno donde se negocia, adapta o incluso neutraliza la diversidad sexual y de género en función de la compatibilidad con las exigencias marcadas tanto por el consumo como por el mercado.

2. Justificación del tema

A la hora de la elección del tema de este trabajo de Fin de Grado (TFG), se consideró que la televisión sigue siendo parte de los principales agentes tanto de comunicación como de socialización en nuestra época. Este medio, aparte de informar y entretener, desempeña un papel fundamental en la construcción de un imaginario colectivo y en la transmisión

de los valores socioculturales. En este sentido, la televisión actúa, como un espacio de disputa ideológica donde se crean y reproducen diversas representaciones sociales que pueden influir en la percepción que tiene la sociedad sobre los grupos, las identidades o incluso las realidades.

Durante décadas, la presencia de personajes pertenecientes al colectivo LGBTIQ+ en la televisión o cine ha sido muy escasa además de casi inexistente. En los casos en donde la representación se ha producido, esta se limitaba a una ridiculización de los personajes mediante los estereotipos existentes, lo cual ha contribuido a reforzar los prejuicios y a perpetuar el borrado del colectivo. Si bien en los últimos años, se ha registrado un aumento de la cantidad de personajes LGBTIQ+ en la televisión y el cine, particularmente en las producciones vinculadas a las plataformas de streaming, esta representación en su mayoría sigue siendo desigual, limitada y normativa.

Por lo tanto, abordar esta temática en un Trabajo de Fin de Grado (TFG), se justifica por la necesidad de realizar un análisis crítico de la representación mediática del colectivo LGBTIQ+ en la televisión, entendiendo que este medio puede transformarse (o no) en un espacio de representación, visibilidad y empoderamiento. Asimismo, pretende contribuir al debate sobre si los medios forman parte en la construcción de sociedad que sea más equitativa, identificando los avances, retrocesos y desafíos pendientes dentro de la materia de diversidad sexual y de género en la esfera televisiva.

3. Marco teórico

3.1 Evolución del contexto histórico-social en España

3.1.1 La represión Franquista y la invisibilidad del colectivo LGBTIQ+

Durante la dictadura franquista (1939-1975), el colectivo LGBTIQ+ fue objeto de una intensa represión tanto institucional como social, que estuvo caracterizada por la negación sistemática de su existencia y por las políticas de patologización y criminalización. Según Pichardo Galán (2015), durante el franquismo la homosexualidad y la transexualidad eran vistas como desviaciones que atentaban contra el orden sexual y de género promovido por el sistema, el cual se fundamentaba en una visión cisheteronormativa de corte nacionalcatólico. En esta época, el discurso público hacía una omisión completa a

cualquier alusión positiva o neutral sobre las personas disidentes del género y la sexualidad.

En el franquismo se promulgaron leyes como la Ley de Vagos y Maleantes (1954), que incluyó la homosexualidad como causa de reclusión y vigilancia y un tratamiento “correctivo”, lo que permitió al Estado encarcelar a personas del colectivo en centros de internamiento sin juicio previo. Esta normativa fue sustituida por la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social en 1970, que mantuvo el carácter represivo de la otra hacia las personas LGTBIQ+, con una apariencia de “tratamiento” y “reeducación”. Su objetivo era el control policial y moral de las diferencias sexuales, afianzando una cultura institucional tanto de patologización como de castigo (Navarrete Galiano, 2011; Calvo Kock, 2004)

La represión no solo se daba en un plano legal, si no que se extendía hasta un plano cultural. En el cine franquista, la represión de personas no normativas se reducía a estereotipos ridículos, como ocurre en *A mí la legión* (1942), donde bajo una exaltación del ideal viril militar, se insinúa un vínculo afectivo entre los personajes masculinos que muestra un homoerotismo encubierto. Tal como argumentan Marcos Ramos, González de Garay y Arcila Calderón (2020), esto era la única forma de tener una presencia no heteronormativa, en un contexto ideológico donde cualquier desviación del binarismo sexual era silencio o ridiculizada.

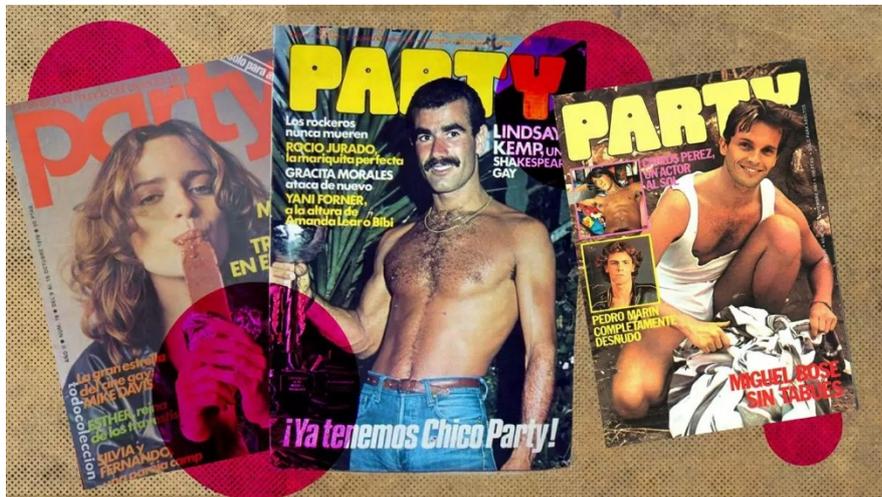
3.1.2 La transición democrática y el despertar de la disidencia sexual

La muerte de Franco en 1975 fue el inicio de un proceso democratizador que tuvo un impacto muy significativo para lograr la visibilidad del colectivo LGTBIQ+. EN este periodo, conocido como la Transición, se reafirmaron los primeros movimientos sociales de liberación sexual en España. Esta situación favoreció la aparición de contenidos LGTBIQ+ explícitos en medios de comunicación o producciones artísticas.

En los años setenta, durante la transición democrática revistas eróticas se convirtieron en auténticos espacios de visibilidad *queer*. Destaca la revista *Party* (1977-1985), que mezclaba la exhibición de cuerpos masculinos con artículos de fondo que abordaban temas de identidad sexual y política LGTBIQ+. Este enfoque editorial hizo que se

posicionara como una pionera en la inclusión de temáticas del colectivo en la esfera mediática, contribuyendo a la normalización de las diversas identidades que hasta ese entonces fueron renegadas. Como señala Berzosa Camacho (2012), *Party* jugó un papel fundamental al introduciendo temas *queer* en la agenda pública desde una perspectiva de tolerancia, transformadora y no marginal.

Figura 1: Portadas de la revista 'Party' de los primeros años 80.



Fuente: Ander, Á. (2024, 27 junio). Así era 'Party', la primera publicación abiertamente gay en España y un Grindr de la era preinternet. *El Periódico*.

<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20240627/party-primera-publicacion-abiertamente-gay-118225216>

En el cine, la transición dio pie a un nuevo tipo de cine *queer*, donde las personas LGBTIQ+ dejarían de tratarse como objetos de burla para convertirse en protagonistas de tragicomedias o reivindicaciones, como en *El diputado* (1978) de Eloy de la Iglesia (Alfeo Álvarez, González de Garay, y Rosado Millán, 2011). Este cine, aunque aún era limitado, contribuyó a introducir en el imaginario colectivo la existencia de las diversas realidades sexuales.

Durante los años 80 y 90, Pedro Almodóvar se estableció como referente en el cine *queer* español, representando personajes LGBTIQ+ con total naturalidad. Su cine encarno una representación “integradora” en la que las disidencias no eran el conflicto principal, si no una condición más de la narrativa (Zecchi, 2015).

Este proceso de apertura se alcanzó en la televisión a finales de los 90, con programas como *Esta noche cruzamos el Mississippi* y personas como Cristian “La Veneno”, que hicieron poner el centro del debate público sobre la problemática trans, aunque no siempre desde una perspectiva del todo respetuosa (Sánchez Soriano, 2017). EL drag y el transformismo, tradicionalmente asociados a la noche y la marginalidad, empezaron a ocupar un lugar en el imaginario colectivo, gracias a la Gala Drag de Gran Canaria, establecida en 1998, además de emitida en la televisión nacional.

3.2 Contexto político y económico

3.2.1 Políticas Públicas sobre la diversidad sexual y de género

En el siglo XXI, ha habido un cambio estructural en el reconocimiento legal del colectivo LGBTIQ+ en España, acompañado de un incremento de la visibilidad tanto social como mediática, España ha sido uno de los países más avanzados en derechos LGTBIQ+, convirtiéndose en el tercero del mundo en aprobar el matrimonio igualitario en 2005, y el primero en permitir la adopción homoparental sin restricciones (Colina Martín, 2019). Además, en 2023, España subió al segundo lugar en el ranking de los derechos LGBTIQ+ de la ILGA-Europe gracias a que se aprobó una ley de autodeterminación de género, que reconoce el derecho a poder cambiar legalmente de sexo sin necesidad de informes médicos o psicológicos (Ortega Dolz, 2022).

No obstante, estos avances no han erradicado la discriminación. El aumento de los discursos de odio y las agresiones LGBTIQófobas son una muestra de la perpetuación de las estructuras cisheteronormativas. En 2021, los delitos de odio por identidad de género y orientación sexual aumentaron un 70% respecto al 2019, según datos del ministerio del interior recogidos por Ortega Dolz (UGT, 2021). Además, la tasa de desempleo entre personas trans sigue superando el 80 %, reflejando la precarización y exclusión sistemática de las personas pertenecientes al colectivo.

En el ámbito cultural, series como *La Veneno* (2020) y *Merlí: sapere aude* (2020-2021), así como programas como *Drag Race España* (2021- actualidad), han contribuido a generar distintos referentes para las nuevas generaciones *queer*. La televisión ha pasado de marginar a las representaciones LGBTIQ+ a integrarlas de una manera más positiva,

aunque con sesgos que son evidentes en la sobre-representación de los hombres cisgais y en la invisibilización de mujeres lesbianas, personas bisexuales o trans (Sánchez Soriano, 2017).

Figura 2: Portada de la serie VENENO



Fuente: Atresplayer. (2025, 10 abril). *Veneno la serie en ATRESplayer*. ATRESPLAYER. <https://www.atresplayer.com/series/veneno/>

Figura 3: Portada de la serie Merlí: sapere aude



Fuente: Bautista, F. (2019, 12 noviembre). *Del instituto a la universidad con la filosofía de 'Merlí: Sapere aude'* RTVE.es. <https://www.rtve.es/radio/20191112/del-instituto-a-universidad-con-filosofia-merli-sapere-aude/1990365.shtml>

3.2.2 Impacto del neoliberalismo en la cultura *queer*.

El neoliberalismo ha reconfigurado las formas de subjetividad, representación y consumo en las sociedades contemporáneas, y la cultura *queer* no ha sido ajena a este proceso. Como sostienen Duggan (2002) y Puar (2007), el capitalismo neoliberal ha absorbido ciertas demandas del movimiento LGTBIQ+.

Este fenómeno se manifiesta en lo que Lisa Duggan (2002) denomina “homonormatividad”, es decir, una política sexual que desactiva el potencial rebelde de lo *queer* al promover modelos de vida similares al ideal neoliberal de ciudadanía: individuos consumidores, productivos, apolíticos, y preferiblemente masculinos, blancos y cisgénero.

Esta domesticación de la diferencia es perceptible en muchos productos audiovisuales contemporáneos, como *Drag Race España*, que, si bien ofrece espacios de visibilización, lo hace mediante una narrativa estéticamente espectacular pero políticamente diluida (González & Cavazos, 2016).

Autores como Araujo Allauca (2021) advierten que, en el contexto neoliberal, la cultura *queer* se ve tensa entre el potencial crítico y la integración comercial. Este proceso se limita a su capacidad para cuestionar las normas de género, clase y raza, lo que convierte su visibilidad en una herramienta más del mercado en lugar de una estrategia de transformación social.

3.2.3 El mercado rosa: consumo, identidad y cooptación

El denominado “mercado rosa” o “pink market” hace referencia al grupo de productos, servicios y campañas publicitarias que son dirigidas al colectivo LGTBIQ+, y que se han transformado en una estrategia recurrente del capitalismo neoliberal para sacar partido al poder adquisitivo de algunos sectores de este colectivo, especialmente a los hombres cisgais tanto de clase media como alta (Sender, 2004).

Este suceso ha sido analizado como una forma de tener una inclusión selectiva, que ha transformado la identidad *queer* en una categoría de consumo, despolitizando por lo tanto

su contenido. Como señala Richard Dyer (1993), la imagen del “gay consumidor” es muy funcional al mercado, ya que se presenta como urbana, estética, moderna o incluso económicamente pudiente. Estas representaciones generan una visión un tanto limitada del colectivo que logra una invisibilización a las personas *queer* racializadas, pobres, discapacitadas o trans, quienes no entran dentro del perfil deseado por la lógica del mercado (Paur, 2007).

El mercado rosa impulsa la idea de “diversidad” superficial, que celebra la diferencia solo si es rentable de forma económica. Esta también afecta a las diversas luchas históricas del colectivo, que son vaciadas de contenido político y reemplazadas por unos slogans “inclusivos” sin una repercusión real en la redistribución de los recursos o del cuestionario de la cisheteronorma. Lo expresa con claridad González y Cavazos (2016), al revelar que los contenidos LGBTIQ+ deben ser lo suficientemente normativos para ser tolerados en la televisión de masas.

Por otro lado, la visibilidad que origina este tipo de estrategias puede tener efectos contrarios. Por una parte, facilita procesos de identificación para los jóvenes *queer* que están en búsqueda de referentes. Pero, por otra parte, reducen la diversidad sexual y de género a un estilo de vida consumista, simplificando la complejidad en pura rentabilidad (Araujo Allauca, 2021).

El mercado rosa evidencia cómo la identidad es mercantilizada, apropiada o incluso utilizada con fines comerciales, sin necesidad de llegar a favorecer una inclusión real o estructural. Tal como explica Sender (2004), el consumo nunca es neutral, la capacidad para transformar las condiciones de la vida del colectivo LGBTIQ+ dependen de su articulación como políticas públicas, derechos sociales o la conciencia crítica.

3.3 La cultura Ballroom: historia y significado

3.3.1 Ballrooms y la importancia del Voguing

La cultura Ballroom tiene sus raíces en las comunidades negras y latinas LGBTIQ+ en Nueva York, especialmente en el barrio de Harlem, donde surgió como una forma de resistencia y expresión frente a la exclusión racial, de género y de clase que sufrían estas

poblaciones desde principios del siglo XX. Su consolidación llegó sobre los años 70 y 80, cuando emergieron los primero “balls” organizados específicamente para las personas racializadas y *queer* que habían sido marginadas incluso dentro de los propios espacios del drag (bailey, 2013; Arnold, 2020)

Esta cultura es mucho más que un espectáculo, es un espacio de liberación, empoderamiento, apoyo emocional, familia y resistencia. Simboliza un refugio donde las personas LGBTIQ+ negras y latinas podían expresar su identidad libremente, celebrar su existencia y encontrar el apoyo que no tenían fuera de esta gran comunidad. Como expresó la activista y leyenda del ballroom Dorian Corey en el documental *Paris is Burning* (1990): “No se trata solo de pasarlo bien, se trata de sobrevivir. Cuando no tienes a dónde ir, el ballroom puede ser tu hogar” (Livingston, 1990)

El ballroom, se caracteriza por su estética llamativa, su espíritu rebelde y su función reivindicativa, ya que en estos se reivindica la diversidad y se desafía las normas sociales establecidas. Este espacio donde podemos ver una mezcla de moda, baile, performance y una diversa variedad de categorías competitivas que permiten expresarte tal y como eres además de explotar tu creatividad. Como expuso Fiordi Vemanei: “Y siempre lo digo, si hay cultura ballroom es porque hay un sistema que todavía sigue expulsándonos. Eso no quiere decir que sea una cultura de síntoma, pero sí es una respuesta a la cultura que permite eso” (Cómo nace la cultura ballroom: celebración política LGBTI+, 2022)

Dentro de esta cultura, el Voguing se convirtió en una de las expresiones más significativas. Este estilo de baile, inspirado en las poses de modelos de revistas como *Vogue*, se caracteriza por sus movimientos angulares, líneas precisas, teatralidad y narrativa corporal. No se trata únicamente de una técnica coreográfica, sino de una herramienta de denuncia, celebración y empoderamiento para las personas *queer* racializadas (Han Lan, 2020).

Como expresó Furia 007: “La materia prima del voguing es ser persona y ha sido una forma de expresión femenina muy importante para las personas LGBT. Es nuestra forma de decir ‘su sistema heteropatriarcal no me va a chingar’” (Cómo nace la cultura ballroom: celebración política LGBTI+, 2022).

Figura 4: Silvi ManneQueen, pionera del voguing en España./ Patricia Nieto.



Fuente: Elidrissi, F. (2021, 19 noviembre). *‘Pose’: el voguing y el sueño americano*.

Pikara Magazine. <https://www.pikaramagazine.com/2018/06/pose-voguing/>

3.3.2 Sistema de casas y balls

Uno de los pilares fundamentales dentro de la cultura ballroom es el sistema de casas o “houses”. Estas casas funcionan como la familia escogida, que están lideradas por “madres” o “padres”, quienes acogen a jóvenes LGBTIQ+ (muchos de ellos expulsados de sus hogares biológicos) y les brindan refugio, orientación, apoyo emocional y formación artística (Moore, 2011).

El sistema de casas no se organiza por lazos de sangre, sino por afinidades políticas, afectivas y creativas. Esas Familias elegidas no solo ofrecen protección y pertenencia, sino que entrenan a los miembros para competir en los balls, eventos que mezclan desfile, performance y expresión de género en categorías como pasarela, moda, realismo, voguing y actitud (Bailey, 20139).

El origen de este sistema se remonta a Crystal LaBeija creó la house of LaBeija, una mujer trans afroamericana, que tras denunciar el racismo en los concursos de belleza drag, creó la House of LaBeija en los años 70. Este gesto fundacional marcó el inicio del ballroom como un espacio propio para las personas negras y latinas *queer*. A esta casa le siguieron otras como House Of Ebony, House of Canel o House of Extravaganza, muchas de ellas también fundadas por las mujeres trans negras, lo que refuerza su carácter como espacios de resistencia, poder o cuidados comunitarios (Arnold, 2020).

Figura 5: Crystal LaBeija en la película The Queen



Fuente: Wiki, C. T. L. (s. f.). Crystal LaBeija. LGBTQIA+

Wiki. https://lgbt.fandom.com/es/wiki/Crystal_LaBeija

Los balls son eventos centrales dentro de la cultura ballroom. En ellos, miembros de distintas casas compiten en categorías que van desde el voguing hasta las pasarelas, la moda, la actitud o el realismo, dependiendo de la temática de los eventos. Estas competencias no son solo performativas, que son actos de afirmación identitaria donde se premia tanto la originalidad, la resistencia como la exageración auténtica de uno mismo.

Los balls se desarrollan en espacios donde impera la autoexpresión sin una censura, desafiando las normas impuestas sobre la apariencia, el género y la clase social. Lejos de reproducir modelos hegemónicos tanto de la belleza como de la masculinidad, los balls reapropian simbólicamente los signos de poder excluyente y los transforman en los signos de poder *queer* (Han Lan, 2020).

La estética llamativa, la abundancia corporal y la tratabilidad subversiva con los balls integran una celebración política de la diferencia, al tiempo que reconfiguran al deseo, el cuerpo o la comunidad fuera de los márgenes normativos. En este sentido, los balls son también actos de duelo, memoria o transformación.

3.3.3 Influencias en medios actuales y su llegada a Europa

La cultura ballroom, nacida los distintos contextos de exclusión interseccional, ha trascendido las fronteras y se ha proyectado en los medios de comunicación contemporáneos, desde Estados Unidos hasta Europa. Este fenómeno ha supuesto una difusión cultural ambivalente, por un lado, ha generado visibilidad y el reconocimiento; por otro, ha provocado debates sobre apropiación, blanqueamientos y pérdida de contenido político (González & Cavazos, 2016).

El fenómeno del voguing también ha llegado en la industria de la moda y el espectáculo, aunque descontextualizado de sus raíces políticas. Tal como denuncian activistas de la escena ballroom española, esta visibilidad no siempre se traduce en representaciones inclusivas o transformaciones social real, sino en un embellecimiento rentable de lo *queer* (Araujo Allauca, 2021).

En Europa, ciudades como París Berlín o Madrid han desarrollado escenas ballroom locales que responden a las estructuras de las casas, balls y performance, aunque muchas veces están dirigidas por dinámicas distintas al contexto de origen. En estos espacios europeos, el desafío de sustentar la memoria interseccional de la cultura ballroom como una herramienta de supervivencia y resistencia frente a la tentación de su igualación como mera moda (Han Lan, 2020).

3.4 Representación LGBTIQ+ en medios

3.4.1 De la marginalidad a la integración mediática

La representación del colectivo LGTBIQ+ en los medios de comunicación ha experimentado la evolución significativa desde la marginalidad y la burla hasta una presencia más integrada y, en algunos casos, celebratorio. En el contexto español, durante el franquismo y hasta bien entrada la transición democrática, las identidades no normativas fueron retrasadas desde el estigma, la caricaturización o directamente la

invisibilidad (Navarrete Galiano, 2011; Marcos ramos, González de Garay, y Arcila Calderón, 2020).

Con la llegada de la democracia y el auge de movimientos sociales, comenzaron a aparecer representaciones más complejas, aunque frecuentemente asociadas al melodrama o el sufrimiento. Un ejemplo temprano de esta transición es *El diputado* (1978), de Eloy de la Iglesia, que introduce a una persona del colectivo con carga política y trágica (Alfeo Álvarez y González de Garay, 2010).

Durante los años 90, figuras como Cristina “La Veneno” visibilizada en programas como *Esta noche cruzamos el Mississippi* y *La sonrisa del pelicano* comenzaron a romper el estigma y silencio mediática en torno a la identidad trans. No obstante, como advierte Sánchez soriano (2017), esta exposición fue muchas veces alarmista y bastante alejada de una mirada empática o informada.

En el siglo XXI, la representación LGTBIQ+ ha llegado a mayores cuotas de visibilidad en el cine, la televisión y las plataformas digitales, aunque con sesgos claros. La gran parte de personas *queer* visibles en la ficción española tienden a ser cisgays, mientras que personas trans, no binarias, lesbianas además de las racializadas continúan infrarrepresentadas o estereotipadas (Sánchez Soriano, 2017; Navarro Cortés, 2023).

3.5 Inclusividad o marketing: el fenómeno del rainbow-washing

3.5.1 Definición y mecanismos del rainbow-washing

El concepto de rainbow-washing, según Ayoub & Page (2020) describe cómo las empresas, instituciones o medios de comunicación adoptan símbolos propios de la comunidad LGTBIQ+ para hacer una mejora de su imagen sin implementar cambios estructurales. Esta lógica se articula a través de mecanismos que pueden ser identificados como rainbow-washing, es decir el uso superficial de la estética *queer* con fines comerciales, sin ningún compromiso real.

Este caso se enmarca en la lógica del capitalismo neoliberal, donde las demandas sociales se transforman en oportunidades de mercado. En este contexto tanto la diversidad de género como la sexual se han convertido en una marca estética despolitizada, al servicio

de campañas publicitarias que buscan optimizar el prestigio de la corporativa o a traer a nuevos nichos de consumidores (Sender, 2004)

Los mecanismos más comunes del rainbow-washing son: la modificación temporal del logotipo con los colores de la bandera LGTBIQ+ durante el mes del orgullo; el patrocinio de eventos LGTBIQ+ sin implementar políticas internas de inclusión; la visibilidad de personas *queer* en campañas únicamente en el mes de junio, si tener una continuidad ni un respaldo.

Como señala González y Cavados (2016), este tipo de estrategias generan una imagen “inclusiva” pero superficial, que borra la dimensión política del activismo *queer* y convierte la lucha por los derechos en una estética “amigable” para un consumo masivo.

3.5.2 Casos mediáticos y estrategias empresariales

El rainbow-washing ha sido abiertamente documentado en los diversos medios de comunicación, particularmente en el mes de junio, cuando marcas realizan campañas apoyando la “diversidad” que se limitan a gestos simbólicos. En España, marcas como IKEA, Coca-Cola o El Corte Inglés realizaron campañas con lemas inclusivos sin que se tradujesen en acciones reales para llegar a combatir la discriminación laboral o incluso apoyar a las comunidades racializadas o trans (Araujo Allauca, 2021).

En el ámbito de los medios de comunicación, *Drag Race España* ha sido un objeto de debate por el uso de las estéticas *queer* dentro de un formato de entretenimiento puramente comercial. El programa presenta discursos normativos dentro de lo *queer*, su estructura responde más a una lógica del mundo del espectáculo que a una formación política o de justicia social. La presencia de los patrocinadores, como son las empresas de cosméticos o las plataformas de streaming, refuerza la visión de que lo *queer* es algo que se puede vender y que está estilizado.

Esta representación, aunque es positiva en términos de la visibilidad, corre el riesgo de reproducir lo que Lisa Duggan (2002) denomina “homonormatividad”, que es una versión más domesticada del activismo que se adapta al sistema en lugar de cuestionarlo.

El rainbow-washing, por lo tanto, se debe entender como aquella parte de la estrategia más amplia de la neutralización de la disconformidad de lo sexual y de género, en donde

la visibilidad no está implicada en una transformación estructural, sino en una asimilación simbólica dentro del mercado.

4. Preguntas de investigación y objetivos

El objetivo general de este Trabajo de Fin de Grado es analizar la evolución y el impacto de la representación del colectivo LGTBIQ+ en la televisión, desde su escasa visibilidad en los canales abiertos hasta la inclusión forzada que se puede llegar a dar en los canales cerrados y de contenidos de pago, evaluando como esto es un reflejo de la sociedad actual.

A raíz de este, se definen los siguientes objetivos específicos:

- Examinar cómo han sido representadas las diferentes personas que integran el colectivo LGTBIQ+ en televisión.
- Identificar cuáles son las identidades del colectivo más o menos visibilizadas en los discursos audiovisuales.
- Analizar si las representaciones televisivas reproducen estereotipos o si, por el contrario, contribuyen a la inclusión y visibilidad de los colectivos oprimidos.
- Sensibilizar y concienciar sobre la importancia de tener una representación mediática auténtica, diversa y sobre todo sin que este llena de clichés del colectivo LGTBIQ+.

Con el propósito de concretar este análisis, el trabajo se articula en torno a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuántas veces aparece el colectivo LGTB? ¿Son protagonistas o secundarios?
2. ¿Se presentan de forma positiva, negativa, estereotipada o plural?
3. ¿Se habla solo de discriminación o también de logros, vida cotidiana, diversidad?
4. ¿Aparecen en prime time o en franjas marginales?

5. Hipótesis

A raíz de las preguntas anteriores, de forma preliminar, se ha extraído la siguiente hipótesis a resolver desde la aplicación de la metodología:

En la televisión española, los canales de emisión abierta continúan reproduciendo dinámicas de invisibilización al colectivo LGTBIQ+, especialmente a lo que respecta a las identidades no normativas.

6. Metodología

El objetivo principal de esta investigación es analizar tanto la evolución como el impacto de la representación de las personas LGTBIQ+ en la televisión española, poniendo hincapié en el tránsito de su escasa representación y visibilidad en canales abiertos hasta su inclusión, a veces hasta forzada en plataformas cerradas. Este análisis busca comprender en qué parte estas representaciones contribuyen a ser referentes, y a la par, un reflejo de la sociedad contemporánea.

Para llegar a alcanzar este objetivo, se considerará tanto la presencia cualitativa de los distintos perfiles que forman parte del colectivo, como la forma en que son representadas en los distintos programas o series. Con el fin de fortalecer la validez del análisis, se utilizará una metodología mixta que combina distintas técnicas que se aplicaran a un mismo objeto de estudio, favoreciendo de esta forma una comprensión tanto más profunda como rigurosa de los fenómenos analizados (García Galera & Berganza Conde, 2005).

Tras realizar la evaluación histórica de este colectivo en la televisión, se ha ejecutado un análisis cuantitativo para definir cuanta presencia de personas LGTBIQ+ y de sus diferentes siglas encontrábamos en los cuatro programas/series. Hay que tener en cuenta, las diversas categorías sobre las que se fijan las diversas variables, que nos hagan posible la extracción de la frecuencia con la que ocurre el suceso en el objetivo de este estudio.

Para la estructura, se han definido un total de quince variables (Anexo, p x), inspiradas en el enfoque de la metodología de Sánchez Aranda (2005). Para realizar su asociación, se consideró dos tipos de categorías: Las formales, donde se agrupan los datos básicos de este objeto de estudio, y las de contenido, estas informan sobre las inclinaciones argumentativas y los significados ideológicos que traspasan la representación mediática.

A continuación, se ha llevado a cabo un análisis cualitativo de la representación del colectivo LGBTIQ+ en los diversos programas seleccionados, con el fin de llegar a comprender los procedimientos mediante los cuales la televisión da forma a las identidades sexuales y de género en el marco de los productos culturales de la actualidad. Para esto, se ha seguido el modelo metodológico propuesto por Sayago (2014).

Se establecieron diferentes pautas para analizar de forma visual y narrativo que permiten identificar cómo se representa a las personas LGBTIQ+. A partir de las categorías planteadas por Sayago (2014), se usaron los siguientes ejes:

- La descripción de hechos, identificando las situaciones en las que aparezcan personas LGBTIQ+.
- Los actores involucrados, reconociendo personajes representado como parte del colectivo.
- La forma en la que se presentan, observando el modo en el que se construye de forma visual y narrativa de su identidad, además de si su representación refuerza o cuestiona los estereotipos dominantes.

Después, se hizo una desagregación, extrayendo fragmentos que contribuyen a la representación. Esta fase, permite aislar momentos en los que se visibiliza o margina las distintas identidades.

La siguiente fase fue la reagrupación, se clasificaron los distintos fragmentos en función de las tres categorías anteriores. Esto permitió detectar las regularidades, las variaciones o las contradicciones en la representación del colectivo en función del tipo de representación, formato y del rol dentro de este.

La muestra seleccionada para el análisis está compuesta por los doce capítulos de la temporada cuatro del programa de *Drag Race España* (2024) y de los ocho capítulos de la tercera de la serie de *Heartstopper* (2024). Así como los trece programas emitidos hasta la fecha de la duodécima temporada de *Tu Cara me Suena* (2025) y los ocho del concurso musical *That's My Jam* (2025). Que dan un total de 41 unidades audiovisuales analizadas.

Figura6: muestra de análisis, Drag Race España.

TEMPORADA	CAPÍTULO	TÍTULO	FECHA	PRESENCIA LGBTIQ+	ROL
4	1	“Viaje en el tiempo”	22-09-24	Gais:15 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes, jurado e invitado.
4	2	“Noche de estrellas”	29-09-24	Gais:13 Bisexuales:1 Trans: 2	Presentador, concursantes, jurado, e invitada
4	3	“Aquí no hay quien DIVA”	06-10-24	Gais:12 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes y jurado.
4	4	“Soy aquella niña de la escuela”	13-10-24	Gais:14 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes, jurado, e invitados.
4	5	“Snatch Game”	20-10-24	Gais:13 Bisexuales:1 Trans: 2	Presentador, concursantes, jurado, e invitados.
4	6	“Eternas, el musical”	27-10-24	Gais:9 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes y jurado.

4	7	“La Draguería del coleccionista”	03-11-24	Gais: 10 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes, jurado, e invitado.
4	8	“Roast: Marichoch o Awards”	10-11-24	Gais:14 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes y jurado.
4	9	“Makeover : Drag Legends”	17-11-24	Gais:12 Bisexuales:1 Trans: 2	Presentador, concursantes, jurado, e invitados.
4	10	“El reencuentro”	24-11-24	Gais:14 Bisexuales:1 Trans: 1	Presentador, concursantes, jurado, e invitado.
4	11	“La gran Final”	01-12-24	Gais:14 Bisexuales: 1 Trans: 1	Presentador, concursantes y jurado.
4	12	“La gran Gran final”	15-12-24	Gais:17 Bisexuales: 1 Trans: 1	Presentador, concursantes, jurado, e invitado.

Fuente: elaboración propia

Figura 7: muestra de análisis, Tu Cara Me Suena.

TEMPORADA	CAPÍTULO	FECHA	PRESENCIA LGBTIQ+	ROL
12	1	04-04-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante.
12	2	11-04-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante

12	3	18-04-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante
12	4	25-04-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante
12	5	02-05-25	Gais: 2 Trans: 1	Jurado, concursante e invitado.
12	6	09-05-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante
12	7	16-05-25	Gais: 2 Trans: 1	Jurado, concursante e invitado.
12	8	23-05-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante.
12	9	30-05-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante.
12	10	06-06-25	Gais: 5 Trans: 1	Jurado, concursante e invitados.
12	11	13-06-25	Gais: 2 Trans: 1	Jurado, concursante e invitado.
12	12	20-06-25	Gais: 1 Trans: 1	Jurado y concursante.
12	13	27-06-25	Lesbianas: 1 Gais: 1 Trans: 1	Jurado, concursante e invitada.

Fuente: elaboración propia

Figura 8: muestra de análisis, That's My Jam.

TEMPORADA	CAPÍTULO	FECHA	PRESENCIA LGBTIQ+	ROL
1	1	06-05-25	0	-

1	2	13-05-25	Lesbianas: 1 Gais: 1	Concursantes
1	3	20-05-25	0	-
1	4	27-05-25	0	-
1	5	03-06-25	Gais: 2	Concursantes
1	6	10-06-25	Lesbianas: 1 Gais: 1	Concursantes
1	7	24-05-25	0	-
1	8	01-07-25	Gais: 1 Bisexuales: 1	Concursantes

Fuente: elaboración propia

Figura 9: muestra de análisis, Heartstopper.

TEMPORADA	CAPÍTULO	TÍTULO	FECHA	PRESENCIA LGBTIQ+	ROL
3	1	Amor	03-10- 24	Lesbianas: 2 Gais: 1 Bisexuales: 3 Trans: 2 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.
3	2	Hogar	03-10- 24	Lesbianas: 2 Gais: 3 Bisexuales: 3 Trans: 2 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.
3	3	Charla	03-10- 24	Lesbianas: 2 Gais: 4 Bisexuales: 3 Trans: 4 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.

3	4	Recorrido	03-10-24	Lesbianas: 2 Gais: 3 Bisexuales: 3 Trans: 2 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.
3	5	Invierno	03-10-24	Lesbianas: 2 Gais: 1 Bisexuales: 3 Trans: 2 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.
3	6	Cuerpo	03-10-24	Lesbianas: 2 Gais: 2 Bisexuales: 3 Trans: 4 Asexual: 1	Protagonistas y personajes secundarios.
3	7	Juntos	03-10-24	Lesbianas: 2 Gais: 3 Bisexuales: 1 Trans: 4 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.
3	8	Separados	03-10-24	Lesbianas: 2 Gais: 3 Bisexuales: 3 Trans: 2 Asexual: 2	Protagonistas y personajes secundarios.

Fuente: elaboración propia

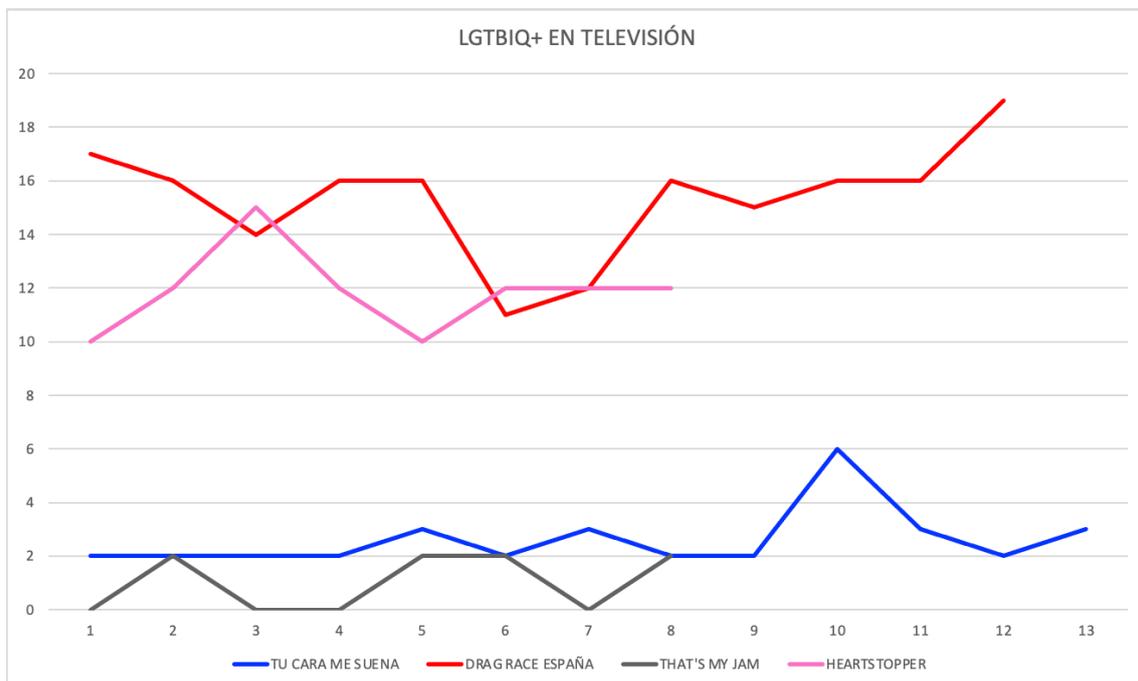
7. Resultados

Tras la realización del análisis cualitativo y cuantitativo de la cuarta temporada de *Drag Race España*, de la tercera de *Heartstopper* y de los trece programas de *Tu Cara Me Suena* y los OCHO de *That's My Jam*, han sido extraídos los siguientes datos.

7.1 Visibilidad mediática del colectivo LGTBIQ+

Respecto a una visibilidad positiva, encontramos que la representación del colectivo LGTBIQ+ en los canales cerrados y los canales abiertos es bastante mayor en los canales con una emisión en cerrado, es decir en las plataformas de pago. Esta diferencia se aprecia de forma clara en la comparación entre *Drag Race España* y *Heartstopper* (emitidas en canales de pago, exactamente en Atresplayer Premium y en Netflix respectivamente) comparación con *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam* (emitidas en canales abiertos, concretamente en Antena 3 y RTVE respectivamente). A continuación, podremos ver esta información recogida tanto en la siguiente gráfica conjunta como en las individuales de cada programa (*Ver Anexos*).

Gráfica 1: Representación del colectivo LGTBIQ+ en televisión, dentro de los programas de Drag Race España, Heartstopper, Tu Cara Me Suena y That's My Jam.



Fuente: elaboración propia.

Tal y como se muestra en la Gráfica 1, *Drag Race España* presenta de forma considerable unos niveles más alto de representación por episodio, con valores que van oscilando entre 10 y 18 apariciones LGBTIQ+ por capítulo. Esto se refleja un compromiso explícito del formato tanto con la diversidad sexual como de género, al tener una estructura lógica *queer* desde su estética hasta su narrativa. La curva ascendente en los últimos capítulos se da al tener de nuevo en pantalla a las concursantes eliminadas además de los invitados respectivos de cada capítulo. A esto hay que sumarle la presencia no es solo numérica, hay que destacar que se dan tanto roles centrales como estructurales, contando con doce palpitantes, tres miembros del jurado, uno de ellos siendo además la presentadora y dieciocho invitados miembros del colectivo LGTBIQ+. Esta configuración refuerza la idea de que el programa no solo visibiliza si no que da un espacio a los miembros del colectivo como sujeto narrador y agente activo del programa.

Por otro lado, la serie de ficción *Heartstopper*, vinculada a la plataforma de pago Netflix, exhibe una representación constante y estable, que va desde 10 a 15 apariciones por episodio, centrándose especialmente en los adolescentes LGBTIQ+ y sus relaciones afectivas no normativas. Al contrario de los otros formatos de entretenimiento, aquí la presencia del colectivo se da en un plano de ficción narrativa, la identidad *queer* ocupa tanto roles de principales como secundarios, permitiendo de esta forma el desarrollo de las tramas emocionales, familiares y afectivas desde una perspectiva tanto realista como humanizada. La estabilidad tanto en la profundidad como en la visibilidad dentro de la representación muestran la voluntad de querer integrar la diversidad como parte de una estructura de la trama, no como un accesorio de esta.

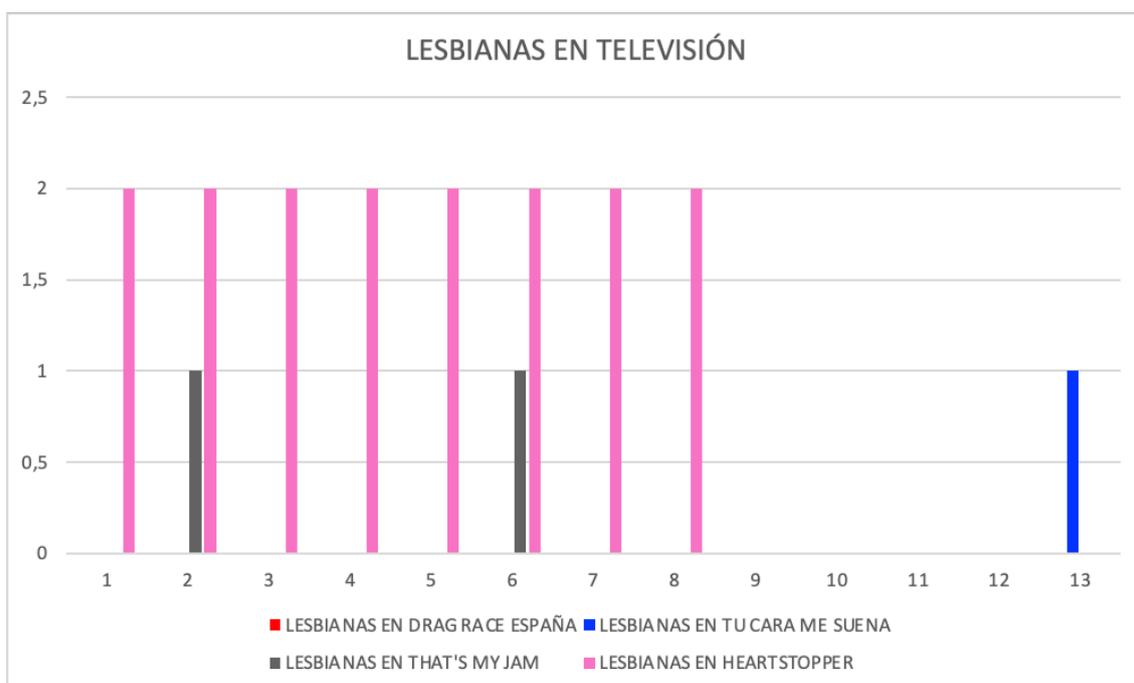
Por otra parte, *Tu Cara Me Suena*, emitido en la televisión abierta, concretamente en Antena 3, presenta unos niveles bastante bajos a la hora de visibilizar a este colectivo. Su línea gráfica tiene oscilaciones moderadas, con unos picos que rara vez superan las tres apariciones de personas LGBTIQ+ por programa. Además de que la participación LGBTIQ+ se limita a un miembro del jurado y una concursante, el resto son invitados. Esta estructura muestra que la presencia es simbólica más que identitaria, donde el colectivo aparece generalmente en calidad de imitación, sin tener un rol estructural dentro de este programa. Por lo que la visibilidad está en un aspecto más recreativo, lo cual da en evidencia el tratamiento que se le da a la diversidad.

En el caso de *That's My Jam*, la representación de personas LGTBIQ+ es aún más limitada. La gráfica presenta unos valores donde en la mayoría de los episodios se reduce a cero, lo que indica que hay una estaca casi nula presencia del colectivo LGTBIQ+. La poca representación recae en los concursantes que van al programa. Lo que significa que, aunque haya poca representación del colectivo, esta es funcional, esporádica y sin continuidad narrativa. La visibilidad, por lo tanto, se presenta como circunstancial y no estructural, sin tener un discurso que sostenga la diversidad.

7.2 Visibilidad y representación de las lesbianas.

El análisis de la representación de mujeres lesbianas en los programas seleccionados nos pone en evidencia la baja visibilidad y presencia en el panorama televisivo contemporáneo, incluso en aquellos formatos que se definen como inclusivos o dirigidos a una audiencia diversa. Como podemos observar en la Gráfica 2, la presencia de las mujeres lesbianas es reducida y dispersa, sin consolidarse como una narrativa estructural en casi ningún formato.

Gráfica 2: Representación de las lesbianas en televisión, dentro de los programas de *Drag Race España*, *Heartstopper*, *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam*.



Fuente: elaboración propia.

En primer instante, el caso de *Heartstopper*, se identifican dos mujeres con un papel principal que son lesbianas que son novias, cuya orientación sexual es tratada con naturalidad dentro de este relato. La forma en la que sus historias se unen en la narrativa centrándose en la diversidad afectiva entre dos adolescentes, permite un tratamiento afectivo, continuo y humanizado de las experiencias lésbicas. De esta forma, *Heartstopper* es el único ejemplo de representación sostenida y con un desarrollo narrativo de mujeres lesbianas.

En contraste, *That's My Jam* nos muestra una presencia puntual, limitanda a dos mujeres lesbianas que participan como concursantes en episodios concretos. Dicha representación, es episódica y además carece de contextualización tanto narrativa como de discurso identitario, funcionando más como una presencia puramente de entretenimiento que como el reflejo de una estrategia inclusiva.

Tu Cara Me Suena, por su parte, hace una única inclusión con una invitada que aparece como interprete musical, sin que su identidad tenga algo de peso. Al igual que en el caso anterior, esta representación responde a una lógica de presencia puntual e incluso anecdótica, que no se llega a traducir como una inclusión real.

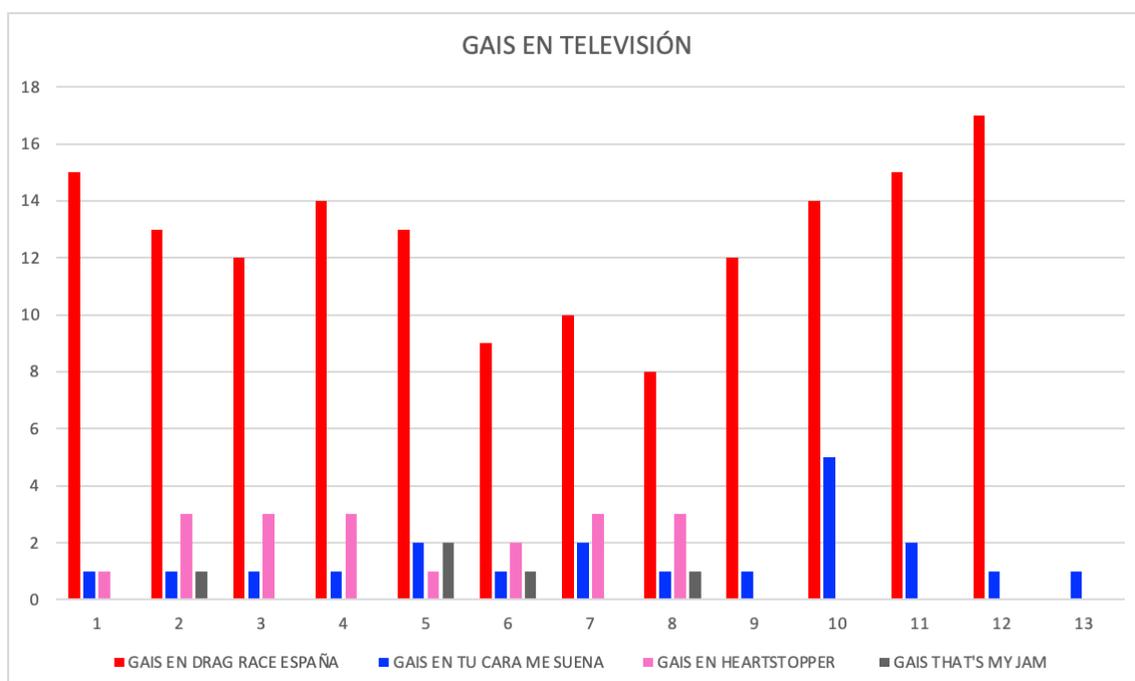
Finalmente, resulta bastante relevante señalar que en *Drag Race España*, a pesar de ser un programa articulado desde una perspectiva LGTBIQ+ y además de ser ampliamente reconocida por la representación de este colectivo, no se incluye a ninguna mujer lesbiana ni entre el jurado, ni concursante ni entre las invitadas en toda la temporada.

El conjunto de estos datos evidencia la falta de representación de mujeres lesbianas en el ámbito televisivo actual. La visibilidad, cuando llega a existir, esta fragmentada, es episódica y situada casi exclusivamente al margen del relato. Este patrón sugiere que las estrategias inclusivas en los medios audiovisuales todavía presentan unos sesgos de género bastante significativos dentro del propio colectivo LGTBIQ+, ya que se invisibilizan a las mujeres que no responden a los modelos de representación dominantes.

7.3 Visibilidad y representación de los gais.

Dentro de este estudio de la visibilidad mediática del colectivo LGTBIQ+, resulta pertinente detenerse en un análisis de la representación de los hombres gais, dada la frecuencia de la sobrerrepresentación respecto a las demás identidades del colectivo. El análisis específico de la representación de hombres gais evidencia una gran desigualdad entre los distintos formatos, tanto en los términos de frecuencia de aparición como los roles que se ocupan.

Gráfica 3: Representación de los gais en televisión, dentro de los programas de Drag Race España, Heartstopper, Tu Cara Me Suena y That's My Jam.



Fuente: elaboración propia.

Por una parte, en lo que respecta a *Drag Race España*, el análisis revela que se trata del formato con una mayor densidad de representación de hombres gais, tanto en la frecuencia como en la diversidad de sus funciones dentro de este formato. En esta cuarta temporada, podemos identificar a tres miembros del jurado, uno de ellos siendo también el presentador, así como once de los doce concursantes y quince de los dieciocho invitados son abiertamente gais. Este reparto nos enseña cómo la estructura narrativa está construida entorna a la experiencia gay, donde las personas con esta identidad ocupan los espacios de autoridad, el protagonismo y la visibilidad continua.

La Gráfica 3 enseña como la presencia de estos es tanto constante como elevada a lo largo de los doce episodios, consolidando así este programa como un espacio claramente dominado por identidades cisgais dentro del espectro LGTBIQ+. Drag Race España se concibe, por tanto, desde y para la cultura *queer*, promoviendo una representación activa, empoderada y celebratoria de los hombres cisgais, alejada de los estereotipos marginales que los dominaron durante décadas.

En el caso de *Heartstopper*, aunque hay una menor presencia, la representación de las personas gais también adquiere una función estructural dentro del relato de la serie. En esta tercera temporada, se encuentran tres hombres cis gais, siendo personajes principales como secundarios, cuya orientación además de ser visibilizada, contribuye al eje narrativo de la mayor parte de la trama. La representación en este formato se basa en un tratamiento íntimo, emocional y afectivo, centrándose en las relaciones personales, el autodescubrimiento y el entorno social, lo que contribuye a una representación humanizada y empática, especialmente dirigida a un público más juvenil y adolescente.

Por lo contrario, la visibilidad de los hombres cisgais en *Tu Cara Me Suena* es más bien esporádica y periférica. La Gráfica 3 nos muestra niveles bastante bajos de representación que en ningún caso llega a superar las cinco apariciones por episodio. A niveles de roles, el programa cuenta con un miembro del jurado gay y nueve artistas invitados que participan en esta edición de manera puntual. En este contexto, la presencia de hombres cisgais tiende a darse a través de la imitación de cantantes conocidos, pero sin que exista una participación central por parte de los participantes o del equipo del programa. Esto sugiere una representación que corresponde al espectáculo o a lo performático, más allá de una inclusión real o activa del colectivo.

Por último, *That's My* consta con una representación de hombres cisgais es mínima. Aunque solo se registran cinco concursantes identificados como gais, su papel se limita a la participación en calidad de concursantes temporales, sin continuidad ni un peso narrativo significativo. También, la ausencia de presentadores del colectivo refuerza la impresión de una representación marginal, sin un enfoque identitario claro.

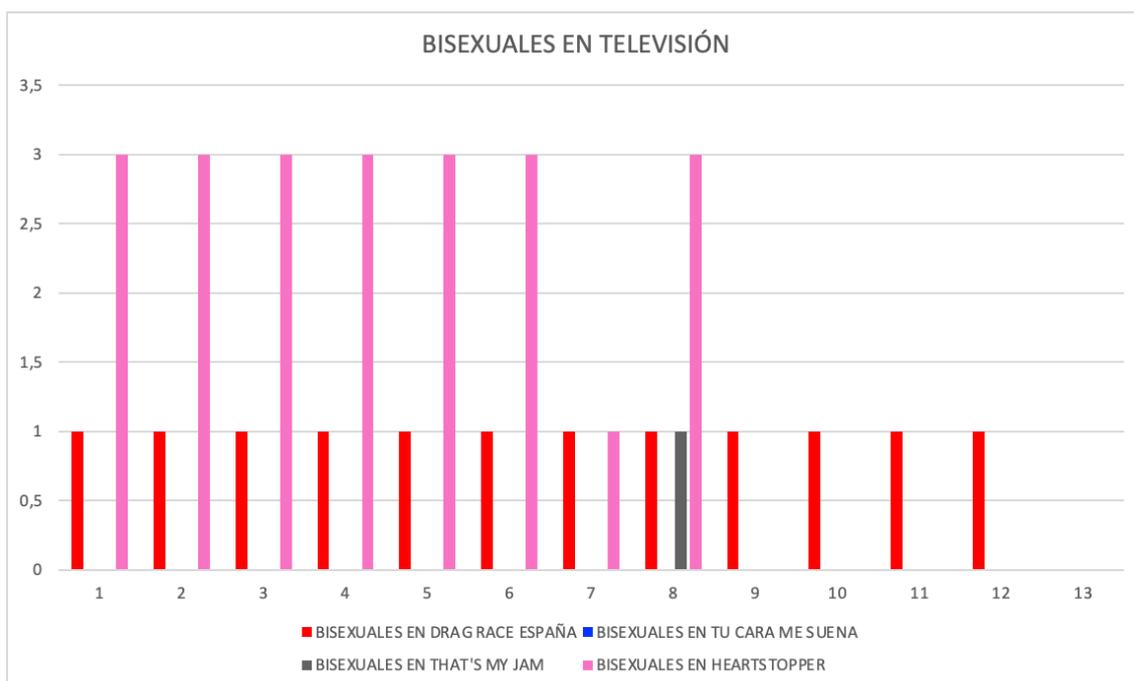
En conjunto, la gráfica confirma que la una representación de hombres cisgais en formatos televisivos varía de forma drástica dependiendo del formato y la intencionalidad

del producto televisivo. Mientras que algunos programas como *Drag Race España* y *Heartstopper* apuestan por una inclusión desde una presencia central, estructural y diversa, otros se limitan a una presencia más decorativa, esporádica o incluso meramente de entretenimiento, lo que hace que se limite la capacidad de contribuir a una inclusión mediática real o sostenida.

7.4 Visibilidad y representación de las personas bisexuales.

La representación de las personas bisexuales en los programas de televisión analizados se caracteriza por tener una escasa representación, con una escasead significativa en la variedad de roles y una presencia más bien nula, aunque hay algunos casos que tienen un desarrollo narrativo y simbólico. En la Gráfica 4, se observa como los niveles de visibilidad del colectivo bisexual son considerados bajos en comparación con otras identidades sexuales analizadas, lo que nos confirma la tendencia historia a su invisibilización o la confusión con otras orientaciones dentro del espectro audiovisual.

Gráfica 4: Representación de personas bisexuales en televisión, dentro de los programas de *Drag Race España*, *Heartstopper*, *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam*.



Fuente: elaboración propia.

En el caso de *Drag Race* se limita esta representación a una mujer bisexual que es concursante. Aunque su presencia está en la gran parte del programa, no hay un desarrollo narrativo respecto a su identidad, lo que da pie a que su visibilidad y representación carecen de contenido simbólico y es puramente por entretenimiento.

En *That's My Jam*, se identifica a un concursante bisexual en octavo episodio. Su aparición es puntual, sin que la orientación de este tenga una relevancia en el contexto del programa. Como en los otros casos, es una visibilidad episódica y esta aparición responde más a una aparición individual de la persona que a una voluntad estructural de incluir o representar una identidad bisexual en este formato.

Tu Cara Me Suena no presenta a ninguna persona bisexual en los trece episodios. Esta ausencia muestra la tendencia de los programas de entretenimiento en la reducción de la diversidad LGBTIQ+ a formatos que son más reconocidos. Por regla general, centrándose en una representación de hombres cisgais, omitiendo las demás identidades que siguen enfrentándose a la falta de reconocimiento social, como es en este caso las personas bisexuales.

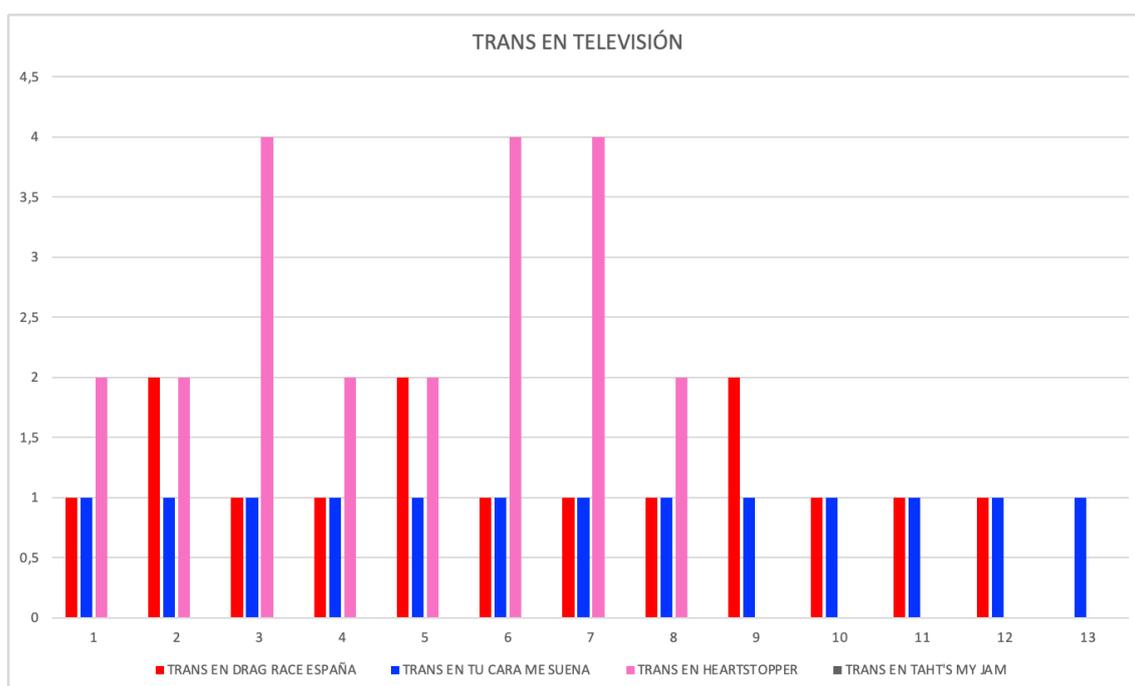
En *Heartstopper*, sin embargo, la representación del colectivo bisexual es la más amplia de todos los formatos. A lo largo de casi todos los episodios nos encontramos con tres personas bisexuales, una persona masculino protagonista y dos femeninas con una función tanto principales como secundarias. Esta forma de tratarlos ofrece una imagen más diversa, interseccional y emocionalmente compleja sobre la bisexualidad, integrándola de forma natural en una narrativa sin caer en los estereotipos o la hipersexualización. De esta forma, la serie constituye el único ejemplo en toda la muestra donde esta sexualidad se representa de forma plural, dándole a los personajes un espacio para desarrollarse a lo largo de la historia.

Los resultados evidencian que la representación de las personas bisexuales en los formatos televisivos sigue siendo marginal, fragmentaria y muy poco tematizada, con alguna excepción puntual como *Heartstopper*. Salvo en este último caso, la bisexualidad continúa siendo una identidad raramente representada y escasamente conocida en los discursos televisivos.

7.5 Visibilidad y representación de las personas trans.

La representación de las personas trans en los programas que han sido analizados pone en evidencia la asimetría que hay entre los formatos, con una clara concentración en uno de ellos y una leve representación en otros dos.

Gráfica 5: Representación de personas trans en televisión, dentro de los programas de Drag Race España, Heartstopper, Tu Cara Me Suena y That's My Jam.



Fuente: elaboración propia.

En la Gráfica 5 se nos muestra cómo en *Heartstopper* es el único programa en el que hay una representación de personas trans constante y diversa, apareciendo en todos los ocho episodios al menos dos personas trans, una de ellas además identificándose como persona no binaria. En tres episodios, la cifra asciende hasta cuatro, al incorporar figuras secundarias además de las protagonistas que teníamos. Las dos personas trans que aparecen de forma continuada tienen un desarrollo tanto emocional como racional, lo que permite tener una representación afirmativa, afectiva y natural.

En *Tu Cara Me Suena* hay una única representación trans que tiene una participación en los trece episodios. Aunque esta presencia sea constante, se trata muy por encima su identidad, lo que hace que se limiten el alcance de su representación. Hay que puntualizar,

que la presencia de ella como participante regular supone un avance en términos de presencia estructural, especialmente en la televisión abierta.

Drag Race España tiene una representación trans que se distribuye en una concursante que tiene una aparición constante por toda la temporada, además de tres invitadas que son trans, que participan en algunos episodios, todas ellas siendo mujeres trans. Como podemos observar, la identidad trans no ocupa el mismo espacio que lo hace la identidad cisgay masculina, sigue estando bastante invisibilizada dentro del mundo televisivo.

Por lo contrario, *That's My Jam* no tiene una representación de personas del colectivo trans en ninguno de sus ocho capítulos. Esta ausencia evidencia una falta de diversidad significativa en este formato.

Aunque hay avances, la representación de las personas trans en televisión sigue siendo tanto limitada como desigual, hay una clara dependencia del tipo de formato y de su sensibilidad narrativa hace una diversidad.

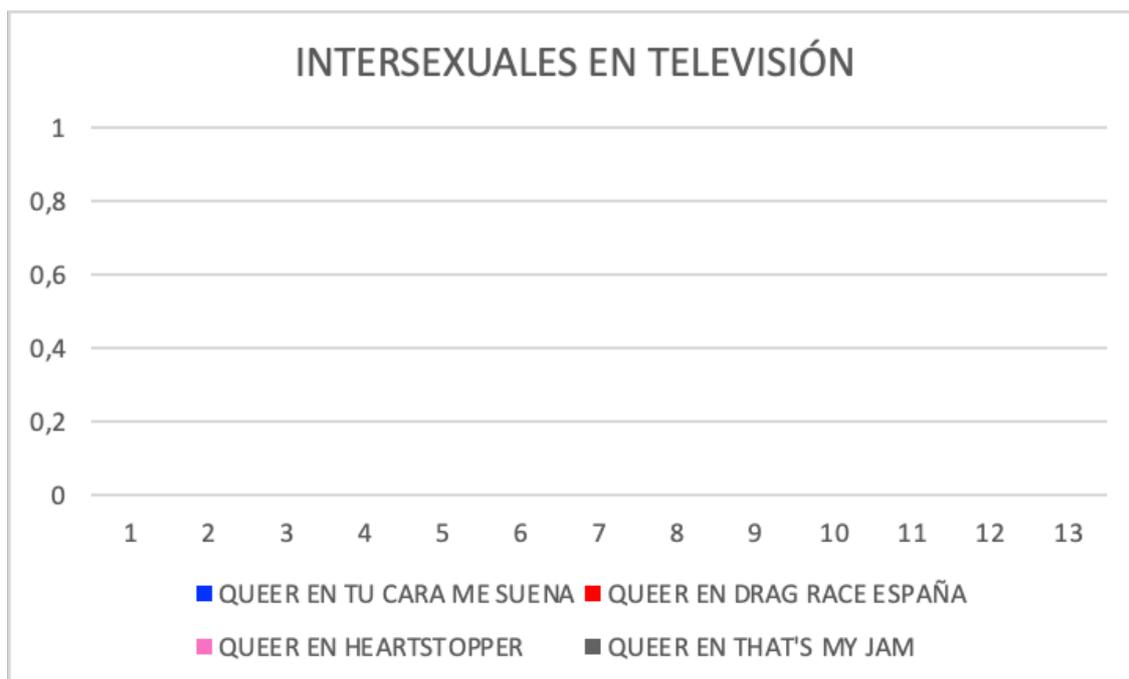
7.6 Visibilidad y representación de las personas intersexuales.

Como vemos reflejado en el Gráfico 6, ninguno de los cuatro formatos analizados tiene una representación de personas intersexuales en sus tramas, concursantes, jurados ni invitados. Esta muestra una ausencia total de visibilidad, que evidencia la exclusión mediática de estas personas dentro del espectro LGBTIQ+

La invisibilidad de las personas dentro del espectro intersex en los medios no es nueva, pero sí que sigue siendo estructural. A diferencia de las otras identidades que han logrado en cierta medida una entrada en el espacio audiovisual, la intersexualidad continúa siendo una realidad tanto silenciada como desconocida, lo que hace que se limite el reconocimiento y la validación social de esta.

Esta ausencia nos hace ver la urgencia de introducir representaciones que cuestionen el binarismo de género tradicional de los medios, especialmente cuando esto se consideran inclusivos.

Gráfica 6: Representación de personas intersexuales en televisión, dentro de los programas de Drag Race España, Heartstopper, Tu Cara Me Suena y That's My Jam.



Fuente: elaboración propia.

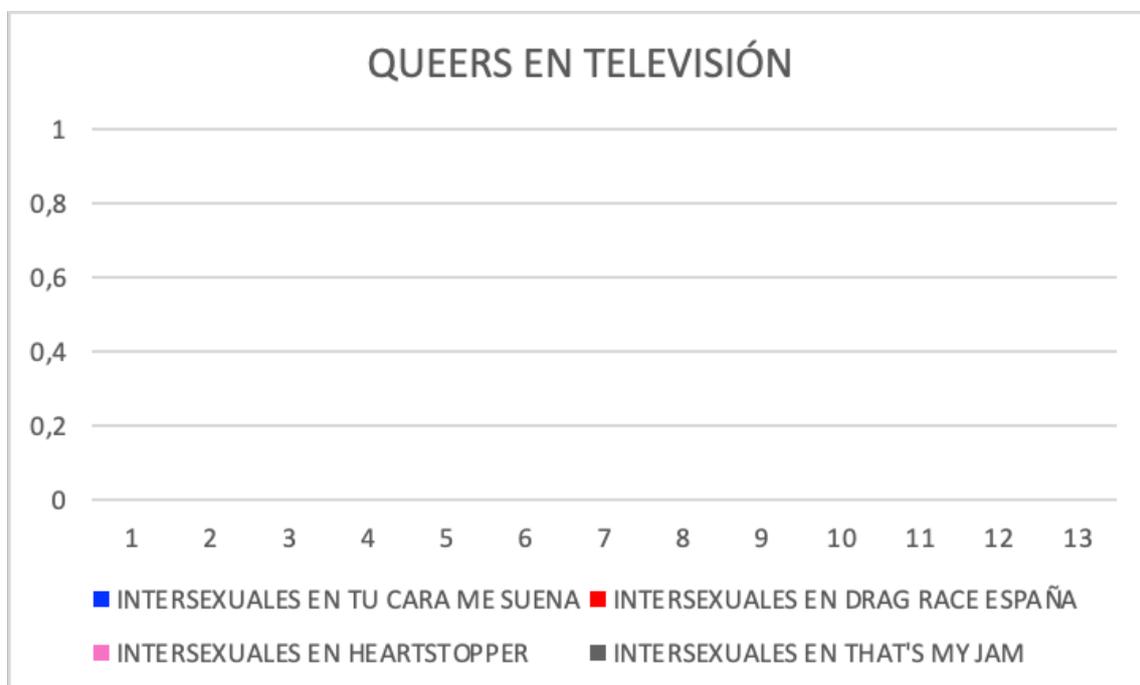
7.7 Visibilidad y representación de las personas *queer*.

La Gráfica 7 pone en manifiesto otra carencia bastante significativa en la representación, no se han identificado ninguna persona que se denomine abiertamente como *queer* en ninguno de los formatos analizados. Aunque el termino “*queer*” ha ganado terreno en los discursos tanto academisco como actiuvistas, su presencia en las estructuras televisivas sigue siendo residual o incluso inexistente.

Esta falta de representación no implica necesariamente una ausencia de sujetos disidentes, pero sí una evidencia de la resistencia del medio televisivo a integrar identidad no normativas que se escapan de las categorías claricas de sexualidad o genero. El uso de las etiquetas tradicionales para seguir diendo la vía preferente en el contexto meduatico, mientras que las identidades *queer* por el carácter fluido, continuan siendo marginales o directamente suprimidas.

La ausencia de la representación *queer* impide que se visibilice los discursos más críticos frente al sistema cisheteropatriarcal, lo que reduce el alcance transformados de los relatos televisivos.

Gráfica 7: Representación de personas *queer* en televisión, dentro de los programas de *Drag Race España*, *Heartstopper*, *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam*.

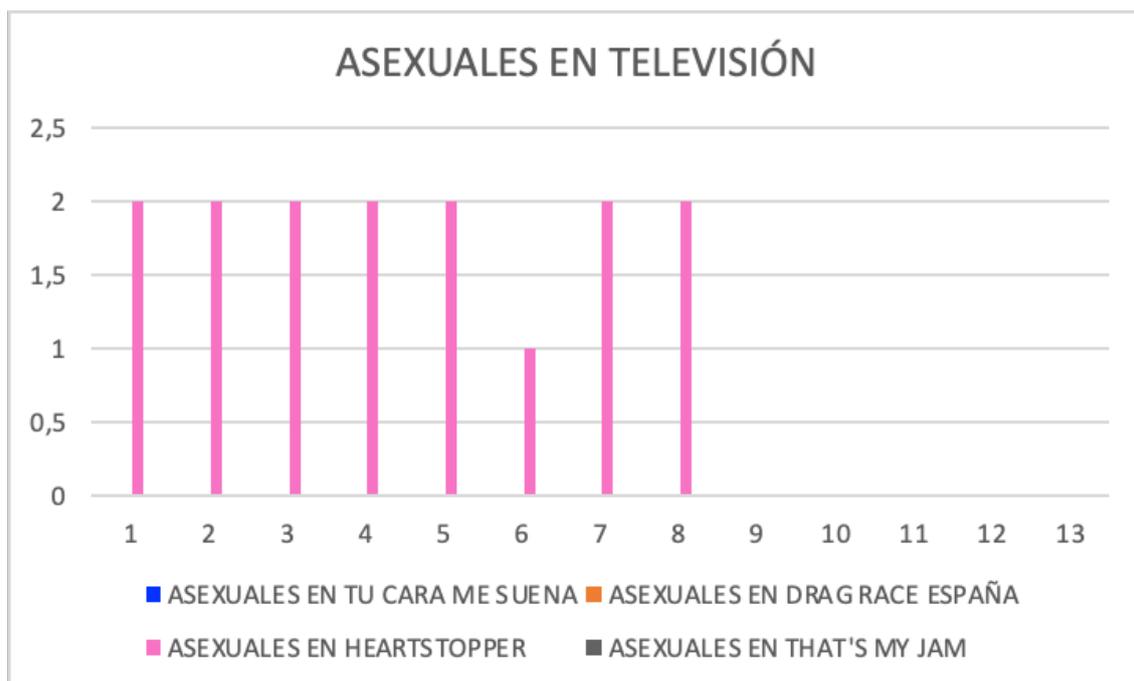


Fuente: elaboración propia.

7.8 Visibilidad y representación de las personas asexuales.

En la Gráfica 8 podemos ver reflejada una única representación de personas asexuales en los programas analizados que se encuentra dentro de la serie *Heartstopper*, donde aparecen de forma recurrente dos personajes asexuales, una chica y un chico, presentes en todos los episodios excepto en el sexto, en que solo figura uno de ellos. Ambos cumplen una función narrativa relevante, alternando entre los roles de protagonistas y secundarios a lo largo de la temporada.

Gráfica 8: Representación de personas asexuales en televisión, dentro de los programas de *Drag Race España*, *Heartstopper*, *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam*.



Fuente: elaboración propia.

Lo significativo de esta representación es que la asexualidad no se plantea dentro del marco narrativo. Por el contrario, en *Heartstopper* se integra esta identidad desde la perspectiva respetuosa, empática y emocionalmente compleja, que permite que el público reconozca los matices en la forma de vinculación afectiva más allá del deseo sexual. Esta representación contribuye a un gran avance frente a la invisibilización histórica de la asexualidad en los formatos audiovisuales.

Al contrario, en *Drag Race España*, *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam* no presenta ninguna representación explícita de personas asexuales entre sus participantes, jurado o invitados. Esta ausencia reafirma que la asexualidad sigue siendo una de las identidades menos reconocidas y más invisibilizadas dentro del espectro LGTBIQ+ en los medios de comunicación.

Los datos reflejan como solo ciertos productos de ficción juvenil con un enfoque interseccional, como *Heartstopper*, están incorporando la asexualidad dándole la visibilidad que necesita, mientras que el reto del panorama televisivo la presencia de esta sigue siendo nula.

8. Conclusiones

El análisis realizado en este Trabajo de Fin de Grado (TFG) permite evidenciar que la representación del colectivo LGTBIQ+ en la televisión continúa siendo bastante desigual, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. La visibilidad de las distintas identidades que conforman el espectro LGTBIQ+ no solo tiene una variación entre los programas, sino que también en función del formato televisivo, de la plataforma y del enfoque del discurso de cada producto.

Los datos muestran que los programas emitidos en plataformas digitales o de pago como *Drag Race España* y *Heartstopper*, presentan unos niveles significativamente más altos tanto de representación como de diversidad. Por otra parte, los formatos emitidos en los canales de televisión en este caso *Tu Cara Me Suena* y *That's My Jam* ofrecen una visibilidad más puntual y superficial, centrada principalmente en figuras reconocibles.

Entre las identidades del colectivo, los hombres cisgais son con diferencia los más representados. Especialmente en *Drag Race España*, donde no solo dominan un número, sino que ocupan posiciones de autoridad y protagonismo en la estructura narrativa. En este caso se evidencia como ciertos formatos que permiten una representación activa y empoderada cuando el contenido está concebido desde la cultura *queer*. No obstante, esta sobrerrepresentación de los hombres cisgais, nos revela una simetría interna en la distribución de la diversidad sexual.

Por el contrario, las mujeres lesbianas, las personas bisexuales, trans, no binarias, asexuales y especialmente las personas intersex y *queers*, siguen enfrentándose a una invisibilización. Salva excepciones como *Heartstopper*, donde se visibilizan de una forma realista las diversas identidades (personas trans, no binarias, asexuales, lesbianas y bisexuales), en el resto de los formatos apenas se incluye estos perfiles y cuando se hace se limitan a roles más secundarios.

Este patrón confirma que la visibilidad mediática no es homogénea ni equitativa dentro del colectivo, además de que los discursos televisivos aún reproducen las jerarquías normativas en la representación de la diversidad. La inclusión del colectivo LGTBIQ+ en la televisión actual sigue siendo selectiva, condicionada e instrumental, más cercana a los

intereses comerciales y estéticos que a una transformación real de los imaginarios de la sociedad.

Por lo que, se concluye que, en los formatos televisivos, si bien se ha avanzado respecto a los términos de pluralidad y apertura, aún no se garantiza una representación estructuralmente inclusiva y equitativa del conjunto de siglas que conforman el colectivo LGBTIQ+. La presencia de determinados grupos continúa subordinada a su grado de aceptación cultural o su rentabilidad, lo que refuerza la necesidad implementar políticas de producción mediática con un enfoque interseccional, así como de fomentar una crítica activa a los modelos narrativos que perpetúan la exclusión de las identidades menos normativas.

9. Fuentes documentales

¿Conoces el Vogue y la Cultura Ballroom? – Fresas con Nata. (s. f.).
<https://fresasconnatacrew.es/conoces-el-vogue-y-cultura-ballroom/>

“RuPaul’s Drag Race” transmitido por Netflix. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Alfeo Álvarez, J. C., González de Garay, B., & Rosado Millán, M. J. (2011). Adolescencia e Identidades LGBT en el cine español: Evolución, Personajes y Significados. *ICONO 14*, 05-57.

Alonso, A. M. (2024). ¡ Yo Soy Conocida Mundial! El testimonio y las crónicas trans de Cristina Ortiz' La Veneno'. *Hispanófila*, 200(1), 193-205.

Araujo Allauca, A. F. (2021). *Representaciones sociales del drag en el reality show*

Arnold, R. (2020). *The fabulous rise of the House of LaBeija*. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com>

Badas, M. (2023, 19 julio). Qué es el baile Vogue - Dance Emotion. *Dance Emotion*.
<https://dancemotion.es/blog/que-es-el-baile-vogue/>

Bailey, M. M. (2013). *Butch Queens Up in Pumps: Gender, Performance, and Ballroom Culture in Detroit*. University of Michigan Press.

Ballroom in focus - Google Arts & Culture. (s. f.). Google Arts & Culture.
<https://artsandculture.google.com/project/ballroom>

Berzosa Camacho, A. (2012). *La sexualidad como arma política: Cine homosexual subversivo en España en los años setenta y ochenta*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid

Campello Agulló, L. Del estereotipo a la normalidad: evolución de los personajes LGTBIQ+ en las series de televisión españolas.

Colina Martín, S. (2019). *Acción exterior y derechos de las personas LGTBI*. Madrid:

FemiNacida, & FemiNacida. (2023, 28 agosto). El movimiento Ballroom, más que un show - Feminacida. *Feminacida - Periodismo feminista*. <https://www.feminacida.com.ar/el-movimiento-ballroom-mas-que-un-show/>

Fernández-Herruzo, J.I (2024). “Spain Is different”: Reinterpretación cultural de la identidad nacional en Drag Race España. *Comunicación y medios*, 33(50), 14-27

García, F., & Rajas, M. (2011). *Narrativas audiovisuales: los discursos*. Icono14 Editorial.

Gil-Vázquez, A., & Lomas, S. (2021). Creadores queer y secundarias camp: feminidades cómicas y transgresoras en el cine clásico español. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 1 (1), pp. 25-35. <https://doi.org/10.5209/eslg.75447>.

Gómez Beltrán, I. (2015). La representación cinematográfica de lo masculino hegemónico en el cine LGTB español (1970 – 2015): reflexiones metodológicas. En R. Cabal Tejada, & A. González Fernández, *Estudios Socioculturales: Resultados, Experiencias, Reflexiones* (págs. 183-195). Oviedo: Asociación de Jóvenes Investigadores en Estudios Socioculturales.

González, J. C., & Cavazos, K. C. (2016). Serving fishy realness: representations of gender equity on RuPaul’s Drag Race. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 659-669.

Guerra, A. (3 de Abril de 2021). Miguel Bosé: el camaleón cumple 65 años. *La*

Han Lan, T. (2020). *Voguing, Visibility, and the Politics of Appropriation*. *Critical Studies in Media Communication*, 37(2), 138–152.

Imep, P. (2021, 20 agosto). Voguing y balls: eventos de auto-expresión y libertad. *Protocolo IMEP*. <https://www.protocoloimep.com/articulos/voguing-y-balls-eventos-de-auto-expresion-y-libertad/>

Jenkins, S. (2013). Hegemonic “realness”? An international feminist analysis of ‘Ru Paul’s Drag Race’ [Tesis doctoral]. Florida Atlantic University, Boca Raton, Estados Unidos.

Knegt, P. (2008). *Forging a gay mainstream : negotiating gay cinema in the American*

Livingston, J. (Directora). (1990). *Paris is Burning* [Documental]. Off White Productions.

Mainstream, alternativas. (22 de Abril de 2016). Obtenido de Fundéu RAE: Mantilla, D. M. (2017, 24 marzo). De la marginalidad al éxito internacional: la historia de RuPaul merece ser contada. *Vanity Fair*. <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/ru-paul-ru-pauls-drag-race-drag-emmy/23793>

Marcos Ramos, M., González de Garay, B., & Arcila Calderón, C. (2020). Grupos minoritarios en la ficción televisiva española: análisis de contenido y percepciones ciudadanas para la creación de un índice de diversidad. *Cuadernos.info*, 307-341.

Mateo, D. (17 de Junio de 2022). Entrevista | Mónica Naranjo: "No soy la típica artista que se regocija con un disco exitoso y que por eso se cree lo más. Fuera gilipolleces". *20Minutos*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

Montanero, J. (2022). *¿Eres hombre o mujer? ¡Soy drag! Reportaje multimedia sobre el drag como movimiento artístico en España y su impacto en la deconstrucción de los roles de género tradicionales*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Moore, L. J. (2011). *Gendered power and resistance: The use of the house system in building community*. *Social Thought and Research*, 32, 25–45.

Navarrete Galiano, R. (2011). El cine de la dictadura franquista. Nuevas interpretaciones desde la teoría queer. En T. Sauret Guerrero, & e. al, *El cine español. Arte, industria y patrimonio cultural* (págs. 611-620). Málaga: Ministerio de Cultura.

Navarro Cortés, D., Gascón-Vera, P., & Esteban Navarro, M. Á. La representación de la comunidad LGBTQ+ en televisión: El reality show Drag Race España.

Navarro navarro, a.(2021). La ficción como representación de la comunidad trans: análisis mediática nacional de la serie ‘Veneno’.

Nuevo, C. (2021, 28 junio). La historia de superación de RuPaul, el icono del 'Drag race' original. *Código Nuevo*. <https://www.codigonuevo.com/nosotrxs/historia-superacion-rupaul-icono-drag-race-original-CHCN281506>

Ortega Dolz, P. (3 de Octubre de 2022). Interior registra un aumento de casi un 70 % en los delitos contra la orientación sexual en España. *El País*

Panadero, L., & Panadero, L. (2021, 12 abril). La cultura «ballroom» y la reivindicación de la disidencia. *El Generacional*. <https://elgeneracionalpost.com/cultura/2021/0412/24050/la-cultura-ballroom-y-la-reivindicacion-de-la-disidencia.html>

Pichardo Galán, J. I. (2015). *Abrazar la diversidad: Propuestas para una educación libre de acoso homofóbico y transfóbico*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios

Presentes, A. (2022, 11 julio). *Cómo nace la cultura Ballroom: celebración política LGBTI+*. Agencia Presentes. <https://agenciapresentes.org/2022/06/28/como-nace-la-cultura-ballroom-celebracion-politica-lgbti/>

Sánchez Soriano, J. J. (2017). Narrativas sobre homosexualidad en la ficción seriada nacional e internacional de canales públicos, privados y nuevas plataformas de distribución. *Nuevas narrativas. Entre la ficción y la información: de la desregulación a la integración transmedia* (págs. 155-168). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona .

Sánchez-Soriano, J. J., & García-Jiménez, L. (2020). The media construction of LGBT+ characters in Hollywood blockbuster movies. The use of pinkwashing and queerbaiting. *Revista Latina de Comunicación Social* , 77, 95-116. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1451>.

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de Moebio*, 1-10.

Silva, S. (2019, 12 junio). *Voguing: la creatividad frente al estigma*. Apoyo Positivo. <https://apoyopositivo.org/blog/voguing-creatividad-frente-al-estigma/>

Toscano-Alonso, M. (2021). Las identidades trans representadas: Patrones narrativos en el cine español. *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, 125-138.

Tucker Jenkins, S. (2013). *Hegemonic "Realness"? An intersectional feminist analysis of RuPaul's Drag Race*. Boca Raton: Florida Atlantic University.

Ugarte Pérez, J. (2002). *Una discriminación universal. La homosexualidad bajo el franquismo y la transición*. Madrid: Editorial EGALES.

UGT. (28 de Junio de 2021). *UGT denuncia la situación del colectivo LGTB en el empleo*. Obtenido de <https://www.ugt.es/ugt-denuncia-la-situacion-del-colectivo-lgtb-en-el-empleo>

Vela, E., & Vela, E. (2024, 31 julio). *Familias diversas: Casas Vogue*. VICE. <https://www.vice.com/es/article/familias-diversas-casas-vogue/>

Ventura, R., Blanco-Fernández, V., & Sánchez-Soriano, J. J. (2024). Temporalidades queer en la serie de televisión *Veneno*: rompiendo la espiral del silencio a través de la visibilidad trans.

Zecchi, B. (2015). El cine de Pedro Almodóvar: de óptico a háptico, de gay a "new queer". *Área Abierta*, 31-52.

10. Anexos

10.1. Figura 10: muestra de análisis.

CANAL/ PLATAFORMA	TIPO (ABIERTO/ CERRADO)	PROGRAMA/ SERIE	PRESENCIA LGBTIQ+	TIPO DE REPRESENTACIÓN	TEMÁTICA PRINCIPAL	HORARIO
Atresplayer Premium	Cerrado	Drag Race España temporada 4	9/10	Jurado, concurante e invitados	Show drag y experiencias personales	Tarde (salida de episodios 20:00)
Antena 3	Abierto	Tu Cara Me Suená temporada 12	3/10	Jurado, concurante e invitados	Imitación de cantantes	Prime Time
RTVE	Abierto	That's My Jam	1/10	Concurantes	Concurso musical con famosos	Prime Time
Netflix	Cerrado	Heartstopper	10/10	Protagonistas y personajes secundarios	Se centra en la historia de amor de Charlie y Nick	Mañana (salida de los episodios 09:00)

10.2. Categorías de análisis cuantitativo:

Variables formales:

1. Nombre del programa
2. Temporada
3. Episodio
4. Tipo de programa
5. Plataforma de emisión
6. Identidad de género del personaje
7. Orientación sexual

- a. Lesbiana
 - b. Gay
 - c. Bisexual
 - d. Heterosexual
 - e. Asexual
8. Condición pública del personaje
- a. Personaje principal
 - b. Personaje secundario
 - c. Invitado

Variables de contenido

9. Rol narrativo
- a. Protagonista
 - b. Antagonista
 - c. Ayudante
 - d. Cómico
 - e. Irrelevante
 - f. Testimonial
10. Contexto de aparición
- a. Laboral
 - b. Social
 - c. Activismo
 - d. Otro
11. Tratamiento de su identidad LGBTIQ+
- a. Central en la trama
 - b. Secundaria
 - c. Invisibilizada
 - d. Estereotipada
12. Uso de clichés o estereotipos

- a. No se detectan
- b. Estética exagerada
- c. Rol cómico
- d. Trama trágica
- e. Otro

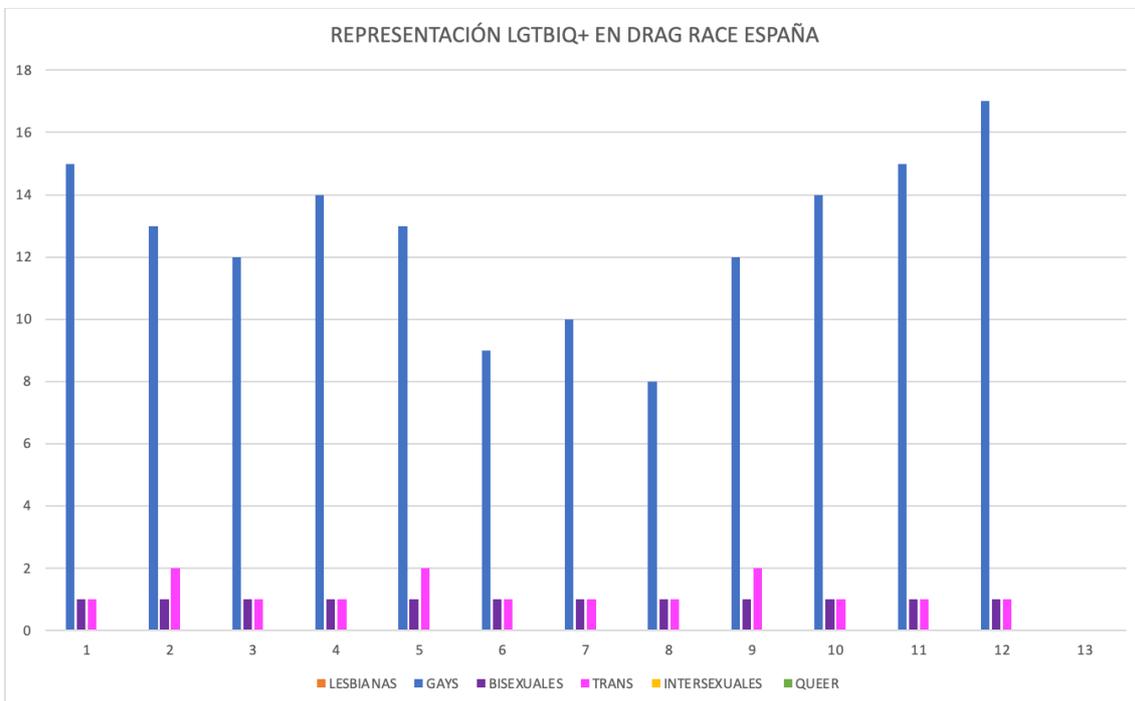
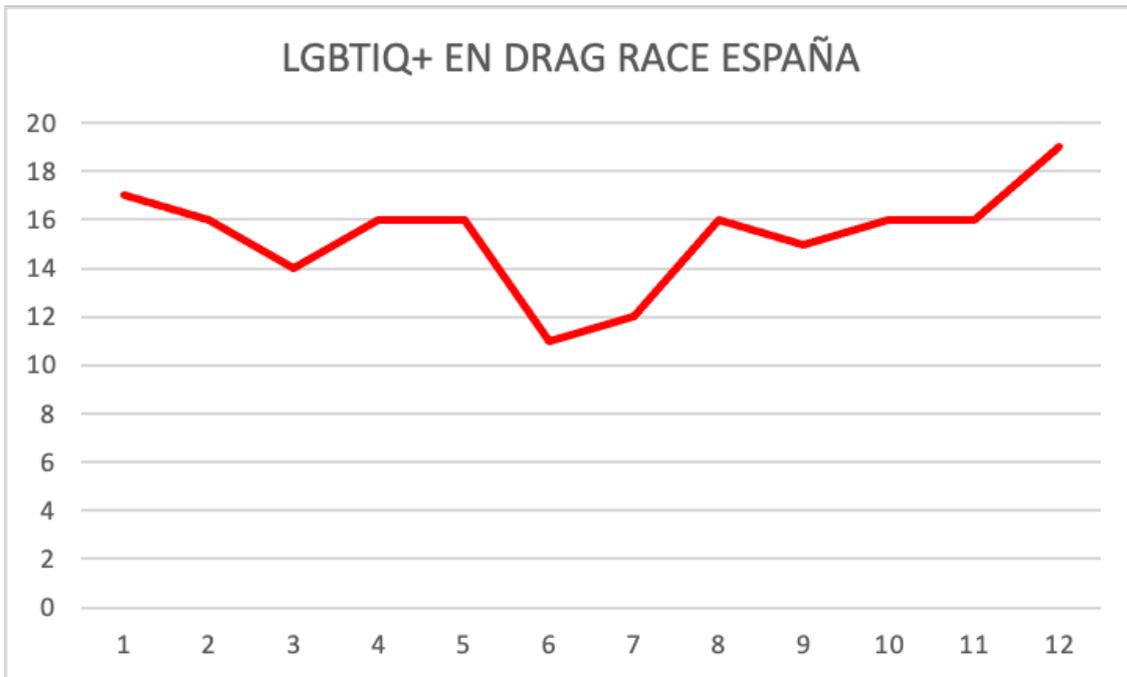
13. Tipo de representación

- a. Realista
- b. Idealizada
- c. Comercializada
- d. Negativa
- e. Otro

14. Presencia de diversidad del colectivo LGBTIQ+

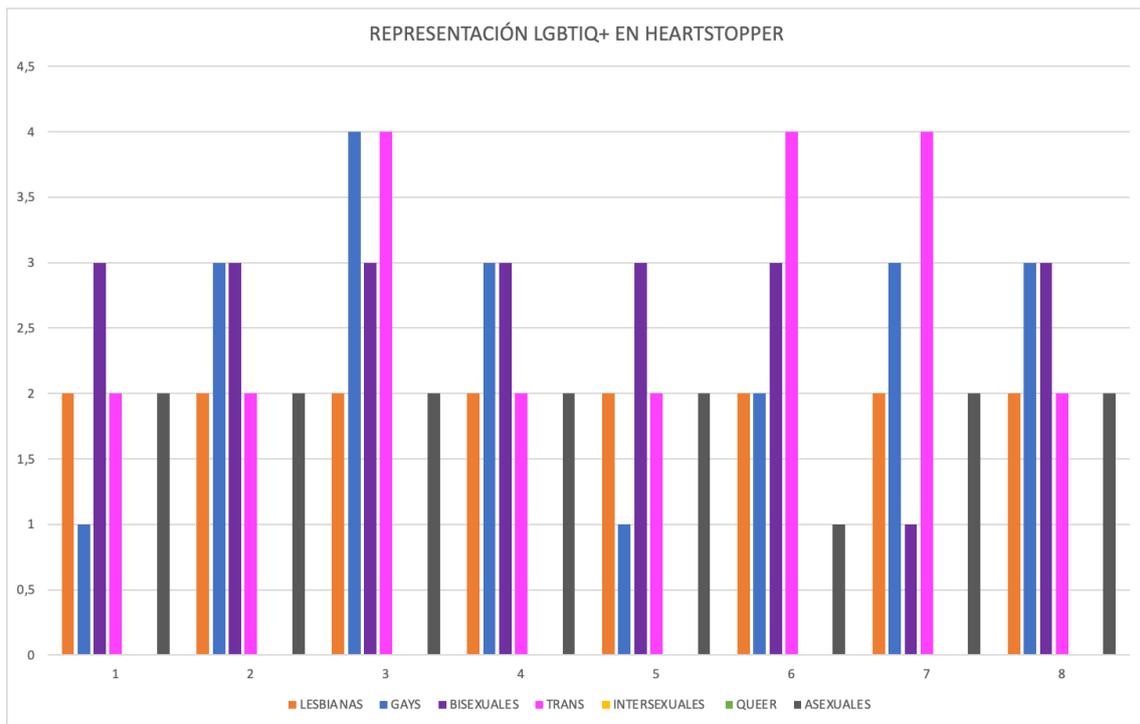
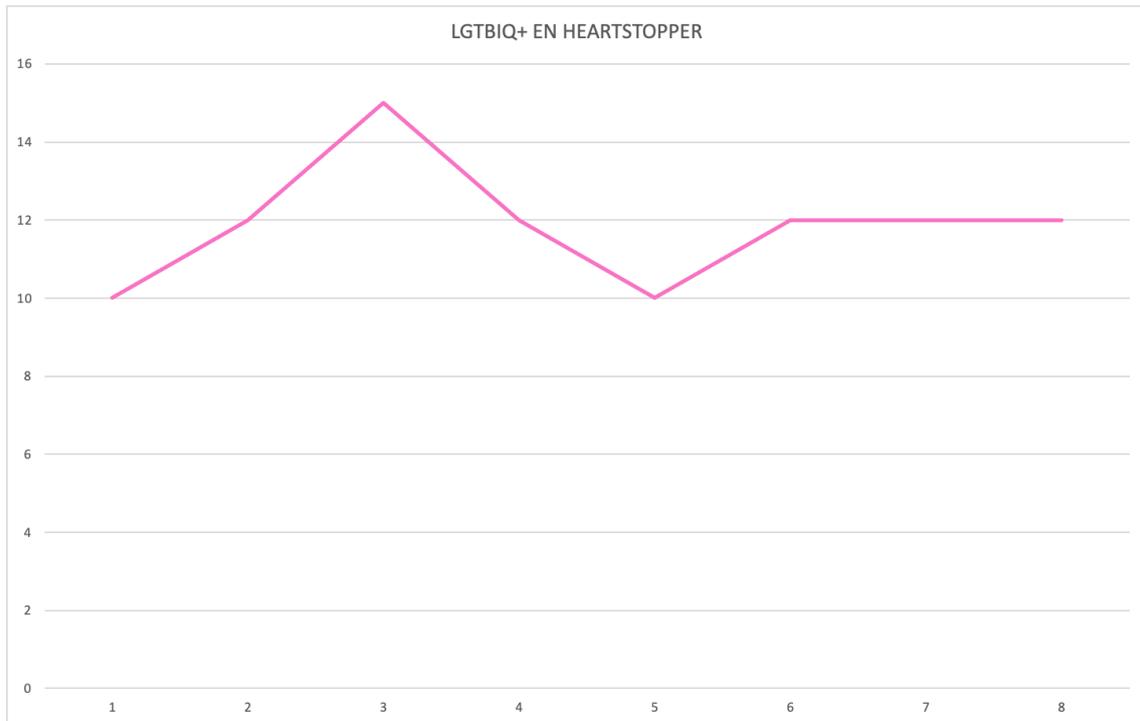
- a. Solo representación cis gay
- b. Diversidad un tanto parcial
- c. Diversidad total

Gráfica 9: Representación del colectivo LGTBIQ+ en de Drag Race España.



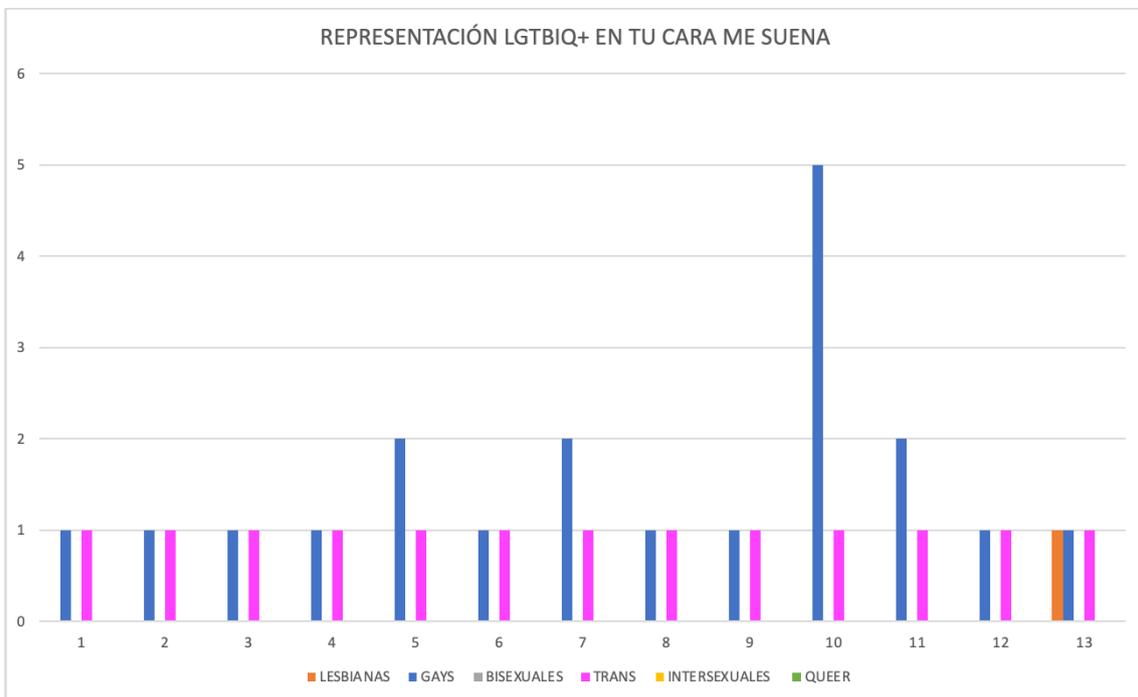
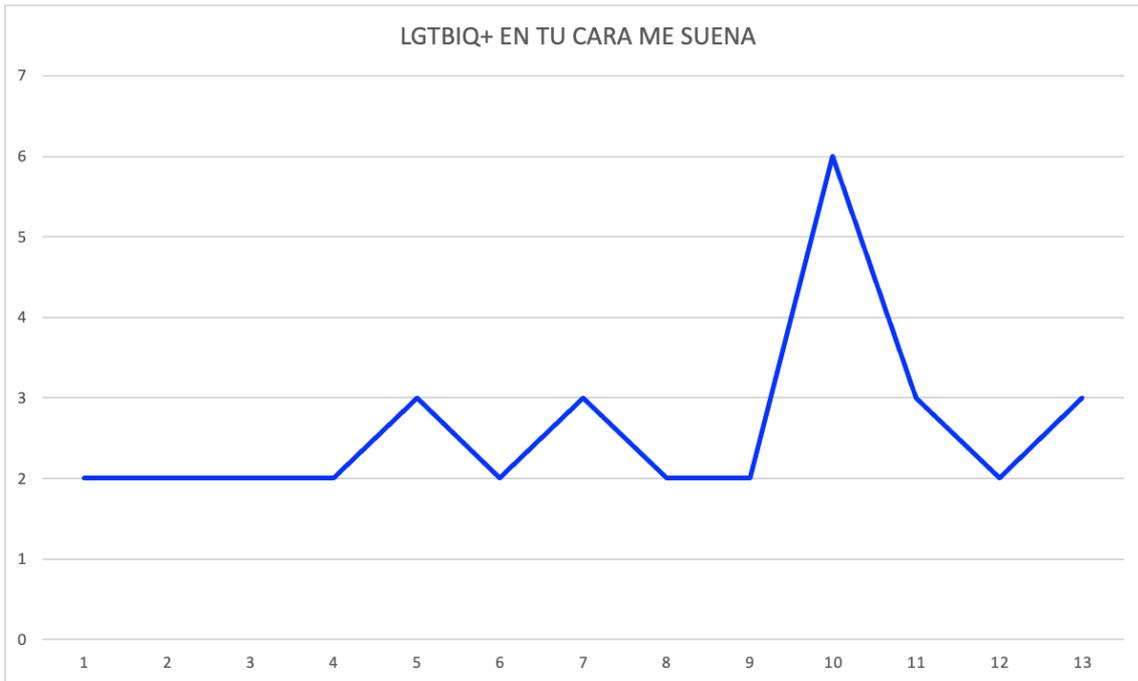
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10: Representación del colectivo LGTBIQ+ en Heartstopper



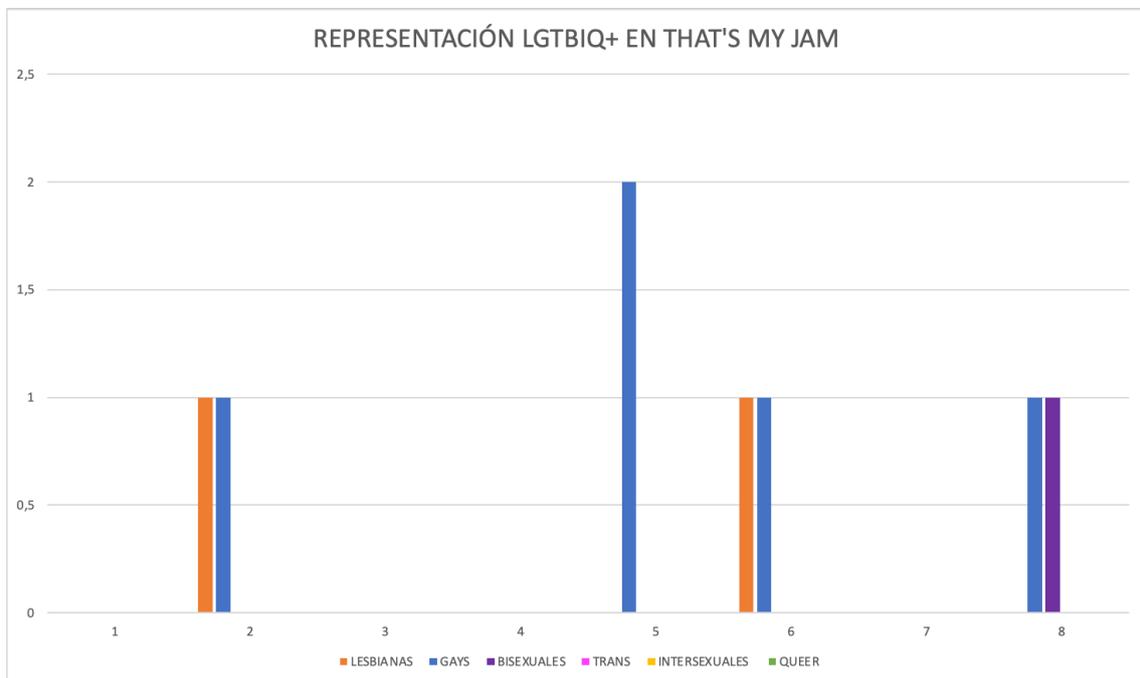
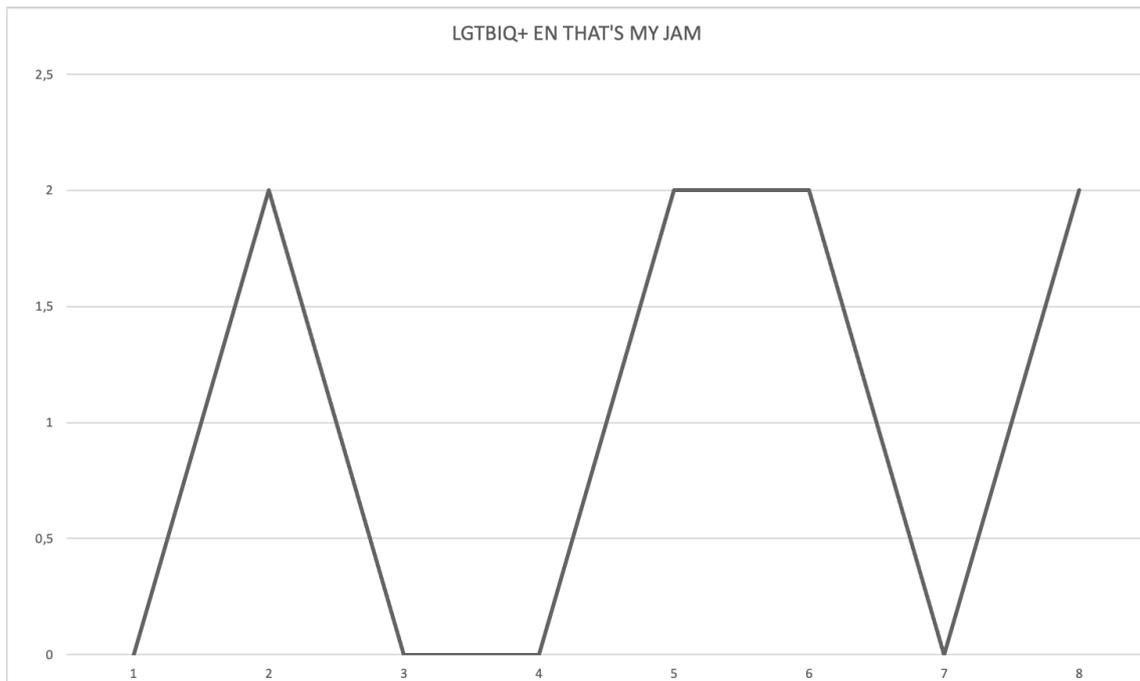
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10: Representación del colectivo LGTBIQ+ Tu Cara Me.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 11: Representación del colectivo LGTBIQ+ en That's My Jam.



Fuente: Elaboración propia