

Artículo de Investigación

El videoclip musical narrativo de temática trans en España y la evolución en sus políticas de representación audiovisual

The transgender themed narrative music video in Spain and the evolution of its audiovisual representation policies

Fernando Fernández-Torres¹: Universidad Miguel Hernández de Elche, España.
f.fernandez@umh.es

Mar Iglesias-García: Universidad de Alicante, España.
mar.iglesias@ua.es

Vicente García-Escrivá: Universidad de Alicante, España.
v.escriva@ua.es

Fecha de Recepción: 01/07/2024

Fecha de Aceptación: 28/10/2024

Fecha de Publicación: 17/01/2025

Cómo citar el artículo

Fernández-Torres, F., García-Escrivá, V. y Iglesias-García, M. (2025). El videoclip musical narrativo de temática trans en España y la evolución en sus políticas de representación audiovisual [The transgender themed narrative music video and the evolution of its audiovisual representation policies]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-17.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1081>

Resumen

Introducción: El videoclip musical español tiene más de cuarenta años de historia, adaptándose a diferentes medios y tratamientos visuales y temáticos. Además de su función promocional, ha sido un vehículo de transmisión de temas sociales y políticos, como la representación de las personas LGTBIQ+. **Metodología:** La investigación utiliza un análisis de contenido audiovisual con perspectiva queer, similar al enfoque del Observatorio de la Diversidad Audiovisual en España (ODA) y la asociación GLAAD en Estados Unidos. Se analizan seis videoclips musicales españoles publicados entre 1980 y 2023 que representan historias y personajes transgénero. **Resultados:** El estudio muestra una evolución positiva en

¹ **Autor Correspondiente:** Fernando Fernández-Torres. Universidad Miguel Hernández de Elche (España).

el tratamiento visual y temático del colectivo trans en los videoclips musicales españoles, identificando un progreso en la representación de este colectivo en el ámbito audiovisual. **Discusión:** El análisis revela cómo los videoclips han sido utilizados para visibilizar y normalizar las identidades trans, reflejando cambios en la percepción social y en la industria musical. **Conclusiones:** Se concluye que los videoclips musicales españoles han experimentado avances significativos en la representación de la comunidad trans, contribuyendo a una mayor inclusión y visibilidad.

Palabras clave: Videoclip musical; queer; representación; LGTBIQ+; diversidad; análisis audiovisual; transexualidad; transgénero.

Abstract

Introduction: The Spanish music video clip has more than forty years of history, adapting to different media and visual and thematic treatments. In addition to its promotional function, it has been a vehicle for the transmission of social and political issues, such as the representation of LGTBIQ+ people. **Methodology:** The research uses an analysis of audiovisual content with a queer perspective, similar to the approach of the Observatorio de la Diversidad Audiovisual en España (ODA) and the GLAAD association in the United States. Six Spanish music video clips published between 1980 and 2023 that depict transgender stories and characters are analysed. **Results:** The study shows a positive evolution in the visual and thematic treatment of transgender people in Spanish music videos, identifying progress in the representation of this group in the audiovisual sphere. **Discussion:** The analysis reveals how music videos have been used to make trans identities visible and normalise them, reflecting changes in social perception and in the music industry. **Conclusions:** It is concluded that Spanish music video clips have experienced significant advances in the representation of the trans community, contributing to greater inclusion and visibility.

Keywords: music video; queer; representation; LGTBIQ+; diversity; audiovisual analysis; transexuality; transgender.

1. Introducción

La existencia de videoclips musicales que abordan temáticas LGTBIQ+ es un hecho demostrable a pesar de que no existe una definición consensuada que lo delimite y nos permita catalogarlo como un subgénero en sí mismo. Basta con revisar las principales webs de música nacionales como Los 40² o Europa FM³, para constatar que en los últimos años se ha prestado especial atención a las canciones y videoclips que abordan estas realidades –especialmente en las fechas próximas a la celebración del Orgullo LGTBIQ+– mediante la confección de listas de reproducción musical que, con sus letras e imágenes, persiguen la visibilidad y normalización de este colectivo. Estas listas han puesto el foco recientemente en la expresión y representación LGTBIQ+ en los videoclips, un fenómeno que vive un repunte destacable (Barrena, 2016). Además, el entorno web en el que se alojan estos recopilatorios es un soporte excepcional debido a la posibilidad de insertar hipervínculos que permiten el fácil acceso a los videos.

Estos videoclips, además de contribuir a la configuración de identidades (Rincón y Mula, 2023), sirven de espacio para la representación y visibilidad de las realidades de este colectivo, para la reivindicación de sus demandas y como memoria histórica de sus conquistas sociales y políticas. Un espacio que ha ido ampliándose desde la representación de las orientaciones sexo-afectivas gay-lésbicas, pasando por la visibilización de las personas trans y en el que aún

² www.los40.com

³ www.europafm.com

hay espacio para “visibilizar todas las opciones de identidad sexual, de género y ya de paso, otras alternativas en dinámicas relacionales” (Villar, 2019, párr. 2).

Junto a los tradicionales ejemplos de este fenómeno que emergen del pop, el rock y los circuitos independientes y que nutren estos listados –por ejemplo, los omnipresentes *Smalltown Boy* (1984) de Bronski Beat, *Vogue* (1990) de Madonna o *Born This Way* (2011) de Lady Gaga–, hoy en día es más fácil encontrar ejemplos de videoclips de otros estilos musicales como el hip hop o el country, tradicionalmente reticentes a mostrar estas realidades. Aparentemente, el miedo a representar la diversidad sexual y de género se ha desvanecido dentro de la industria musical debido a que estas canciones y videoclips refuerzan la imagen de sus artistas como aliados del colectivo y fortalece los lazos con el *fandom* que lo integra (Dhaenens, 2015). Esta situación evidencia la evolución en el tratamiento de estos discursos y su paulatina aceptación por parte de la industria musical si tenemos en cuenta que a principios del siglo XXI la casi total ausencia de contenidos LGTBIQ+ en el videoclip musical tenía que ver con el miedo de los publicistas de la industria musical a incluir estos temas en los videoclips, por considerarse contenido amenazante para la imagen del artista (Vernallis, 2004). Sin embargo, esta paulatina voluntad de las discográficas por visibilizar las realidades LGTBIQ+ no tiene el mismo alcance para todas las siglas que lo integran. De hecho, a pesar de que el tema de la transexualidad ha sido tratado en muchas canciones españolas, son pocas las que han tenido un videoclip que pusiera en imágenes esta realidad, comparado con canciones que hablan de orientaciones sexo-afectivas disidentes, y aún hoy en día sigue siendo un tema espinoso para la industria a tenor de las declaraciones de cantantes exitosas como Rosa López, quien afirmaba en una entrevista en 2023 que su canción *1930* (2023) –la cual habla de la primera operación de reasignación de sexo, realizada en el año que da título al tema– no posee videoclip musical debido al miedo de los *sponsors* a “inmiscuirse en política” (Cadena Ser, 2023, 5:14).

2. Objetivos e hipótesis

El objetivo principal de esta investigación es analizar y describir las formas de representación de las personas trans en los videoclips musicales narrativos españoles de canciones que abordan explícitamente el tema de la transexualidad, en el periodo comprendido entre 1980 y 2023. A raíz de este objetivo principal, podemos añadir una serie de objetivos secundarios que atraviesan esta investigación, como trazar, si fuera posible, la evolución de las representaciones del colectivo trans en el videoclip musical español, explicar si existe correlación entre el contexto histórico, social y político del mismo y los modos de representación y discursos sobre la transexualidad en los videoclips españoles, así como valorar críticamente la imagen que estos videos ofrecen de este colectivo.

La reciente aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBIQ+ en España nos permite plantear, a modo de hipótesis, la posibilidad de una evolución en el tratamiento de los personajes transexuales en el videoclip musical español, abordando la identidad de género y la problemática de este colectivo mediante un discurso más acorde con las demandas políticas y sociales de este colectivo. Esta investigación parte también de otras hipótesis más particulares que detallamos a continuación:

- Las canciones españolas con temática trans ofrecen en sus videoclips correspondientes una imagen reconocible de la transexualidad según un código coherente con la percepción social e ideas acerca este colectivo en cada momento histórico.
- Los estereotipos sociales de cada época sobre las personas trans se intensifican en el videoclip. Esta fuerte tendencia al estereotipo se produce por una cuestión de economía

narrativa propia del videoclip musical: la ausencia de historias complejas y la carencia de diálogo de los personajes, en la mayoría de los casos, exige una identificación visual inmediata, por lo que es recurrente el empleo de dichos estereotipos.

- Los videoclips musicales de las canciones con temática trans ofrecen diferentes visiones de esta realidad. Generalmente, brindan una visión pesimista en los videoclips más antiguos de la muestra –hasta 2009, aproximadamente–, mediante historias y personajes vulnerables, marginados y en conflicto con la sociedad debido a su identidad y expresión de género. En los videoclips más recientes del periodo estudiado se evoluciona hacia historias y personajes que ofrecen una visión opuesta, afirmativa y optimista, con representaciones que están en sintonía con el discurso social, normalizador y reivindicativo de este grupo.

3. Marco teórico y conceptual

3.1. Aproximación a los conceptos “queer” y “transsexual”

Intentar definir el concepto “queer” y las aportaciones en este campo de estudio, excede los objetivos de esta investigación y nos ofrecería un panorama inevitablemente incompleto. La revisión de la literatura académica que aborda este concepto nos obliga a transitar por diferentes trabajos que van desde las teorías pioneras de Foucault (1978) sobre la sexualidad, pasando por las imprescindibles aportaciones de Judith Butler (1990) –cuya obra se considera como la fundadora de la Teoría Queer– o los tratados y compilaciones sobre este campo de estudio de David Córdoba, Javier Sáez y Paco Vidarte (2005).

En términos generales, la palabra “queer” se refiere a las formas en que los individuos alteran los sistemas binarios de género y sexualidad (por ejemplo, masculino/femenino, heterosexual/homosexual) (Holland, 2018). La Teoría Queer iniciada por Butler (1990) parte de la consideración de que la orientación sexual y la identidad sexual o de género de las personas son el resultado de una construcción social y que, por lo tanto, no existen papeles sexuales esenciales o biológicamente inscritos en la naturaleza humana, sino formas socialmente variables de desempeñar uno o varios papeles sexuales. La Teoría Queer rechaza la clasificación de los individuos en categorías universales como “homosexual”, “heterosexual”, “hombre” o “mujer”, sosteniendo que éstas esconden un número enorme de variaciones culturales, ninguna de las cuales sería más fundamental o natural que las otras.

Por lo tanto, más que una identidad estanca, lo queer hace referencia a una posición política y disidente que confronta las normas que emanan de la sociedad heteronormativa y que se expresa mediante la performatividad de género (Butler, 1990). La complejidad del término y del movimiento en el que se enmarca, nos permite incluir otras realidades que van más allá de la lucha de lesbianas, gays y transexuales, sino también la de las personas racializadas, el feminismo y los cuerpos no normativos. En esta investigación abordamos el término “queer” como un término paraguas que engloba las identidades y orientaciones sexo-afectivas del colectivo LGTBIQ+, del mismo modo que lo hacen otros autores, como Tim Stormer:

La palabra “queer” es un término controvertido: por lo tanto, es importante indicar cómo lo uso. Cuando hablo de *queerness*, me refiero a aquellos que se identifican como no normativos con respecto al género o la sexualidad. Por lo tanto, el término puede ser intercambiable por las palabras *gay*, *homosexual* o LGTBQIA+. Queer es un término amplio, lo que me permite ser inclusivo al escribir sobre personas que se identifican

como no conformes. Además, el término queer describe una posición cultural más que una orientación sexual únicamente, mejor que etiquetas como gay u homosexual. (Stormer, 2020, p. 4)

El movimiento queer se ha apropiado del término, antes despectivo, y ahora lo emplea como sello de identidad autoafirmativo, y autores como Paul B. Preciado (2002) definen como “multitudes queer” a esa multiplicidad de cuerpos que deslegitimizan la categoría sexo-política de mujer, hombre, gay, lesbiana, etc. y que incluyen a las personas transexuales como disidentes con las normas de género que emanan del sistema heteronormativo.

La transexualidad y su representación audiovisual en la música y el videoclip es el objeto de estudio de este trabajo. Al igual que sucede con el término “queer”, la transexualidad se ha abordado académicamente desde diferentes ámbitos de estudio que van desde la psicología hasta la antropología, pasando por los estudios culturales. Es precisamente este último campo de estudio el que nos sirve como marco teórico de referencia para el análisis de la muestra de videoclips en la que se apoya esta investigación.

Eugeni Rodríguez y Cristian Carrer (2020) delimitan el concepto de transexualidad a aquellas personas que no se sienten identificadas con el sexo biológico asignado al nacer y que se someten a tratamientos hormonales y quirúrgicos que modifican su corporalidad para que se corresponda con la identidad sentida. Esa misma discordancia entre el sexo biológico y la identidad de género de una persona se manifiesta en las personas denominadas “transgénero”, con el matiz de que el rechazo a su genitalidad no es tan radical como para someterse a estos procesos quirúrgicos de reasignación. Al igual que sucede con el término “queer”, la tendencia habitual para referirnos a ambas realidades pasa por el empleo aislado del prefijo “trans”, el cual “se convierte en una manera taquigráfica de indicar la inclusión de muchas experiencias e identidades diversas arraigadas en el acto de atravesar” (Carrer y Rodríguez, 2020, p. 164).

En el ámbito de la medicina y la psicología, estos conceptos cristalizan en el término “disforia de género”, en un intento de desmarcarse de los significados culturales y políticos que estos términos conllevan, tal y como se desprende de afirmaciones extraídas de estudios que emanan de este ámbito de conocimiento:

De entrada, el propio concepto de personas trans resulta ser oscuro, y el uso del prefijo “trans” en ausencia de la raíz de la palabra no obedece a la economía del lenguaje, sino a la voluntad de emborronar tal categoría para no aclarar si se está hablando de personas transgénero o personas transexuales. De hecho, la confusión sexo/género está presente no sólo en los usos mundanos que se hace de estos conceptos -medios de comunicación, redes sociales-, sino también en ámbitos supuestamente profesionales y rigurosos -políticos, sanitarios-. Con frecuencia, la confusión transexual/transgénero se complica aún más con la aparición de nuevas categorías -personas no binarias, personas fluidas-. (Errasti, 2024, p. 85)

En este trabajo, nos referiremos a la realidad y representación de las personas transexuales y transgénero indistintamente -y en ocasiones tan solo mediante el prefijo “trans”- como términos equivalentes que engloban una misma realidad, la de las personas cuya identidad y expresión de género no se corresponde con el sexo biológico asignado al nacer.

El marco teórico que nos permite analizar los modelos y políticas de representación audiovisual de la transexualidad es limitado pero reciente, adoptando los modelos de análisis más actuales, como el utilizado por el Observatorio de Diversidad en los Medios Audiovisuales (ODA España), que analiza la imagen que se proyecta de las personas

LGTBIQ+, racializadas, con discapacidad y con cuerpos no hegemónicos en la ficción audiovisual española. De los informes anuales emitidos por este observatorio, podemos afirmar que los últimos años han supuesto un salto cualitativo y cuantitativo en cuanto a la representación trans gracias a series como *Veneno* (Ambrossi, Calvo, Rueda y Rodrigo, 2020), *Todo lo otro* (Zamora, 2021) o *Vestidas de azul* (Rueda, Costafreda y De la Rosa, 2023). No obstante, el avance en la representación responsable del colectivo trans que reflejan estas series supone solamente un 1% de los personajes de la ficción española, lo cual resulta insuficiente según los informes emitidos desde ODA en los que se afirma que mostrar narrativas más diversas de personajes trans en los medios audiovisuales, contribuiría a la empatía que existe hacia estas identidades” (ODA, 2022, p. 50).

Por último, como apunte terminológico que nos permitirá abordar los resultados y conclusiones de esta investigación con propiedad, incidimos en la no equivalencia de los términos “travestí”, “transformista” o “drag queen/king” con el concepto de transexualidad, y que son definidos por Anto Rodríguez como un juego de intercambio de roles de género desde la performatividad artística que no se corresponde necesariamente con la realidad de las personas trans (Rodríguez, 2024), a pesar de que tradicionalmente se han empleado como sinónimos desde medios de comunicación y desde la cultura popular.

3.2. Definición de videoclip queer

Durante la última década podemos encontrar investigaciones destacables que abordan nuestro objeto de estudio de una manera amplia y en las que se analizan las políticas de representación de las orientaciones sexo-afectivas e identidades de género del colectivo LGTBIQ+. Se trata principalmente de trabajos que estudian la relación entre la estética *kitsch* y *camp* con el videoclip musical (Horn, 2010; Christian, 2010; Botescu, 2019) o estudios de casos concretos sobre los modelos de representación abordados en una muestra intencional y limitada (Bonfigli y Mer, 2012; Dhaenens, 2015; Stormer, 2020; Jorquera y Pérez, 2021; Rincón y Mula, 2023). Con cada nueva investigación en este campo se revisan y actualizan las metodologías de análisis del videoclip desde una perspectiva queer o de género, nutriendo y conformando el marco teórico en el que nos apoyaremos para esta investigación.

El principal problema que se evidencia tras la revisión de la literatura académica que aborda nuestro objeto de estudio es la dificultad de consensuar un término que lo identifique, así como una definición que delimite los videoclips que integran este subgénero temático. Frederik Dhaenens (2015) utiliza el término *Gay Music Video* para referirse a aquellos videoclips en los que son clave las identidades gay-lésbica y el deseo no normativo, bien como narrativa principal o como parte de una subtrama. Investigaciones más recientes que recogen y amplían el análisis de este tipo de videoclips (Jorquera y Pérez, 2021) utilizan el término *Videoclip Queer* como paraguas que abarca cualquier video musical que incluya mensajes subyacentes o explícitos sobre el colectivo LGTBIQ+ y/o la representación de las identidades que lo integran, pero también incluye aquellos videoclips que representan relaciones sexuales, afectivas e identidades no normativas de un modo explícito, aunque el mensaje general de la canción no redunde en esta temática.

El objetivo principal de estas investigaciones consiste en identificar y localizar este tipo de videoclips, analizarlos y valorar críticamente los mensajes que subyacen en esta práctica, así como su adecuación a las demandas sociales del colectivo LGTBIQ+ en cuanto a estas formas de representación. En este sentido, trabajos como el de Frederik Dhaenens (2015) analizan cómo los videoclips musicales negocian y confrontan la hegemonía heteronormativa mediante la inclusión de personajes e historias LGTBIQ+, con ejemplos que van desde la música *mainstream* hasta producciones más independientes, o investigaciones que persiguen

argumentar y justificar la idea de una evolución en los modelos de representación queer (Freeman, 2020; Holland, 2020; Stormer, 2020; Jorquera y Pérez, 2021). El análisis textual y audiovisual es la técnica común empleada en los trabajos que analizan estos videoclips, asumiendo las perspectivas metodológicas derivadas de la teoría queer, los estudios culturales, la teoría de la comunicación audiovisual, la semiología y, especialmente, la musicología queer.

La limitación de estas investigaciones radica en la dificultad de abarcar el espectro completo de videoclips con representación queer, limitándose a muestras representativas, intencionales y subjetivas (por decisión razonada). La selección la realizan poniendo el foco en videoclips que se han promocionado como himnos sobre la igualdad y que reafirman la imagen pro-LGTBIQ+ de los artistas, así como videoclips que abordan cuestiones relacionadas con el colectivo en el plano temático y simbólico de la canción. La muestra en estos trabajos suele ser suficientemente representativa y variada como para evidenciar una evolución en el tratamiento del discurso y de las representaciones del colectivo LGTBIQ+ en el videoclip musical, así como su expansión desde un primer contexto de producción y difusión marginal e independiente –en sus inicios– hasta los circuitos *mainstream* en la actualidad (Jorquera y Pérez, 2021). Esta evolución es la hipótesis de partida sobre la que se construyen todas las investigaciones, dejando abierta la posibilidad de ahondar en la historia de la representación queer en la música con trabajos más ambiciosos que abarquen una muestra mayor –ante la imposibilidad analizar todo el universo de producciones realizadas en las cuatro últimas décadas– o que ahonden en los modos de representación de orientaciones sexuales o identidades concretas, tal y como proponemos en nuestra investigación, centrándonos en los personajes trans que aparecen en los videoclips musicales españoles que poseen un carácter narrativo.

La selección de los videoclips que componen la muestra de estos trabajos se realiza en una fase heurística, mediante la identificación de la presencia de cuerpos queer⁴ y su puesta en escena (vestuario, caracterización...) y performance queer (dinámicas relacionales desarrolladas entre los personajes) (Jorquera y Pérez, 2021). Estas dos variables son las que determinan el corpus de análisis y permiten extraer conclusiones sobre cuestiones como la intencionalidad comunicativa de los mensajes LGTBIQ+ en los videoclips, sobre la evolución del estereotipo visual del colectivo e, incluso, esbozar una posible tipología de videoclip con temática queer.

En ese sentido, Frederik Dahlenens (2015) concluye que la diversidad en el videoclip musical se ha mostrado de diferentes formas, que van desde las representaciones perfiladas por la heteronormatividad hasta aproximaciones queer, que dismantelan y subvierten las estructuras heteronormativas.

Muchos vídeos musicales gay dentro de la industria musical convencional limitan la representación de la diversidad sexual a la inclusión de un personaje gay o lésbico cisgénero “seguro” y reafirman el pensamiento generalizado de que la cultura popular se ocupa predominantemente de complacer a la mayoría heterosexual (...) Los vídeos musicales gay son capaces de ir contra la corriente y cuestionar, provocar o subvertir lo que se considera normal y natural. (Dhaenens, 2015, p. 542)

Si partimos de la idea de que la expansión de los videoclips queer desde los márgenes de la industria musical hacia el *mainstream* es posible gracias a la manera en que estas

⁴ El “cuerpo queer” hace referencia a todos cuerpos que no son fácilmente clasificables según las categorías de los criterios hegemónicos asociados a los géneros binarios (Jorquera y Pérez, 2021).

representaciones negocian con la heteronormatividad, podemos establecer tres categorías (Dhaenens, 2015):

- a) Heteronormatividad omnipresente: suelen ser producidos por el mainstream y se dirigen tanto a audiencias mayoritariamente heterosexuales como a audiencias LGBTQ+ que adoptan normas heteronormativas u homonormativas. Estos videoclips transmiten la idea de que las personas LGBTQ+ desean las mismas normas y valores de la sociedad occidental de clase media, como la estabilidad relacional, la monogamia, la prosperidad y la longevidad. La representación de la performance queer en estos videoclips tiende a ser asexual, homonormativa y domesticada, presentando a personajes homosexuales como posibles víctimas que requieren apoyo heterosexual.
- b) Iguales en la rareza: se trata de videoclips que dan por sentada la diversidad y celebran la atracción, el deseo sexual y su consumación sin limitarse a los preceptos de la heteronormatividad. El cliché habitual consiste en presentar parejas similares pero diversas, con la intención de exponer la igualdad en cuanto a los sentimientos de éstas. Expresan formas de intimidad que van más allá de los límites privados e institucionalizados por las sociedades heteronormativas. Se trata de una categoría con mayor presencia en bandas nuevas o de circuitos independientes cuyo discurso crítico entraña menos riesgo potencial que en los artistas *mainstream* consolidados, sin levantar sospechas de que se trate de una estrategia para aproximarse a una audiencia LGBTQ+, al contrario de lo que sucede con artistas de una trayectoria dilatada. El hecho de que los cuerpos y performances queer representados abandonen el espacio doméstico y se visibilicen en público permite confrontar la norma y la variedad de parejas ayuda a transmitir la idea de que esta lucha por la igualdad debe librarse con una comunidad unida y diversa, que incluya a todas las orientaciones sexo-afectivas y a todas las identidades de género.
- c) Distintos tonos de queer: esta última categoría recoge diferentes estrategias de representación que no encajan en las categorías anteriores. Se trata de videoclips que abordan lo queer desde un plano simbólico, utilizando recursos postmodernistas como la intertextualidad, el collage, la exageración, la ironía o parodia. Se sirven de otros productos y códigos de la cultura popular como medio común para representar lo queer y criticar la heteronormatividad. Esto evita presentar a los artistas como guardianes de la moral que intentan adoctrinar a las audiencias sobre los derechos LGBTQ+. Es la categoría en la que se engloban aquellos videoclips en los que los artistas exponen su propia identidad sexual y de género o exponen sin tapujos la orientación de su deseo sexo-afectivo. Los artistas abiertamente LGBTQ+ que expresan y representan estas temáticas en el videoclip son considerados generalmente como más creíbles y tienen menor riesgo de ser reprochados por utilizar la diversidad como estrategia comercial.

4. Metodología

El objeto formal de estudio en esta investigación es el videoclip musical español que aborda historias con temática y/o personajes trans en la letra de la canción y/o en las imágenes de su banda visual. Nos referiremos, no obstante, al videoclip musical en su concepción clásica – videoclips creados por la industria musical como elemento de promoción para su catálogo de artistas– y, en concreto, a videoclips de carácter narrativo o mixto, según la tipología establecida por Ana María Sedeño (2002). En torno a este objeto de estudio realizamos un análisis de contenido a la vez que diacrónico sobre el estado de las representaciones de las

personas trans en el videoclip musical, así como un análisis de su discurso e intención comunicativa, prestando atención a los hitos de interrelación.

Nuestro objeto formal se estudiará desde el análisis audiovisual de sus códigos lingüísticos, tanto el estudio de la letra como de la imagen visual, en sus dimensiones narrativas, formales y estéticas. Un análisis, por tanto, sintáctico y morfológico del videoclip musical de temática LGBTQ+, pero también de su intención comunicativa, objeto formal subyacente que abordaremos mediante el análisis desde una perspectiva crítica del discurso con el que se representan o expresan las realidades de este colectivo. Mediante esta investigación y los métodos de análisis propuestos a continuación, intentaremos dar respuesta a la hipótesis planteada en este trabajo.

El método de análisis cuantitativo empleado en nuestro estudio es el análisis de contenido y se ha aplicado teniendo en cuenta los criterios de Wimmer y Dominick (1996) según los cuales, el método debe ser sistemático, objetivo y medible. Se trata de un método de análisis habitual en publicidad y marketing que a menudo se utiliza como observatorio para el análisis de la representación empleada en los medios cuando abordan ciertos problemas sociales o de la cobertura de diferentes temas de interés social (Igartua & Humanes, 2023). Este modelo de análisis permite describir los componentes de la información y analizar problemas de representación en los medios, evaluando estas representaciones y su evolución a lo largo del tiempo. También facilita la comparación entre el contenido de los medios y el mundo real, verificando la coherencia entre lo representado y la realidad. Es útil para estudiar la imagen de ciertos grupos en los medios, especialmente los estigmatizados y minoritarios, y analizar su evolución social o los cambios en las políticas mediáticas hacia estos grupos. Los resultados suelen ser el punto de partida para investigaciones sobre los efectos de los medios.

Esta investigación hereda las unidades y categorías de análisis empleadas en estudios recientes sobre la representación del colectivo LGBTQ+ en los medios (Alfeo, 2007; ODA, 2022) y sobre el análisis narrativo y estético del videoclip musical (Sedeño *et al.*, 2016). En ambos casos incluimos unidades de análisis que confieren a nuestra investigación un carácter cualitativo, especialmente en aquellas partes en las que se realiza el análisis de la representación del personaje LGBTQ+, su caracterización directa o indirecta o la intención comunicativa.

Para la obtención de la muestra de videoclips españoles que analizaremos, nos hemos servido de fuentes bibliográficas que abordan el tema de la música popular desde una perspectiva queer (López y De Castro, 2010; Arronte y Espínola, 2018; Subrat, 2019; López, 2020; García, 2022), fuentes videográficas como las plataformas de vídeo YouTube⁵, Vimeo⁶ y Dailymotion⁷ y fuentes web del periodismo general y específico, como la prensa musical o de temática LGBTQ+. Este último tipo de fuentes bibliográficas es tremendamente variado y abarca desde revistas de actualidad orientadas al colectivo como *Shangay* y *Zero*, así como revistas musicales tales como *40 Principales* y sus respectivas ediciones online y en formato blog. De ellas hemos extraído el listado de videoclips y canciones con representación de personas trans que nos servirán como muestra.

El periodo escogido abarca más de cuatro décadas, desde 1980 hasta 2023. La selección de la fecha de inicio se establece tras comprobar durante la fase heurística que se trata del año en el que el videoclip comienza a emerger como formato independiente y porque, debido a la situación política que continuaba reprimiendo la expresión del colectivo en España, apenas

⁵ <https://www.youtube.com/>

⁶ <https://vimeo.com/>

⁷ <https://www.dailymotion.com/es>

existe representación de historias y personajes LGTBIQ+ en la narrativa de las canciones y, por tanto, tampoco existe representación visual.

Sobre el listado de canciones y videoclips recopilados en las dos fases de muestreo anteriores, aplicaremos una serie de criterios para la obtención de la muestra definitiva y que son los siguientes:

- a) Videoclips musicales narrativos
- b) de grupos y solistas de nacionalidad española y con letras en español
- c) en cuya letra o videoclip se incluyan personajes o historias trans o sobre los cuales su autor haya expresado de forma manifiesta que con la letra y/o con el videoclip existe una voluntad de representar a este colectivo o aspectos particulares de éste.

Una vez aplicados los criterios de muestreo anteriores, el listado definitivo de videoclips que componen nuestra muestra queda limitado a: *El romance de Rosabella y Domingo* (1993) de Celtas Cortos, *Juliette* (1994) de Platero y Tú, *Como una flor* (1998) de Malú, *Manuel-Raquel* (2001) de Tam, Tam, Go!, *Imperfecta mujer* (2009) de Víctor Naranjo, *Silencio* (2023) de Celtas Cortos.

5. Resultados y discusión

Una vez codificados los datos de cada canción y de sus videoclips correspondientes, podemos extraer una serie de características comunes a todos ellos que nos permiten crear un mapa discursivo de los modos en que se ha representado la transexualidad en los videoclips españoles.

El dato más llamativo tiene que ver con el vínculo que estos grupos y solistas tienen con el colectivo LGTBIQ+. Ninguno de estos autores tiene una identidad transgénero, lo cual relega a las narrativas a un terreno en el que el mensaje emana de personas que no hablan de su propia experiencia como personas trans. Las primeras canciones de la muestra evidencian una falta de un conocimiento profundo de la realidad trans, la cual se plantea desde un punto de vista heteronormativo, tanto en la letra como en el videoclip, describiendo la transexualidad con una óptica según la cual los personajes trans de estas canciones son potenciales víctimas de la sociedad que necesitan el apoyo de las personas heterosexuales u homonormativas. No obstante, en el caso de *Imperfecta mujer* (2009) de Víctor Naranjo y *Silencio* (2023) de Celtas Cortos, se evidencia una tendencia en los últimos años a crear narrativas visuales que sí tienen en cuenta la experiencia propia de las personas trans. En el caso de Víctor Naranjo, el videoclip está interpretado por personas trans como la activista y política Carla Antonelli y Marcos del Río, y cuenta con el apoyo de entidades como la FELGTB (Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales) y ATA (Asociación de Transexuales de Andalucía), así como con la Revista Zero, medio oficial LGTBIQ+ que se publicó entre los años 1998 y 2009. El soporte que brindan estas entidades a la configuración visual de la canción aporta mayor credibilidad a la intención comunicativa del tema en general, poniendo en el centro del discurso la experiencia real de las personas trans.

El caso del videoclip de *Silencio* (2023) de Celtas Cortos es el paradigma de la evolución en el tratamiento visual que se ha hecho en el videoclip musical español en torno a la transexualidad. Si bien el grupo encabeza la muestra con el videoclip de *El romance de Rosabella y Domingo* (1993), que carece de perspectiva queer/trans, en el caso de *Silencio* (2023) apuestan por un discurso visual acorde con la experiencia personal de un hombre trans. Este último videoclip, sin embargo, se trata de una segunda versión para esta canción, la cual se lanzó con un videoclip que nada tiene que ver con el colectivo. Se aprecia, por tanto, una voluntad por parte del grupo de mostrar su apoyo a las personas trans, mostrando el proceso real de

transición de Allan, un chico alicantino. El videoclip cuenta con el apoyo de LAMBDA (Colectivo de gays, lesbianas, transexuales y bisexuales) y supone un enorme salto cualitativo en el tratamiento de esta realidad, si lo comparamos con el discurso desarrollado en *El romance de Rosabella y Domingo* (1993), un videoclip con un discurso transfobo, como desarrollaremos a continuación.

Si analizamos el relato planteado en la letra de estas canciones y su representación visual en el videoclip, encontramos que –salvo en el caso de *Silencio* (2023)– en todas ellas se desarrolla una letra basada en la descripción de la realidad trans desde un punto de vista heteronormativo. La cuestión transexual se aborda con el desconocimiento y la confusión propia que la mayoría de la población no LGTBIQ+ tiene acerca de la transexualidad, con versos como “encerrado en un cuerpo equivocado”, “Bajo ese vestido, Juliette era artificial” o “Había vivido arrogante aquel error inocente, llevar en cuerpo de hombre, una mujer en su mente”. A pesar de que el relato expresado en la letra tiene una intención comunicativa que busca el apoyo a este colectivo, la descripción y representación de la realidad trans se aborda desde un punto de vista pesimista según el cual quedan relegados a profesiones estereotipadas en las que tradicionalmente se ha encajado a estas personas –el mundo del espectáculo y la prostitución– y que puede evidenciarse en *Juliette* (1994) y *Manuel-Raquel* (2001). En el resto de los casos se representa la transexualidad bien como personas torturadas por la sociedad que necesitan el apoyo de las personas cisgénero y cuya única alternativa para ser felices y acabar con el sufrimiento pasa por terminar enamorándose entre ellos y ellas, como se plantea en la letra de *El romance de Rosabella y Domingo* (1993) o *Imperfecta mujer* (2009), o bien como personas cuya una opción para acabar con el sufrimiento pasa por el suicidio, como en el caso de *Manuel-Raquel* (2001). La única canción de la muestra que no habla expresamente de transexualidad es *Silencio* (2023), en la cual se despliega una narrativa que habla de una relación especial que va más allá de las palabras y que, desde el silencio, conecta a dos personas que se sienten perdidas y cuyo apoyo mutuo hace que se enfrenten a la soledad y la incompreensión.

En cuanto al relato expresado en los videoclips correspondientes y su relación con el que se expresa en la letra, se establece en la mayoría de los casos una relación de ilustración o amplificación, exceptuando el caso de *Silencio* en el que la relación letra-videoclip se basa en la disyunción. En el primer grupo, el empleo de la ilustración o amplificación visual de la letra denota una voluntad de crear una narración fuerte que refuerce el mensaje expresado en la letra. *El romance de Rosabella y Domingo* (1993), *Juliette* (1994) e *Imperfecta mujer* (2009) poseen videoclips que reproducen visual y literalmente el relato desplegado en la letra, mientras que en el caso de *Como una flor* (1998) y *Manuel-Raquel* (2001), se opta por retratar una realidad más positiva mediante la presencia de Drag Queens que pretenden amplificar el mensaje expresado en la canción hacia terrenos más amables –la fiesta, los clubs y los escenarios– que contrastan con el pesimismo expresado en la letra y que, por tanto, puede generar disonancia y confusión en el espectador que no esté familiarizado con la realidad trans, al identificar transexualidad con el transformismo.

Según los criterios establecidos por Jorquera y Pérez (2021) para la identificación visual de las personas trans en el videoclip, encontramos que en todos los casos se vehicula a través de la performance queer. A pesar de que el espectador puede identificar un cuerpo no normativo en estos personajes que los identifica como transgénero, en algún momento de la narración visual de todos estos videoclips o bien se incide en el proceso quirúrgico de reasignación de género o en el transformación mediante el travestismo en los casos en los que la transexualidad se identifica con el espectáculo. La performance visual que nos permite identificar a estos personajes como trans se desarrolla en espacios interiores y de noche –en el caso de los videos que utilizan a drag queens como protagonistas– y cuando esta performance se representa en espacios públicos y de día, se hace mientras los personajes están en soledad y lejos de la mirada

ajena, restringiendo la acción diferencial que les revela como “diferentes” al espacio privado en todos los casos analizados. Tan solo en el caso de *Imperfecta mujer* (2009) y *Silencio* (2023), en los cuales se representa el proceso quirúrgico de reasignación de género, percibimos la presencia de familiares cercanos como testigos de dicha performance queer, aunque siempre en un espacio privado, mostrando la necesidad e importancia del apoyo del núcleo familiar más cercano en el proceso de transición.

Por último, desde un punto de vista cualitativo, la intención comunicativa de estas canciones y videoclips pretende generar una empatía positiva hacia la realidad trans, mostrando el apoyo de estos cantantes hacia el colectivo e intentando transmitir la necesidad de aceptación y normalización de estas personas, especialmente por el entorno familiar más cercano. Sin embargo –y a excepción de *Silencio* (2023), una vez más– el sesgo heteronormativo que apuntábamos más arriba y el empleo de los estereotipos clásicos en torno a la transexualidad, como el transformismo, la vinculación al mundo de la noche y del espectáculo o la idea de que la única forma de ser felices pasa por relacionarse entre ellos y ellas, refuerzan las ideas tradicionales que se ha tenido en España de la transexualidad.

4. Conclusiones

A la luz de los resultados obtenidos en el análisis podemos afirmar que, efectivamente, se ha producido una evolución en el tratamiento temático de la letra y en la representación visual de los videoclips que abordan la transexualidad. A pesar de que ninguno de los grupos o solistas se identifican con el colectivo trans, se aprecia una voluntad de abordar esta realidad con mayor responsabilidad y respeto hacia el mismo, poniendo en el centro del mensaje su experiencia real. En el transcurso de tres décadas, el discurso –aunque emitido desde un punto de vista heteronormativo– ha evolucionado pasando del estereotipo clásico a modelos de representación que se alejan de la concepción tradicional y sesgada sobre las personas trans, con un enfoque dramático y pesimista, a configuraciones que ofrecen un mensaje más positivo y alentador y que colocan las demandas sociales y políticas de este colectivo en el centro de la intención comunicativa, alejándoles del estereotipo. Esta situación se evidencia precisamente en *Silencio* de Celtas Cortos, el último videoclip de la muestra que data de 2023. Este grupo abandera esta evolución en el tratamiento de la transexualidad en el videoclip, si tenemos en cuenta que se trata del primer grupo que abordó esta temática en 1993 con *El Romance de Rosabella Y Domingo* (1993) desde un punto de vista sesgado por la heteronorma y el estereotipo y que, sin embargo, ha sabido reconfigurar su discurso treinta años más tarde con un relato visual que aboga por la representación responsable con las personas trans, al realizar un videoclip en el que un hombre transgénero es el protagonista con su experiencia real. El video de *Silencio* es el paradigma de las representaciones responsables del colectivo en el videoclip musical, no solo por desplegar una narrativa basada en la realidad de estas personas sino también por sumarse a la tendencia audiovisual inaugurada con series como *Veneno* (Ambrossi, Calvo, Rueda y Rodrigo, 2020) o *Vestidas de azul* (Rueda, Costafreda y De la Rosa, 2023), que marcaron un antes y un después en la inclusión audiovisual y profesional del colectivo trans.

En los casos analizados, una vez más, el videoclip se erige como un vehículo excepcional para la expresión y representación de los discursos sociales y políticos recientes en torno a las personas trans. La aprobación en España de leyes que garantizan los derechos de este colectivo favorece y refuerza una idea de la transexualidad alejada de los estereotipos negativos del pasado, mostrando personajes que cuentan con el apoyo social y familiar, en espacios públicos y lejos de los ambientes festivos, nocturnos y excluyentes en los que se solía retratar esta realidad en el cine, la televisión y, como hemos podido comprobar con los primeros ejemplos de la muestra, también en el videoclip.

A pesar de que el objeto de estudio de este trabajo se ciñe exclusivamente a videoclips españoles y narrativos, podemos afirmar que la realidad trans también entra en el videoclip musical mediante otro tipo de representaciones y esquemas, es decir, en videos que no se centran exclusivamente en la descripción de lo que es ser transexual y que abogan por relatos más próximos a las categorías de iguales en la rareza o distintos tonos de queer definidas por Dahenens (2015). Canciones y videoclips que muestran la diversidad de género y sexo-afectiva sin ahondar en la descripción de estas realidades, con una profundidad limitada y evitando así caer en estereotipos sobre las personas trans.

La performance queer que nos permite identificar a los personajes en el videoclip como transexuales –más allá de que el espectador pueda identificarles como tal a través de sus cuerpos– parece ser una constante en los vídeos analizados, con tendencia a mostrar el proceso real de reasignación de género en los casos más recientes –algo que, por otra parte, no es necesario para muchas personas trans– y una clara confusión en los videoclips más antiguos, al identificar la transexualidad con el juego de roles de género en el que se basa la profesión del transformismo o el *drag*. En estos primeros videos, aunque la intención comunicativa consiste generar empatía y apoyo hacia la realidad trans, el sesgo heteronormativo y el uso de estereotipos tradicionales limitan la efectividad de este mensaje.

A pesar de tratarse de una muestra muy limitada, si ampliáramos el foco a canciones y videoclips de otras nacionalidades que abordan la misma temática, podríamos obtener un mapa general de la tendencia global en estos modelos de representación, en los que se incluirían apuestas interesantes como las propuestas por auténticos cantantes trans o no binarios, como es el caso de Kim Petras o Villano Antillano. Un análisis global con una muestra internacional de canciones y videoclips con esta temática nos permitiría analizar las mejoras en el tratamiento de estas representaciones, así como las persistentes limitaciones en la profundidad y autenticidad de estas narrativas, resaltando su contribución al avance del conocimiento y visibilización del colectivo trans y proponiendo recomendaciones específicas para la práctica, la política, o la investigación futura.

5. Referencias

- Alfeo, J. C. (2003). *La imagen del personaje homosexual masculino como protagonista en la cinematografía española* (Tesis de doctoral) Universidad Complutense de Madrid, <https://eprints.ucm.es/id/eprint/3708/>
- Arronte, L. y Espínola, F. (2018). *Petardance: Historia de la música LGTBIQ*. Allanamiento de Mirada. <https://bit.ly/4fgHeiA>
- Barrena, M. (2016, junio 25). 12 videoclips que reivindican la libertad sexual. *Vice*. <https://bit.ly/3S3k59G>
- Bonfigli, A. y Mer, K. B. (2012). Representación de la Construcción de Género en el Videoclip. *III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 1-9. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1734>
- Botescu, I. (2019). Queer in Queen: Camp Aesthetics and Queer Performativity in Queen's Music Videos. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 13 (62), 87-100. <https://doi.org/10.31926/but.pcs.2019.61.12.7>
- Butler, J. (1990). *El género en disputa*. Paidós. <https://bit.ly/3WcZHnO>

- Cadena SER. (2023, 3 de marzo). *Rosa López presenta '1939' en la SER*. [Video]. YouTube. https://youtu.be/8NffRK3_asg?si=cC1k07-huxDxJ_Y8
- Carrer, C. y Rodríguez, E. (2020). *LGTBI Claus bàsiques*. Sembra Llibres. <https://sebrallibres.com/llibres/lgtbi-claus-basiques/>
- Christian, A. J. (2010). Camp 2.0: A Queer Performance of the Personal. *Communication, Culture & Critique*, 3, 352-376. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01075.x>
- Cordoba, D., Sáez, J., y Vidarte, P. (2005). *Teoría queer*. Egales. <https://bit.ly/4d6aZ4x>
- Dahenens, F. (2015). Reading Gay Music Videos: An Inquiry into the Representation of Sexual Diversity in Contemporary Popular Music Videos. *Popular Music and Society*, 39(5), 532-546. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1068530>
- Errasti, J. (2024). Aspectos psicológicos de la disforia de género y la transexualidad/transgenerismo. *Revista Española Endocrinología Pediátrica*, 15(2), 77-84. <https://doi.org/10.3266/RevEspEndocrinolPediatr.pre2024.Apr.902>
- Freeman, C. (2020). Filming female desire: Queering the gaze of pop music videos. *Cultural Studies*, 34(6), 1007-1032. <https://doi.org/10.1080/09502386.2019.1704039>
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality*. New York, NY: Pantheon Books. <https://bit.ly/3y828zN>
- Holland, S. (2020). *Examining Diversity in YouTube Music Videos with Queer Women Couples from 2006-2019*. (Tesis de Maestría) Universidad de Siracusa, <https://surface.syr.edu/thesis/398>
- Horn, K. (2010). Camping with the Stars: Queer Performativity, Pop Intertextuality, and Camp in the Pop Art of Lady Gaga. *Current Objectives of Postgraduate American Studies*, 11. <https://doi.org/10.5283/copas.131>
- Igartua, J. J. y Humanes, M. (2023). *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*. <https://bit.ly/46fMMWY>
- Jorquera, N. y Pérez, J. P. (2021). Videoclips queer: Diversidad y discurso de género en los clips de la última década. *Razón y Palabra*, 25(110), 383-401. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1734>
- López, A. y De Castro, J. (2010). *Historias, excesos y tribulaciones de la mal llamada Música Gay*. Editorial Milenio. <https://bit.ly/3Ydtlfe>
- Lopez, F. (2020). *Historia queer del flamenco*. Egales <https://www.casadellibro.com/libro-historia-queer-del-flamenco/9788417319977/11536522>
- ODA | Observatorio de Diversidad en los Medios Audiovisuales. (2022). *Informe ODA 2022: Análisis sobre la representación de la diversidad en la ficción española del 2021 en cine y televisión*. <http://oda.org.es/>
- Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual*. Opera Prima. <https://bit.ly/3zPPnKX>

- Rincón, A. R. y Mula, C. G. (2023). La presencia del género no binario en la promoción musical, de David Bowie a Lil Nas X. *Signos do Consumo*, 15(1), 1-16. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v15i1e209254>
- Rodríguez, A. (2024). *¡Eres tan travesti! Egales*. <https://bit.ly/3y7JDeQ>
- Sedeño, A. (2002). *Lenguaje del videoclip*. UMA Editorial. <https://bit.ly/3Y2ww9u>
- Sedeño, A. M., Rodríguez, J. y Acuña, S. R. (2016). El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 332-348. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1098>
- Stormer, T. (2020). *“My Boy Like a Queen”: Musical and Visual Queer Performance in Music Videos of Sam Smith and Troye Sivan* (Tesis de Maestría). Universidad de Utrecht, <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/37815>
- Subrat, P. (2019). *Invertidos y rompepatrias | Marxismo, anarquismo y desobediencia sexual y de género en el estado español (1868-1982)*. Imperdible Editorial. <https://traficantes.net/libros/invertidos-y-rompepatrias>
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press. <https://www.jstor.org/stable/10.7312/vern11798>
- Villar, A. (2019, julio 6). *14 videoclips imprescindibles para celebrar la diversidad sexual y el orgullo LGTBI+*. ElHuffPost. <https://bit.ly/3Wnv2p9>
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. J. M. Bosch Editor. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=115188>

REFERENCIAS FILMOGRÁFICAS

- Ambrossi, J., Calvo, J., Rodrigo, A. y Rueda, M. (Director). (2020) *Veneno* [Serie de televisión]. Atresmedia Televisión; Suma Content.
- Zamora, A. (Directora). (2021) *Todo lo otro* [Serie de televisión]. HBO; Producciones Mandarina.
- Costafreda, C., De la Rosa, I. y Rueda, M. (Director). (2023) *Vestidas de azul* [Serie de televisión]. Suma Content; Suma Latina.

REFERENCIAS VIDEOGRÁFICAS

- Celtas Cortos. (1993). *El Romance de Rosabella y Domingo* [Canción]. En *Tranquilo majete*. DRO. <https://www.youtube.com/watch?v=tmU2uRjcCv4>
- Platero y tú. (1994). *Juliette* [Canción]. En *Hay poco Rock & Roll*. DRO. https://www.youtube.com/watch?v=hu9ZWAqNZ_0
- Malú. (1998). *Como una flor* [Canción]. En *Como una flor (Versión Dance)*. Pep's Records. <https://www.youtube.com/watch?v=10ovsvpf6UU>

Tam, Tam, Go!. (2001). *Manuel-Raquel* [Canción]. En *Miscelánea*. Virgin Records.
<https://www.youtube.com/watch?v=nmiKkb2ojv8>

Naranjo, V. (2009). *Imperfecta mujer* [Canción]. En *1 humano+*. SAS Producciones.
<https://www.youtube.com/watch?v=5Eu5ULb6e8U>

Celtas Cortos. (2023). *Silencio* [Canción]. En *Energía positiva*. DRO.
<https://www.youtube.com/watch?v=Ksj5IKIUAKw>

AUTORES:

Fernando Fernández Torres

Universidad Miguel Hernández de Elche, España.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Alicante, Doctorando en el Programa Economía, Empresa y Sociedad de la Universidad de Alicante y miembro del Grupo de Investigación Massiva de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Trabaja como ilustrador y diseñador gráfico freelance desde hace más de 15 años y ha publicado varias novelas gráficas de temática LGTBIQ+ como *Anselmo. En ocasiones veo divas* (Edicions de Ponent, 2013) y el cómic musical transmedia *Anselmo. Traigo un cantar* (Fernández Torres Ed., 2023).

f.fernandez@umh.es

Vicente García-Escrivá

Universidad de Alicante, España.

Vicente García-Escrivá es licenciado en Ciencias de la Información (sección Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva) y doctor por la Universidad Complutense de Madrid en el programa Teoría e Historia de la Comunicación Audiovisual y Publicitaria. Imparte materias del ámbito audiovisual tanto en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas como en el máster oficial en Comunicación e Industrias Creativas. Es miembro del grupo de investigación ICOMAV (Investigación en Comunicación Audiovisual). Durante varios años trabajó en la enseñanza práctica de los medios audiovisuales dentro de la familia de formación profesional de Comunicación, Imagen y Sonido. Ha sido Subdirector del Departamento de Comunicación y Psicología Social (2017-2022) y desde 2022 es Vicedecano de Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante.

v.escriva@ua.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3460-7460>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57195569377>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=2i0UKoEAAAAJ&hl=es>

Mar Iglesias-García

Universidad de Alicante, España.

Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, Especialista Universitaria en Aplicaciones Educativas de las Tecnologías de la Información y Doctora por la Universidad de Alicante. Trabajó 10 años en la Radio Autonómica Valenciana (Ràdio Nou), fue directora del primer ciberperiódico de Alicante (AlacantExpress, 1998), Vicerrectora adjunta de Promoción Cultural y Lingüística de la Universitat d'Alacant (2016-2020), Directora de RàdioUA (2017-2019) y, entre enero de 2021 y de abril 2023, ha sido presidenta de la

Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació CVMC (À Punt Mèdia) y presidenta de la FORTA (Federación de Organismos de Radiotelevisión Autonómicos). Dirige el ciberdiario ComunicandoUA del Grado de Publicidad de la Universitat d'Alacant (desde 2010 a la actualidad).

mar.iglesias@gcloud.ua.es

Índice H: 16

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7926-5746>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55579640500>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=pt3VYbH6x3EC>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Mar-Iglesias-Garcia>

Academia.edu: <https://alicante.academia.edu/MarIglesiasGarcia>