

Ensayo: Diversidad de género en contenidos digitales: Potencial y desafíos

Modalidad trabajo de grado: Diplomado de *Marketing* de contenidos y *Community manager*: Integrando la Inteligencia Artificial

Amy Isandro Corzo Meneses

c.c. 1.094.283.212

Directora de trabajo de grado:

Dimelza Villamizar

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa Comunicación Social

II semestre de 2024

Pamplona

Resumen

Este ensayo explora una interrelación entre la diversidad de género y los entornos digitales, resalta su potencial transformador en la creación de espacios y contenidos digitales con el objetivo de proyectar una voz para la promoción de la inclusión y la visibilidad, así como también se destacan las oportunidades para hablar acerca de la comunidad LGBTQ+ y se exponen los desafíos a los que se enfrentan a causa de los sesgos algorítmicos. De manera objetiva o científica se analiza el papel de plataformas digitales como Instagram y TikTok en su rol como herramientas amplificadoras de voces diversas, el impacto del *marketing* de contenidos inclusivos para desafiar narrativas tradicionales y las implicaciones éticas de la Inteligencia Artificial (IA) en la personalización y difusión de contenido. También se mencionan los desafíos significativos que se viven en la realidad y se ven reflejados en el mundo digital, como la resistencia cultural y la falta de políticas inclusivas que se presentan como barreras que hacen difícil alcanzar la equidad dentro de la tecnología de información y comunicación. Los descubrimientos sugieren que para superar estas barreras se requieren esfuerzos colaborativos entre plataformas, gobiernos y marcas para fomentar una representación auténtica, efectiva y accesible, y así, será posible construir un espacio digital que no solo visibilice, sino que también respete y celebre la diversidad humana.

Abstract

This essay explores an interrelationship between gender diversity and digital environments, highlights its transformative potential in the creation of digital spaces and content with the aim of projecting a voice for the promotion of inclusion and visibility, as well as highlights the opportunities to talk about the LGBTQ+ community and exposes the challenges they face due to

algorithmic biases. In an objective or scientific way, the role of digital platforms such as Instagram and TikTok is analyzed in their role as tools that amplify diverse voices, the impact of inclusive content *marketing* to challenge traditional narratives and the ethical implications of Artificial Intelligence (AI) in the personalization and dissemination of content. Significant challenges that are experienced in reality and are reflected in the digital world are also mentioned, such as cultural resistance and the lack of inclusive policies that are presented as barriers that make it difficult to achieve equity within information and communication technology. The findings suggest that overcoming these barriers will require collaborative efforts between platforms, governments and brands to foster authentic, effective and accessible representation, and thus, it will be possible to build a digital space that not only makes visible, but also respects and celebrates human diversity.

Palabras clave: Diversidad de género, contenidos digitales, *Marketing* de contenidos, Inteligencia Artificial, inclusión digital, desafíos digitales.

Keywords: Gender diversity, digital content, content *marketing*, artificial intelligence, digital inclusion, digital challenges.

Introducción

Este ensayo busca explorar las dinámicas de la diversidad de género en los entornos digitales, no solo para evidenciar los desafíos actuales, sino para proponer soluciones estratégicas que fomenten un ecosistema digital más justo y representativo.

Los entornos digitales tienen un significado de cambio dentro de la sociedad y por lo tanto generan un impacto dentro de la cultura que abre oportunidades y desafíos para transitar dentro de los diversos contextos de la sociedad, pero más específicamente para abrir los ojos frente a realidades como la diversidad de género y transformar las dinámicas sociales y culturales, visibilizando identidades históricamente marginadas como la LGBTQ+.

En este sentido la diversidad de género experimenta un lugar dentro de un entorno donde las plataformas tecnológicas dominan la interacción global, sin embargo, la inclusión digital y la representación equitativa de las identidades LGBTQ+ en espacios como TikTok, Youtube e Instagram no solo promueven la visibilidad de estas comunidades, sino que también generan diálogos culturales necesarios para avanzar hacia una sociedad más inclusiva.

El auge de las disciplinas como los *community managers*, introducen un papel importante dentro de las plataformas y sus usuarios, ya que reciben un rol de mediadores que refleja la importancia de estrategias conscientes y políticas inclusivas en el mundo digital, por esto, la creación de contenido en temas de equidad y diversidad de género no pueden ser opcionales, sino fundamentales para la gestión efectiva de comunidades digitales en entornos transmedia, y estas figuras digitales tienen un rol transformador, ya que no sólo son modernas, sino que también facilitan el empoderamiento de voces diversas en plataformas tecnológicas.

En el ámbito de la inteligencia artificial, autores como Ghosh (2020) han señalado cómo las preferencias algorítmicas pueden actuar como barreras para la representación auténtica de comunidades LGBTQ+, esto ocurre porque los modelos de IA en la actualidad se encuentran

entrenados con datos históricos, esta información suele replicar prejuicios culturales existentes.

Es necesario entonces repensar estas herramientas tecnológicas desde una perspectiva que priorice la inclusión y la equidad en los entornos digitales.

Por otro lado, las marcas tienen la capacidad de transformar narrativas culturales mediante campañas que celebren la diversidad, esto se refleja en ejemplos como la colaboración de Nike con personas transgénero y no binarias en sus estrategias publicitarias, estas campañas no solo visibilizan, sino que normalizan las identidades diversas, estableciendo un precedente para el *marketing* inclusivo.

En el caso de creadores de contenido, figuras como [@Chella Man] y [@NikkieTutorials] han utilizado sus plataformas para desafiar narrativas tradicionales sobre género, transformándose en referentes globales, donde con sus historias personales han logrado desmitificar las identidades trans y no binarias, permitiendo que el público en general las entienda desde una perspectiva más humana y empática.

Las plataformas, sin embargo, no están exentas de problemas, ya que la libertad de expresión y la regulación de contenido han generado críticas hacia políticas que, aunque buscan ser inclusivas, a menudo marginan a creadores LGBTQ+ al clasificar sus contenidos como sensibles o inapropiados, esto no solo limita su alcance, sino que perpetúa el silenciamiento de estas voces.

De esta manera el impacto por abordar esta problemática nace en la construcción de un entorno digital que celebre la diversidad y garantice la inclusión, como afirman Martínez y Carreño (2021), el futuro de la gestión comunitaria está vinculado con la capacidad de los *community managers* y las plataformas de adoptar tecnologías emergentes de manera ética y equitativa.

Diversidad de género y el entorno digital

La diversidad de género es entendida como el reconocimiento y la valoración de las múltiples formas de vivir y expresar el género, trasciende las categorías tradicionales de lo masculino y lo femenino (Maza, 2021), el género no es una realidad fija, sino una construcción social que se desarrolla y negocia a lo largo de la vida, sin embargo, en el entorno digital, esta diversidad encuentra tanto un espacio de visibilidad y resistencia como un campo de tensiones, donde las dinámicas de inclusión y exclusión se manifiestan de manera exacerbada, donde plataformas como las redes sociales y los medios audiovisuales han permitido que las personas trans y no binarias compartan sus historias y construyan comunidades, pero también han expuesto las brechas de acceso y los discursos de odio que persisten en el ámbito virtual.

El entorno digital se ha convertido en un espacio donde las narrativas sobre género se construyen y circulan con gran alcance, tal como se menciona en el video de la Universidad Autónoma de Barcelona (2020), las plataformas digitales ofrecen herramientas para visibilizar la diversidad de género facilitando la representación de identidades tradicionalmente marginadas, sin embargo, esta visibilidad no está exenta de riesgos, la hiperexposición puede llevar a la estigmatización o la violencia, especialmente cuando las plataformas no implementan políticas eficaces para combatir el acoso y la discriminación, por tanto, el entorno digital actúa como un espejo de las tensiones sociales, reflejando tanto los avances como los desafíos en la aceptación de la diversidad de género.

La representación dentro de la comunidad LGBTQ+ es fundamental para romper con las normativas que los juzgan de la forma más severa, por esto los entornos digitales son fundamentales no solo para promover la sensibilización, sino también para brindar educación a las audiencias sobre la multiplicidad de experiencias de género, donde muestran un sin fin de realidades que empiezan a coexistir en los diferentes espacios digitales en donde se narren sus

propias historias desafiando las construcciones rígidas impuestas por el binarismo de género, sin embargo, estas oportunidades también están condicionadas por el acceso a las tecnologías y las habilidades necesarias para utilizarlas, llegando a ser una problemática de exclusión para muchas comunidades vulnerables (Morales-Rubín, Gualotuña, Cabrera-Martínez, & Ureña-López, 2022)

A pesar de las limitaciones, el entorno digital tiene el potencial de ser una herramienta transformadora en la lucha por los derechos de las personas diversas en género, la difusión de discursos transgresores y la creación de redes de apoyo virtuales han fortalecido movimientos sociales y han impulsado cambios legales y culturales en muchas partes del mundo, sin embargo, este potencial solo puede materializarse si los entornos digitales se usan como un medio de educación social y si se desarrollan estrategias para garantizar la seguridad y la equidad en los espacios digitales, esto incluye tanto el diseño de plataformas más inclusivas como la implementación de políticas públicas que aborden las desigualdades digitales en las diferentes partes del mundo.

Las plataformas tecnológicas tienen un enorme potencial para convertirse en espacios de educación e inclusión para la comunidad LGBTQ+, específicamente cuando se utilizan de forma correcta y que promuevan la visibilidad y el empoderamiento, las tecnologías también pueden cuestionar las normativas de género y de esta manera ofrecer espacios para dar voz a las nuevas expresiones identitarias, una perspectiva que refuerza el papel de las redes sociales y la diversidad audiovisual como catalizadoras de la aceptación y la diversidad que favorecen la inclusión digital (Micaletto-Belda & Martín-Ramallal, 2023).

Plataformas como Instagram y TikTok han demostrado ser pioneras en este sentido, gracias a creadores LGBTQ+ con canales como los de [@Chella Man] y [@NikkieTutorials], personas que pertenecen a movimientos diversos y que han sabido hacer presencia en estas para normalizar las identidades trans y no binarias, así como [@Zizi Papacharissi] en *Affective*

Publics, analiza cómo las emociones colectivas en plataformas digitales construyen narrativas inclusivas y comunidades, permitiendo al colectivo LGBTQ+ compartir sus historias y desafiar prejuicios culturales.

No obstante, el potencial inclusivo de la tecnología no está exento de desafíos, las preferencias algorítmicas pueden llegar a marginar estas voces, reduciendo su alcance y visibilidad, por esto es crucial que las plataformas implementen auditorías algorítmicas para garantizar una representación equitativa, para que de esta manera *influencers* trans puedan utilizar sus campañas de contenido inclusivo para abarcar más comunidad y generar impactos significativos, no solo para validar sus experiencias, sino que también para abrir caminos hacia la sostenibilidad financiera en entornos digitales (Haraway, 2022).

La relación entre diversidad de género y el entorno digital es compleja y multifacética, mientras que el ámbito digital ofrece oportunidades sin precedentes para la visibilidad y la representación, también plantea desafíos significativos relacionados con la discriminación y la exclusión, y donde es cada vez más evidente que la lucha por una sociedad más inclusiva debe extenderse al entorno digital, asegurando que este espacio sea verdaderamente accesible, respetuoso y seguro para todas las identidades de género, solo así se podrá aprovechar plenamente el potencial transformador de la tecnología en la construcción de una cultura de diversidad y equidad.

Marketing de contenidos y narrativas inclusivas.

Teniendo presente que la creación del contenido en el *marketing* digital es una herramienta clave para moldear la percepción social, que también se puede reproducir o desafiar estructuras de poder desiguales, el género es una construcción performativa influida por los discursos de prácticas culturales al igual que pasa con las redes sociales, desde este punto de

vista, el *marketing* no es solo una herramienta para vender productos, sino un espacio donde el lenguaje tiene poder y donde se pueden crear estereotipos o abrir caminos hacia narrativas más inclusivas (Micaletto-Belda & Martín-Ramallal, 2023), pero, cuando las marcas incluyen mensajes que reflejan la diversidad de género en sus campañas, las marcas están cuestionando y rompiendo con las normas culturales tradicionales que suelen ser excluyentes o limitadas (Castelló-Martínez & Plaza-Chica, 2022)

Cuando se desafían estas normas, las marcas permiten que más personas sean visibles y representadas de una manera auténtica, respetuosa y digna, sin olvidar caer en el *tokenismo* creando una falsa ilusión de visibilidad e inclusión únicamente para aparentar diversidad de colectivos minoritarios a los normativos sin hacer cambios reales o hacer impacto alguno (RTVE, 2024), entonces, cuando se logra romper este pensamiento condicionado por lo normado no solo beneficia a los individuos al validar sus identidades y experiencias, sino que también ayuda a cambiar las percepciones sociales, promoviendo una cultura más inclusiva y equitativa, es aquí donde se logra un espacio digital como diversidad que en el *marketing* tiene un impacto que trasciende lo comercial, ya que contribuye a transformar las estructuras culturales y sociales que históricamente han excluido a ciertos grupos.

La comunicación asertiva, como estrategia en el *marketing* para dar a conocer temas LGBTQ+ es fundamental para crear estos mensajes inclusivos, una comunicación clara, empática y respetuosa permite desafiar narrativas opresivas y construir discursos que reflejen la pluralidad de identidades, el lenguaje no solo describe la realidad sino que la constituye, lo que implica que cada palabra, imagen o historia en las campañas de contenido tiene el potencial de moldear las normas sociales persuadiendo la realidad universal de los grupos mayoritarios, a través de un uso consciente del lenguaje, las marcas o los creadores de contenidos pueden fomentar una representación diversa que invite al diálogo, rompiendo con dinámicas que perpetúan prejuicios,

exclusiones o desinformación (Taddeo, Frutos-Torres, & Cruz-Alvarado, 2022).

Sin embargo, el compromiso con la inclusión debe ser auténtico y no solo una estrategia comercial superficial, donde las marcas que asumen esta responsabilidad ética deben educarse sobre los contextos y las necesidades de las comunidades que buscan representar, esto incluye colaborar con voces diversas y estar dispuestas a rectificar errores, reconociendo que la inclusión no es una táctica de *marketing*, sino una práctica constante de aprendizaje y transformación, este enfoque permite que las marcas desafíen las normas dominantes y construyan narrativas que eduquen a la población.

En última instancia, el *marketing* de contenidos y la comunicación asertiva tienen el potencial de transformar el panorama social al construir narrativas inclusivas que reconozcan la complejidad de las identidades humanas, estas prácticas, fundamentadas en la crítica al lenguaje como herramienta de poder, no solo benefician a las marcas al generar vínculos genuinos con sus audiencias, sino que también contribuyen al cambio social al determinar lo que es visible, representado y respetado en la esfera pública, estas estrategias pueden llevar al camino hacia una sociedad más equitativa y justa, ya que tienen el potencial de ser espacios inclusivos y brindar oportunidades para visibilizar las comunidades diversas.

Barreras en las plataformas digitales.

El mundo digital representa un sinfín de posibilidades para visibilizar y empoderar a las comunidades históricamente sacadas de la realidad como la LGBTQ+, en espacios tan amplios hay oportunidades que se vuelven herramientas que amplifican las oportunidades de expresión personal y fomentan la creación de redes de apoyo, convirtiéndose en aliados estratégicos generando narrativas propias que desafían los estereotipos impuestos por los medios tradicionales (Gómez, 2021), además, han sido decisivos para el activismo, permitiendo a movimientos que a

través de diferentes formas dentro del entorno digital han logrado pronunciarse por la igualdad de derechos y denunciar la discriminación.

A pesar de su potencial inclusivo, estas tecnologías enfrentan barreras desafiantes como los factores de sesgos algorítmicos y las brechas de clases frente al acceso a internet que es un bache que limita la capacidad para ser verdaderamente equitativas. En América Latina, donde solo el 63% de la población tiene acceso regular a la red (CEPAL, 2021), las limitaciones de acceso al mundo digital se prolongan en la actualidad, donde estas desigualdades dificultan que las comunidades LGBTQ+ participen plenamente en estos espacios, ampliando las diferencias entre los sectores más privilegiados y los más vulnerables dentro de la comunidad, sin dejar de lado los acosos que se desencadenan por mostrar realidades que son excluidas y quieren silenciar en el cotidiano desde la desinformación.

Las plataformas digitales tienen un potencial real y constructivo para convertirse en una base de espacios inclusivos, pero continúan enfrentando barreras significativas que limitan cumplir estas garantías, así como el miedo de los usuarios de la comunidad a la exposición volviendo estas oportunidades en objetivos de ser blancos de ataques peligrosos en la realidad, así que, superar estas dificultades requiere una combinación de educación digital, diseño inclusivo y políticas públicas que garanticen el acceso equitativo, sólo así, estas herramientas podrán consolidarse como motores de cambio social para comunidades diversas y no necesariamente como herramientas de revictimización digital.

¿La inclusión digital permite a la comunidad LGBTQ+ expresarse y construir redes en plataformas tecnológicas?, para responder a esto, se debe observar cómo han sido posibles la visibilidad frente a desafíos estructurales de las plataformas digitales, empezando con estrategias como la innovación en las narrativas LGBTQ+, presentando avances publicitarios y resistencia social ya que la tecnología ofrece un espacio donde la comunidad sigue en una lucha por

ocuparlo, al realizar su trabajo al desafiar representaciones tradicionales y promover la visibilidad, por ejemplo, las campañas publicitarias inclusivas, como las realizadas por diferentes marcas con figuras trans, son ejemplo del impacto cultural positivo (Castelló-Martínez & Plaza-Chica, 2022), sin embargo, este progreso no está libre de desafíos en la realidad debido a la resistencia cultural, evidenciada en boicots y críticas, resalta cómo la aceptación de narrativas diversas sigue siendo un tema generacional y culturalmente desigual.

De esta manera, el activismo digital ha sido clave para ver cómo la movilización en línea y sus límites han servido como herramientas de empoderamiento político para comunidades LGBTQ+, contribuyendo a la lucha por derechos fundamentales como el matrimonio igualitario, además, las redes sociales activistas y la responsabilidad que han decidido aceptar ha visibilizado las realidades que se pretenden ocultar frente al género y la sexualidad, transformando narrativas tabúes e historias vulnerables de cada individuo que ha asumido su rol en los medios en movimientos colectivos. Aun así, esta movilización digital enfrenta límites y Salazar (2020) argumenta que la visibilidad no se traduce siempre en inclusión tangible, ya que muchas campañas enfrentan barreras legislativas y sociales que ralentizan la adopción de cambios significativos, es decir, de tres pasos claves la realidad puede hacer retroceder dos por los sesgos sociales existentes en esta promoción de invalidación a los grupos minoritarios.

¿Los sesgos y la falta de políticas algorítmicas inclusivas limitan la equidad en los espacios digitales?, respecto a esto, los algoritmos y la exclusión pueden llegar a ser una barrera digital estructural debido a que la programación algorítmica vincula inequidades al priorizar narrativas normativas, creando un efecto de *shadow banning*, lo que significa según Martínez (2024) una práctica en la que las plataformas digitales limitan la visibilidad del contenido de un usuario sin notificárselo, por eso menciona que ocurre "en la sombra", restringiendo la participación sin alertar al afectado, afectando su alcance y reduciendo su interacción con la

audiencia, de aquí, que esta estrategia cuestiona la transparencia de las plataformas y su compromiso con la libertad de expresión, al tiempo que subraya la falta de regulación ética en el diseño algorítmico.

Esta práctica genera interrogantes sobre el poder de las empresas tecnológicas para moderar el discurso público, especialmente cuando afecta a grupos marginados o narrativas que desafían el *statu quo*, por ejemplo, las comunidades LGBTQ+ y los activistas sociales son particularmente vulnerables, ya que estas limitaciones invisibles continúan los discursos sociales de exclusión en espacios digitales con dinámicas de exclusión digital, en este contexto, el *marketing* de contenidos inclusivo y la comunicación asertiva se convierten en herramientas fundamentales para combatir estas desigualdades estructurales.

Este fenómeno afecta en gran medida a creadores LGBTQ+, y se demuestra cómo los datos son utilizados para entrenar algoritmos en plataformas como Instagram reflejan contextos culturales excluyentes, este sesgo se traduce en censura y prácticas como la anteriormente mencionada, donde el contenido queer enfrenta mayor riesgo de eliminación o menor alcance, por esto es necesario y se insiste en la necesidad de diversificar los equipos de desarrollo tecnológico y en la supervisión constante de estas herramientas (Fumega, 2021), para lograrlo, las redes digitales deberían actuar como espacios de refugio y construcción de identidad, ya que, en contextos hostiles, las plataformas han ofrecido un refugio donde las personas pueden construir su identidad sin la influencia de prejuicios sociales; en el caso específico de la diversidad de género en el que se envuelve la comunidad LGBTQ+.

En cuanto a las políticas inclusivas, el rol de gobiernos y plataformas hay un fortalecimiento de la inclusión digital, pero se requiere de un compromiso activo de plataformas tecnológicas y gobiernos, así, iniciativas como Conecta Diversidad en Argentina (Plan nacional de igualdad en la diversidad, 2021-2023) han demostrado que las políticas públicas pueden ser

catalizadoras de equidad digital resalta cómo la colaboración entre sector público y privado puede garantizar el acceso pleno de las comunidades LGBTQ+ a las ventajas tecnológicas, asegurando que estas no sean excluidas por barreras estructurales, además, la sociedad también debe ser partícipe para lograr cerrar esta brecha, donde a través de iniciativas y campañas pueden transformar y promover la importancia de la diversidad en la sociedad (Berra, 2024).

De esta manera se puede hablar sobre llegar a un nuevo horizonte de equidad tecnológica interseccional ya que es una acción clave para transformar las plataformas digitales en entornos equitativos, esto implica no solo eliminar los sesgos algorítmicos, sino también diseñar herramientas que consideren las diversas realidades sociales, económicas y culturales de las comunidades LGBTQ+, y de esta manera lograr que las tecnologías puedan llegar a ser instrumentos de cambio real, facilitando tanto la visibilidad como la inclusión en todos los niveles.

Hablando del potencial transformador de los contenidos digitales de las comunidades LGBTQ+, el surgimiento y masificación de las plataformas digitales también marcan un punto de inflexión en la visibilidad y empoderamiento de la diversidad en América Latina y el mundo, donde, estos espacios virtuales que operan en gran medida como territorios de expresión y encuentro, han permitido a estas desde las narrativas propias, desafiar estereotipos históricos y construir una identidad colectiva donde no solo amplifican historias individuales, sino que también fomentan movimientos sociales transnacionales que articulan aquellas demandas de derechos humanos en un contexto de creciente globalización.

A través de herramientas como YouTube, Instagram y TikTok, personas LGBTQ+ han compartido experiencias que visibilizan las luchas y alegrías de vivir en diversidad, creando nuevas dinámicas de representación cultural. En el ámbito latinoamericano, donde el pensamiento es vertical y la religiosidad institucionalizada justifica la discriminación, los contenidos digitales

actúan como catalizadores de cambio al exponer estas realidades. Por ejemplo, el activismo digital permite la creación de una "contra esfera pública", un espacio donde estas comunidades redefinen el significado de inclusión y diversidad al margen de los discursos oficiales, esto refleja una democratización del acceso a las herramientas narrativas, permitiendo que cualquier individuo con acceso a internet participe en la construcción de la memoria social LGBTQ+ (Martínez & Cueva, 2020).

En América Latina, donde la violencia contra personas LGBTQ+ sigue siendo un corriente alarmante, las redes sociales pueden volverse tanto un refugio como un lugar de riesgo, aunque, el algoritmo diseñado para maximizar la interacción, a menudo amplifica los mensajes polarizantes ya que muchas veces no importa el mensaje, importa que genere una discusión sin importar que se conviertan en dinámicas de exclusión y hostilidad, por tanto, para que la transformación digital sea un espacio propicio para las comunidades LGBTQ+ no solo depende de la generación de contenido, sino tener en cuenta las políticas públicas y normativas de las plataformas regulando el discurso de odio y así se promuevan espacios más seguros (Gómez, 2021).

Las plataformas digitales sin duda tienen un potencial transformador para las comunidades LGBTQ+ al ofrecer visibilidad, generar empoderamiento y contribuir al cambio social, sin embargo, este potencial está sujeto a tensiones estructurales propias del entorno digital a beneficio de la inversión del tiempo de los usuarios en estas plataformas para envolverles en temas comerciales, lo que exige un análisis crítico constante frente a temas sensibles, de modo, que para que este impacto positivo se consolide, es esencial una combinación de alfabetización mediática, activismo digital estratégico y regulación de las plataformas que garantice la seguridad de quienes se expresan en ellas. Solo de esta manera, las herramientas digitales podrán cumplir su promesa de contribuir a un mundo más justo y equitativo para las comunidades LGBTQ+.

Inteligencia artificial en el *marketing* de contenidos.

Lo cierto es que para crear espacios visibles también es necesario tener en cuenta la Inteligencia Artificial (IA) en las estrategias de *marketing* de contenidos junto a la segmentación inclusiva para persuadir algunos de estos limitantes a la hora de crear espacios que contribuyan a la educación sobre estos temas ya que hacen parte de la construcción libre desarrollo del ser humano especialmente cuando existe la segmentación como herramienta para conectar con audiencias específicas. En América Latina, marcas y activistas han comenzado a reconocer el valor de mensajes que reflejan la diversidad y se muestran como desafíos hacia las normas heteronormativas, donde las estrategias permiten visibilizar identidades de género y orientaciones sexuales diversas, contribuyendo al empoderamiento colectivo (Fumega, 2021).

Los sesgos algorítmicos y la explotación comercial de identidades minoritarias son preocupaciones recurrentes, ya que en algunos casos, las plataformas priorizan las ganancias sobre la inclusión, utilizando la diversidad como un recurso explotable sin compromiso real con las comunidades presentándose el gran fenómeno del *tokenismo*, creando interacción masiva de valor y exclusión, donde, creadores LGBTQ+ también se benefician del *marketing* digital al acceder a audiencias más amplias, y las mismas controversias les permite monetizar su contenido, construir carreras sostenibles e impactar en la transformación social, sin embargo, Fumega (2021) advierte que las barreras de entrada, como la falta de acceso a tecnología avanzada, seguirá siendo un obstáculo para muchas personas en países en desarrollo, así como la educación del uso de estas.

No obstante, la segmentación inclusiva en el *marketing* digital tiene el potencial de transformar cómo se perciben y valoran las identidades LGBTQ+, su implementación debe ser ética, priorizando el respeto y la autenticidad sobre los intereses comerciales logrando desde las realidades proyectar espacios no solamente digitales sino sociales, y aquí juega un papel decisivo

la Inteligencia Artificial en la equidad que está redefiniendo el *marketing* de contenidos y tiene un impacto directo en la inclusión LGBTQ+, donde estas tecnologías permiten una personalización avanzada, conectando creadores y audiencias de maneras que antes no eran posibles ya que no integran juicios sociales, por esto es necesario subrayar el poder de la IA para amplificar voces marginadas, siempre que se diseñe y utilice con responsabilidad (Gebru & Orozco, 2020).

Un ejemplo de esto es el uso de sistemas de recomendación en plataformas como TikTok, donde creadores LGBTQ+ pueden llegar a millones de personas con contenido que celebra la diversidad. No obstante, no se puede olvidar que estas plataformas les importan el tiempo de sus usuarios a su beneficio para entretener, de esta manera así es como estas herramientas presentan riesgos, y por esto los algoritmos entrenados con datos sesgados pueden promover la exclusión y reforzar las dinámicas de discriminación (Gebru & Orozco, 2020).

En América Latina, iniciativas como Más datos para más personas de Data Cívica (2024) trabajan para mitigar estos sesgos al desarrollar bases de datos inclusivas. Estos esfuerzos buscan garantizar que la tecnología refleje la diversidad de las comunidades LGBTQ+, en lugar de replicar las inequidades estructurales existentes. Aun así, estas implementaciones siguen siendo limitadas en la región, de aquí, que es crucial que las plataformas tecnológicas adopten principios de transparencia en el diseño de sus algoritmos persuadiendo el comportamiento de las masas para beneficio de la inclusión y que las políticas públicas tengan un papel clave en la regulación de estas tecnologías, asegurando que la IA se utilice para promover la equidad y no para reforzar desigualdades.

Esta premisa aplicada al campo LGBTQ+ como comunidad de datos marginados se puede usar a favor exigiendo un modelo digital más justo que no solo limite la manipulación o exclusión, sino que también permita la creación de espacios seguros, representativos y accesibles, al abogar por una distribución equitativa del poder en las plataformas, la diversidad de género

podría consolidar su voz y fortalecer su lucha por la igualdad en el entorno digital como estrategias efectivas de éxito.

Asimismo, el *marketing* de contenidos inclusivo, como las campañas de Nike con figuras públicas trans, demuestran que existen espacios en las plataformas tecnológicas que se pueden usar como diálogo y aceptación Nike (2021), estas iniciativas no solo mejoran la percepción pública, sino que también inspiran a otras marcas a seguir prácticas inclusivas o integrarse como movimiento en tendencia de forma que se masifique el dialogo sobre una comunidad que busca la visibilidad dentro de las realidades colectivas sin ser excluidas.

Por consiguiente, la integración de la Inteligencia Artificial en la personalización de contenidos, cuando se aplica de manera ética o persuasiva, tiene el potencial de transformar las plataformas tecnológicas en espacios de formación y visibilidad, para lograrlo, es fundamental la colaboración entre empresas, creadores de contenido y responsables de políticas públicas, asegurando que estas herramientas promueven un entorno digital enriquecedor para todas las identidades. En este contexto, la IA puede convertirse en una poderosa aliada para la inclusión LGBTQ+, siempre y cuando su diseño y aplicación alcancen un equilibrio entre innovación tecnológica y responsabilidad social para garantizar que estas tecnologías beneficien a todas las personas, independientemente de su identidad (Calvin-Klein, 2021).

El poder transformador de la publicidad inclusiva mediante campañas que visibilizan y celebran la diversidad de identidades de género se ve reflejada en campañas como Coming Out de Calvin Klein con el hashtag #PROUDINMYCALVINS que son un hito en el ámbito publicitario, lanzada en el año 2020 el 15 de agosto, esta iniciativa reunió a figuras destacadas como Gia Woods, Mina Gerges y Chella Man entre otros miembros de la comunidad LGBTQ+ quienes compartieron sus historias personales de aceptación y diversidad. Al centrar su narrativa en las experiencias de "salir del clóset", Calvin Klein no solo promovió su línea de productos,

sino que se posicionó como una marca aliada en la lucha por la desigualdad y el reconocimiento de las diversas identidades (Calvin-Klein, 2021).

La inclusión de figuras como [@Chella Man] y [@Mina Gerges] desafía las normas de género y belleza perpetuadas históricamente por la industria de la moda, estas representaciones son significativas porque rompen con las narrativas hegemónicas de la masculinidad y feminidad al mostrar cuerpos y expresiones de género no normativas, por esto, al visibilizar estas historias, Calvin Klein no solo refleja la diversidad de sus consumidores, sino que también genera un diálogo cultural que normaliza la existencia de identidades no binarias, trans y queer en espacios tradicionalmente excluyentes (Calvin-Klein, 2021).

Sin embargo, estas campañas pueden sufrir fenómenos como el *pinkwashing*, Monge-Ruiz (2023) lo define como una estrategia empleada por Estados Unidos, organizaciones o empresas que, al apelar a los derechos de las comunidades LGBTIQ+, buscan desviar la atención de prácticas cuestionadas por estas mismas comunidades u otros actores sociales. En el contexto internacional, este concepto también ha sido objeto de debate, especialmente por parte de movimientos sociales y organizaciones de derechos humanos, de la misma forma, esta campaña cae en el *shadowban* de contenidos ya que carece de un propósito al no publicarse en alguna fecha clave del calendario diverso, teniendo una comunidad de 575.000 suscriptores tan solo tiene 10.142 visualizaciones en el transcurso de cuatro años al 2024 con una interacción algo nula para el impacto que pudo haber generado.

No obstante, fuera de la plataforma estas campañas dan de que hablar generando debates sobre el papel de las marcas comerciales en la representación de comunidades LGBTQ+, donde algunos críticos argumentan que estas iniciativas pueden caer en el llamado "*rainbow washing*", una práctica adoptada por corporaciones durante décadas, en la que se apropian de luchas sociales para mejorar su imagen sin implementar cambios sustanciales en sus políticas

internas o en el apoyo a las comunidades que representan y obtener beneficios económicos, en lugar de apoyar genuinamente a la comunidad LGBTQ+, y de esta manera demostrar un compromiso tangible más allá de las campañas publicitarias, como en el caso de Calvin Klein, aunque ha apoyado a organizaciones LGBTQ+ en sus iniciativas, queda por evaluar si este respaldo tiene un impacto sostenido (Monge-Ruiz, 2023).

Estas campañas representan un avance significativo en la visibilidad de las personas LGBTQ+ en el ámbito de la moda y la publicidad, al amplificar las historias de estas figuras públicas la marca no solo celebra la diversidad, sino que también desafía las normas tradicionales de representación. Sin embargo, es fundamental que este tipo de campañas sean evaluadas críticamente para garantizar que su impacto trascienda lo simbólico y contribuya de manera genuina al empoderamiento de las comunidades diversas. Las marcas que deseen posicionarse como aliadas deben equilibrar sus objetivos comerciales con un compromiso ético que transforme las estructuras de exclusión en oportunidades de inclusión real.

Conclusiones

El espacio digital representa una herramienta potencialmente transformadora para las comunidades LGBTQ+, ofreciendo visibilidad, representación y empoderamiento, aun así, el acceso a estas oportunidades se ven condicionadas por limitantes estructurales, como los sesgos algorítmicos y las brechas existentes al acceso tecnológico, por esto, superar estas barreras requieren un compromiso activo de plataformas, marcas y gobiernos para garantizar la equidad en el espacio digital en general abarcando, aplicaciones, plataformas, marcas, empresas, gobierno entre otros.

El *marketing* inclusivo al querer integrar estrategias que involucren la diversidad, es parte esencial en el desafío de excluir las narrativas opresivas y normalizar la diversidad de género, no obstante, las campañas de las empresas y marcas que abarcan una economía superior deben educarse sobre la comunidad diversa para evitar prácticas superficiales que solo busquen beneficios comerciales, de modo, que al colocar en práctica un lenguaje inclusivo y los formatos adaptados de forma correcta, las marcas pueden contribuir en gran medida al cambio cultural y social desde entornos digitales.

La Inteligencia Artificial (IA) cuando se diseña y aplica éticamente, adquiere el potencial para conectar audiencias y creadores de forma más equitativa, sin embargo, las barreras de la programación de los sesgos en los algoritmos reflejan la necesidad de regulaciones y auditorías que garanticen una representación real que tenga en cuenta todas las identidades que existen dentro de la realidad social y colectiva.

En definitiva, el entorno digital tiene el poder de transformar las dinámicas sociales hacia una mayor inclusión, pero esto solo se hará posible si todas las partes involucradas asumen la responsabilidad de construir plataformas que reflejen y respeten la diversidad humana, transformando las oportunidades digitales en realidades equitativas y accesibles de forma tangible

fuera de lo digital ya que son tan grandes estos espacios en cuanto a avances que únicamente hace falta una coordinación entre las partes especialmente la comunidad LGBT+ para poder superar las barreras o los desafíos que al final no están tan lejos de ser potenciales beneficios para un solo objetivo la inclusión y la representación visible dentro de un constructo social.

La diversidad de género en los contenidos digitales representa una verdadera oportunidad para transformar la dinámicas sociales y culturales que conocemos hacia una mayor inclusión, esta promesa solo podrá materializarse si se enfrentan y atraviesan los desafíos que se presentan en la actualidad, porque al final los sesgos algorítmicos son programados por seres humanos, esto quiere decir que, los espacios digitales pueden dar un giro contundente a las resistencias culturales y la falta de políticas inclusivas frente a la discriminación a la que están sometidos los grupos minoritarios como la comunidad LGBT+.

Al integrarse de manera correcta las diversas partes excluidas con herramientas digitales, *marketing* inclusivo e Inteligencia Artificial se fortalecen los resultados que pueden desarrollar el compromiso de plataformas, gobiernos y marcas con la equidad, logrando espacios que no solo visibilicen y respeten la diversidad, sino la autenticidad de cada ser humano que resulta diverso sin siquiera pertenecer a la comunidad LGBT+, esto representaría una evolución en lo social.

Para finalizar, en este ensayo se destaca la necesidad de transformar el entorno digital como motor de empoderamiento, donde la diversidad de género no es un peligro, sino que es celebrada, protegida y utilizada como base para la construcción de narrativas que reflejen la pluralidad del ser humano y la riqueza de la suma de cada individuo que pertenece a la sociedad.

Bibliografía

- Berra, R. (2024). 10 iniciativas para ser parte del cambio y achicar brechas de género. Obtenido de <https://www.infobae.com/politica/2021/06/24/10-iniciativas-para-ser-parte-del-cambio-y-achicar-brechas-de-genero/>
- Calvin-Klein. (2021). *Calvin Klein*. Obtenido de <https://www.calvinklein.co/>
- Castelló-Martínez, A., & Plaza-Chica, S. (2022). Contenidos de marca dirigidos a la generación Z en el sector de la moda de lujo: Gucci y el metaverso. *Communication Papers*, 11(23), 96-111. Obtenido de <https://orcid.org/0000-0001-5783-344X>
- CEPAL. (2021). Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2021. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47192-estudio-economico-america-latina-caribe-2021-dinamica-laboral-politicas-empleo>
- Data Cívica. (2024). *DATA CÍVICA*. Obtenido de <https://datacivica.org/>
- Fumega, S. (2021). *Tecnología y género en América Latina: Retos y avances*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Gebru, T. (2022). Mitigating bias in artificial intelligence. *AI Journal*, 35(2), 45-67.
- Gebru, T., & Orozco, D. (2020). *El Diario*. Obtenido de https://www.eldiario.es/tecnologia/timnit-gebru-gustaria-fuera-responsabilidad-empresas-demostrar-tecnologia-no-efectos-nocivos_128_10413731.html
- Gómez, J. (2021). Polarización y discursos de odio en plataformas digitales: Implicaciones para las comunidades LGBTQ+ en América Latina. *Cuadernos de Comunicación Crítica*, 8(2), 85-102.

González, C. (2021). Estrategias de empoderamiento en redes sociales: Una mirada desde las comunidades trans. *Revista de Comunicación Digital*, 15(2), 34-45. Obtenido de <https://www.comunicaciondigital.org/estrategias-de-empoderamiento>

Haraway, D. (2022). *The transgender studies reader remix*. Routledge. Obtenido de <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003206255-45/cyborg-manifesto-donna-haraway>

López, M. (2020). Transmedia y redes sociales: Claves para la inclusión digital. *Estudios Sociales de América Latina*, 19(1), 67-80. Obtenido de <https://www.estudiossociales-al.org/transmedia>

Martínez, C., & Cueva, A. (2020). Activismo digital y comunidades LGBTQ+: El caso latinoamericano. *Revista de Comunicación y Sociedad Digital*, 15(3), 45-60.

Martínez, S. (25 de 01 de 2024). La invisibilidad en redes: el efecto 'shadow ban'. Obtenido de <https://www.uoc.edu/es/news/2024/ser-invisible-en-las-redes-sociales-efecto-shadow-ban#:~:text=Para%20Mart%C3%ADnez%2C%20aplicar%20el%20shadow,la%20aplicaci%C3%B3n%20de%20%22censura%22.>

Maza, L. M. (2021). Reconocimiento e identidad de género. *Veritas*(48), 103-120.

Micaletto-Belda, J. P., & Martín-Ramallal, P. (2023). La inclusión digital en el ecosistema de TikTok: análisis del hashtag #Cosas que me dicen. *OBS Journal*, 17(1), 75-99. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/369419789>

Monge-Ruiz, A. (2023). *OPI*. Obtenido de Observatorio de la Política Internacional: <https://opi.ucr.ac.cr/taxonomy/term/778>

- Morales-Rubín, C. A., Gualotuña, D. F., Cabrera-Martínez, L., & Ureña-López, R. F. (2022).
Modos de producción y recepción del discurso periodístico digital sobre la comunidad
LGBTIQ+ en Ecuador. *Kairós*, 5(8), 80-104. doi:<https://doi.org/10.37135/kai.03.08.05>
- Nike. (2021). *Nike*. Obtenido de Play New Campaign: <https://www.nike.com>
- Pedro, J. (2022). Globalización cultural en la era del video bajo demanda: Diversidad de
contenido en Netflix, HBO y Prime video. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 1-13.
doi:<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3699>
- Plan nacional de igualdad en la diversidad. (2021-2023). Argentina: Ministerio de la Mujeres,
Géneros y Diversidad. Obtenido de
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2020/09/plan_nacional_de_igualdad_en_la_diversidad_2021-2023.pdf
- RTVE. (2024). Orgullo 2024: Diccionario de falsedades y bulos contra las personas LGTBIQ+.
Obtenido de <https://www.rtve.es/noticias/20240627/orgullo-2024-diccionario-falsedades-bulos-contra-personas-lgtbiq/16153435.shtml>
- Salazar. (2020). *Cultura digital y diversidad sexual en Latinoamérica*. Quito: FLACSO.
- Taddeo, G., Frutos-Torres, B., & Cruz-Alvarado, M. (2022). Creadores y espectadores frente al
desorden informativo online. Efectos de la producción de contenidos digitales en
competencias informativas. *Revista Comunicar*(72), 9-20.
doi:<https://doi.org/10.3916/C72-2022-01>
- Universidad Autónoma de Barcelona. (2020). *Género y tecnología: Reflexiones desde la
diversidad [Video]*. Obtenido de
https://www.youtube.com/watch?v=hibs7UZOVeI&t=54s&ab_channel=FIMAUB