

RAINBOW GHOSTING

Una iniciativa de **LLYC**



Quando las voces
responsables abandonan
la conversación, el
odio es quien está
escribiendo...

ORGULLO 'EN VISTO'

MENSAJE FIJADO

¿ESTÁ CAMBIANDO NUESTRA DISPOSICIÓN A RESPONDER?

Durante años, junio, el **Mes del Orgullo**, amplificó una idea compartida: la **diversidad**, la **inclusión** y el **respeto** formaban parte del mundo que estábamos construyendo. Empresas, líderes y sociedad sumaron sus voces para **convertir *Pride* en una señal pública de pertenencia**.

Esa idea **sigue viva**. Lo que está **cambiando** es la **fuerza de su eco**.

Las causas son múltiples y el ritmo varía en cada país. Pero el patrón se repite: el **sistema de apoyo** que **antes impulsaba esta conversación hoy, baja el volumen**.

La comunidad LGBTQI+ sigue **alzando su voz, creando, aportando y ocupando su lugar**.

Por eso, **el Orgullo sigue escribiendo...**
Pero **cada vez encuentra más mensajes en 'visto'**.

Y cuando **una conversación recibe menos respuestas**, la historia **empieza a mutar...**

Así, conceptos como **vulnerabilidad, miedo** o **lucha** ganan terreno frente a **autonomía, ambición, trabajo o futuro**. La **inteligencia artificial ya refleja esta fractura**: al plantearle situaciones cotidianas, tiende a **asociar al colectivo con la fragilidad**, mientras que vincula con mayor frecuencia la **agencia** y el **éxito** a las **identidades cishetero**.

Claro que **no lo hace por voluntad propia**. Está **aprendiendo de los relatos que le dejamos disponibles**. Y si la **información sobre diversidad se reduce**, la **máquina puede mantener visible al colectivo** y, al mismo tiempo, **representarlo desde un horizonte cada vez más limitado**.

Esto es **Rainbow Ghosting** : una investigación sobre **el repliegue en el apoyo público a la diversidad**, y cómo este **cambio silencioso moldea las representaciones de la principal herramienta que definirá nuestro futuro**: la IA.

Analizamos esta transformación para aportar **datos, contexto y criterio** que ayuden a identificar cómo impacta esta **pérdida de intensidad en las identidades actuales** y anticipar un **riesgo**: que **los algoritmos terminen codificando la exclusión del futuro**.

Dejar **un mensaje en 'visto'** no significa que la conversación **haya terminado**. Se traduce en lo que **estamos dejando de contar hoy** impacta en el **relato que encontrará el futuro**.

Por eso, nosotros hemos decidido dejar la conversación abierta y *seguir respondiendo...*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

METODOLOGÍA.

CAPÍTULO 1.

La respuesta se vuelve intermitente.

CAPÍTULO 2

Las voces que responden menos.

CAPÍTULO 3

El odio *está escribiendo...*

CAPÍTULO 4

Cuando pertenecer se vuelve más frágil.

CAPÍTULO 5

La máquina también *está escribiendo...*

CAPÍTULO 6

Volver a responder.



INTRODUCCIÓN

Por mucho tiempo, *Pride* funcionó como una señal ineludible de visibilidad, derechos y pertenencia para el colectivo LGBTQ+. Era una forma de participar en el espacio público y recordar que la libertad necesita leyes, pero también relatos, referentes y respuestas colectivas. Para el resto de la sociedad también representó **un espacio de concordia social, un símbolo de progreso y un terreno seguro en el que demostrar compromiso con la convivencia** reflejaba un consenso ético que parecía consolidado.

Pero los consensos, si no se defienden, se fracturan. En ediciones anteriores de nuestros estudios, señalamos que el apoyo institucional y la comunicación en torno a la inclusión representaban apenas un punto de partida indispensable. Hoy, **asistimos a un repliegue social en el que incluso esos mínimos están en disputa**. La cobertura sobre diversidad se reduce drásticamente, encapsulándose casi en exclusiva a junio, el Mes del Orgullo. En paralelo, en entornos institucionales y corporativos, los compromisos vinculados con la DEI se revisan a la baja, se reformulan o pierden exposición pública. Si muchas compañías quisieron subirse a toda prisa a la carroza LGBTQ+, hoy otras tantas quieren bajarse de ella.

Este repliegue responde a un cambio tectónico a nivel global: **el aumento de la división social y la ruptura de los acuerdos de convivencia**. Para las organizaciones, ceder ante este clima representa un riesgo estratégico. A través de nuestros años analizando estas dinámicas, hemos comprobado que es precisamente en estos momentos cuando se demuestra el liderazgo real. La autoridad de una marca frente a sus clientes y la sociedad se construye manteniendo el rumbo y los valores, precisamente, cuando el contexto presiona en contra.

La cobertura sobre diversidad se reduce drásticamente, encapsulándose casi en exclusiva a junio, el Mes del Orgullo.

Mientras determinadas señales inclusivas pierden continuidad, las **narrativas hostiles ocupan su espacio y aprenden nuevos códigos de circulación**. La exclusión aparece hoy en diversos frentes, camuflada como rechazo a una agenda ideológica, amparada en el humor, la moralidad, el supuesto sentido común o el enconado debate político. Lo que antes se reconocía como violencia explícita, hoy se mueve bajo formas normalizadas, que parecen defendibles y son mucho más difíciles de aislar.

Esta disputa también se está trasladando a los sistemas que empiezan a mediar nuestra forma de explorar y representar al mundo. Los modelos de inteligencia artificial ordenan referencias, jerarquizan posibilidades y devuelven marcos de interpretación. Ante preguntas equivalentes, algunos **modelos tienden a asociar a personas del colectivo LGBTQ+ con respeto, miedo, aceptación o rechazo; mientras que los perfiles cishetero aparecen sistemáticamente más vinculados con autonomía, trabajo, superación, planificación y futuro**.

El riesgo es doble. Primero, que el colectivo sea invisibilizado. Pero también, en segundo lugar, que se mantenga **visible dentro de un marco cada vez más estrecho**; más cerca de la vulnerabilidad que de la aceptación, más asociado a la resistencia que a la ambición, y más representado desde la etiqueta que desde la complejidad de una vida plena.

Tomando el *Pride* como percha temporal, **en este informe analizamos un desplazamiento más profundo**. Qué ocurre cuando la igualdad, la diversidad y el respeto hacia el colectivo **dejan de recibir respuestas sostenidas en el tiempo y verdaderamente comprometidas**. Qué narrativas ocupan el espacio que queda libre. Qué identidades se convierten en territorio de conflicto cultural. Y cómo la IA puede reproducir, amplificar o fijar esos sesgos.

Dejar la defensa de la inclusión en 'visto' no apaga el ruido de la polarización, solo abre una pregunta mucho más importante: **¿quién queremos que escriba el futuro?**

No existe una única causa ni una relación lineal entre la menor visibilidad, la hostilidad, los retrocesos materiales, por un lado, y los sesgos algorítmicos, por el otro. Estas dimensiones son parte de un mismo ecosistema cultural, uno en el que **las ausencias también comunican, las narrativas también entrenan a la máquina y las respuestas que decidimos no dar terminan siendo escritas por otros**.

Dejar la defensa de la inclusión en 'visto' no apaga el ruido de la polarización, solo abre una pregunta mucho más importante: **¿quién queremos que escriba el futuro?**

METODOLOGÍA

Las **conversaciones que marcan el futuro están cada vez más mediadas por la tecnología**. Analizar su impacto social resulta, por tanto, imprescindible para entender cómo se construyen hoy la **representación**, la **pertenencia** y los **marcos desde los que interpretamos la realidad**.

Desde este lugar, este informe se centra en una **reacción en cadena** que consideramos relevante: el **repliegue de la conversación institucional elimina los referentes positivos y de inclusión**, dejando un **vacío** que es **ocupado sin fricción por narrativas hostiles**. Cuando la inteligencia artificial se entrena ingiriendo este ecosistema digital desequilibrado, asimila y automatiza esos sesgos, **devolviéndonos una representación del colectivo LGBTQ+ anclada en la vulnerabilidad y el estigma**.

Para dimensionar el alcance real de este doble fenómeno, hemos diseñado una investigación estructurada en dos frentes de análisis:

1. LA AUDITORÍA DEL ECOSISTEMA SOCIAL E INSTITUCIONAL

Para medir la caída de la conversación y el aumento de la hostilidad, el estudio abarcó un análisis exhaustivo de medios y plataformas sociales en **12 países** (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana) para detectar:

- **Declive de la visibilidad:** se analizaron **15.122.069** noticias vinculadas a DEI y la comunidad LGBTQ+ publicadas entre **2021 y 2026**. En paralelo, para evaluar la pérdida de curiosidad cultural, se monitorizaron **ocho criterios de búsqueda a nivel global en Google Trends** a lo largo de los últimos cinco años (incluyendo términos como *gender fluid*, *trans* o *queer*).
- **Avance de la hostilidad:** mediante la escucha de la conversación social desde 2018, se recopilaron **201.998.304 mensajes en X**, identificando más de 4,6 millones de mensajes de carácter violento.
- **Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP):** enfocando esta capa del análisis en el periodo de mayor consolidación de polarización (2023), aplicamos técnicas avanzadas (*Stemming*, Lematización, Bolsas de palabras), para analizar semánticamente **8.383.662 mensajes en tres idiomas** (español, inglés y portugués), logrando aislar 17 "territorios" de hostilidad discursiva, entre los que destacan la patologización, la ridiculización, la deshumanización y las narrativas antiderechos.

2. LA AUDITORÍA DEL SESGO ALGORÍTMICO GENERATIVO

Para comprender cómo la Inteligencia Artificial procesa y reproduce este entorno polarizado, sometimos a evaluación el comportamiento textual y visual de los principales modelos de lenguaje (LLMs):

- **Análisis textual (la brecha de agencia):** utilizando ChatGPT 5.1, testeamos **90 preguntas** sobre inquietudes vitales agrupadas en nueve bloques temáticos. Evaluamos las respuestas comparando el **trato otorgado a cinco perfiles basados en orientaciones e identidades distintas** (cuatro del colectivo LGBTIQ+ frente a una cishetero), analizadas sistemáticamente bajo la perspectiva tanto de chicos como de chicas. Esto nos permitió identificar, mediante NLP, **34 territorios semánticos** para comprobar cómo la IA distribuye conceptos como el miedo, la depresión o la autonomía según el perfil del usuario.
- **Análisis visual (la marginación representativa):** empleando el modelo **Gemini** (gemini-2.5-flash-image), se analizaron **627 imágenes generadas mediante inteligencia artificial**. De estas, 100 imágenes se generaron sin contexto para auditar el sesgo puro en la representación de perfiles específicos. Las 527 restantes se sometieron a condicionantes narrativos de alta carga emocional (ej. "Cómo afrontar el miedo en entornos donde estoy en minoría" o "Qué hago si ya no quiero vivir"), evaluando iteraciones a través de 10 orientaciones de género y sexuales distintas para comprobar la estigmatización visual.



CAPÍTULO 1

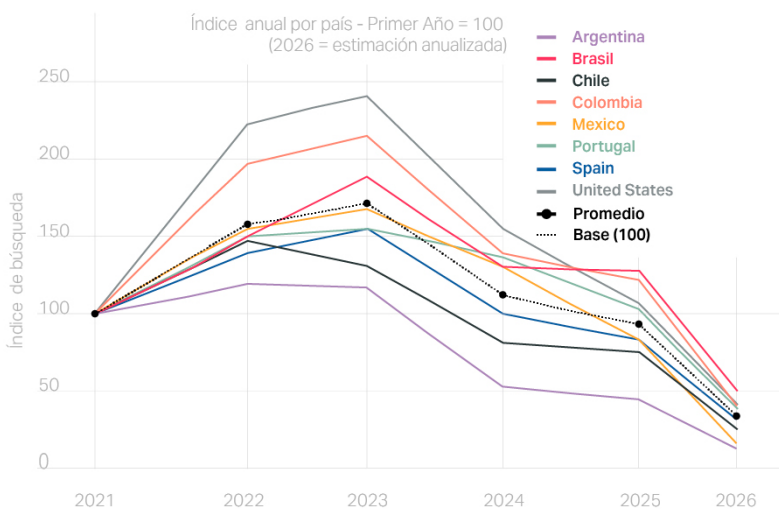
LA RESPUESTA SE VUELVE INTERMITENTE.

CUANDO LA INCLUSIÓN SE VUELVE ESTACIONAL...

Cada junio, la conversación parece encenderse con la misma fuerza de siempre: las calles se llenan de arcoiris, los logotipos cambian de color y las instituciones publican sus manifiestos. Sin embargo, **un pico estacional de conversación no siempre es síntoma de un ecosistema saludable**; a veces, revela la fragilidad del terreno que pisamos el resto del año.

Y es que el colectivo LGBTQI+ no descansa al terminar el mes. La lucha por los derechos, el espacio y la representación ocurre a diario. Hace apenas unos años, analizamos cómo el **compromiso de los CEOs con la diversidad era sostenido, público y un estándar de liderazgo indiscutible** (LLYC, 2022) ¹. Hoy, ante un clima global de polarización, presión reputacional y la denominada fatiga *anti-woke*, ese ecosistema está retirando el micrófono.

No estamos ante el fin de la visibilidad, pero sí ante una pérdida de frecuencia y continuidad. Y los datos confirman este cambio de ciclo. En **2023 se publicaban dos veces más noticias sobre DEI que en 2025**, y hasta **seis veces más que en la actualidad**. Si miramos la tendencia de los últimos cinco años en todos los países analizados, la caída es constante: un **2,5 % menos por trimestre desde 2021**, acelerándose a casi un **10 % menos por trimestre en los últimos tres años**.



La primera señal del *ghosting* es que el entorno empieza a responder menos.

La cobertura mediática pierde continuidad:

Evolución del volumen de noticias publicadas sobre DEI en los últimos cinco años.

¹ LLYC. (2022). Compañías y diversidad LGTBQI+ en la conversación digital. <https://llyc.global/ideas/companias-y-diversidad-lgtbq-en-la-conversacion-digital/>



Estos datos corresponden al universo general de DEI, no exclusivamente a contenidos sobre la comunidad LGBTQI+. Sin embargo, permiten observar el **debilitamiento de un marco informativo más amplio en el que la diversidad sexual y de género ha ocupado un lugar relevante** y que, especialmente durante *Pride*, contribuía a sostener conversaciones sobre reconocimiento, igualdad y pertenencia.

LA REPRESENTACIÓN COMO FUENTE DE CONFIANZA...

La reducción de la cobertura no implica una pérdida de espacio para la diversidad, pero **amplía la distancia entre los medios y las audiencias diversas que buscan verse reflejadas con mayor precisión, continuidad y complejidad.**

Por mucho tiempo, parte de las audiencias LGBTQI+ ha percibido que la **prensa, las revistas, la radio o los libros impresos representaban sus experiencias con menor cercanía que los entornos digitales.** Esa distancia no responde necesariamente a un rechazo de los formatos tradicionales, sino a la calidad, autenticidad y amplitud de las historias que encuentran en ellos.

Algunos datos de consumo muestran una correlación positiva entre **una representación auténtica del colectivo y variables como la afinidad hacia los contenidos.** Cuando las audiencias pueden reconocerse sin estereotipos ni simplificaciones, **desarrollan una relación más favorable con los medios y las organizaciones que los producen** (Nielsen, 2022).²

La relevancia cultural y el impacto positivo en las audiencias no avanzan, por tanto, por caminos separados. **Incorporar voces reales, ampliar el repertorio de historias y reflejar con mayor fidelidad la sociedad también fortalece la capacidad de generar identificación, confianza y conexión.**

Dos industrias tradicionales permiten observar cómo esa relación puede contribuir a renovar su relevancia.

El sector editorial: fenómenos digitales como *BookTok* han demostrado la capacidad de las comunidades *online* para trasladar la conversación cultural hacia el libro impreso. La demanda de **historias con representación diversa ha llevado nuevos públicos hacia librerías, editoriales, autores y géneros que durante años permanecieron fuera de los principales circuitos de visibilidad.**

² Nielsen. (2022, junio). A new chapter in inclusivity: How LGBTQ+ audiences are reviving traditional media. <https://www.nielsen.com/insights/2022/a-new-chapter-in-inclusivity-how-lgbtq-audiences-are-reviving-traditional-media/>

Lejos de abandonar los formatos físicos, las audiencias más jóvenes están impulsando su renovación cuando encuentran relatos capaces de reflejar sus identidades, intereses y experiencias. La diversidad **aparece aquí como parte de una transformación más amplia de lo que las personas esperan leer y de quiénes esperan encontrar dentro de esas historias.**

Cuando la industria amplía el repertorio de voces que publica, también amplía su capacidad para conectar con nuevas comunidades lectoras, generar conversación y recuperar relevancia cultural.

Periódicos y revistas: esta misma lógica puede observarse en publicaciones de México y Brasil que **han situado en sus portadas** a creadoras, artistas y referentes trans como **Victoria Volkova o Linn da Quebrada**. Estos casos muestran cómo los medios tradicionales pueden reconectar con la conversación contemporánea cuando incorporan **referentes históricamente ausentes y los integran en sus relatos con profundidad y criterio editorial.**

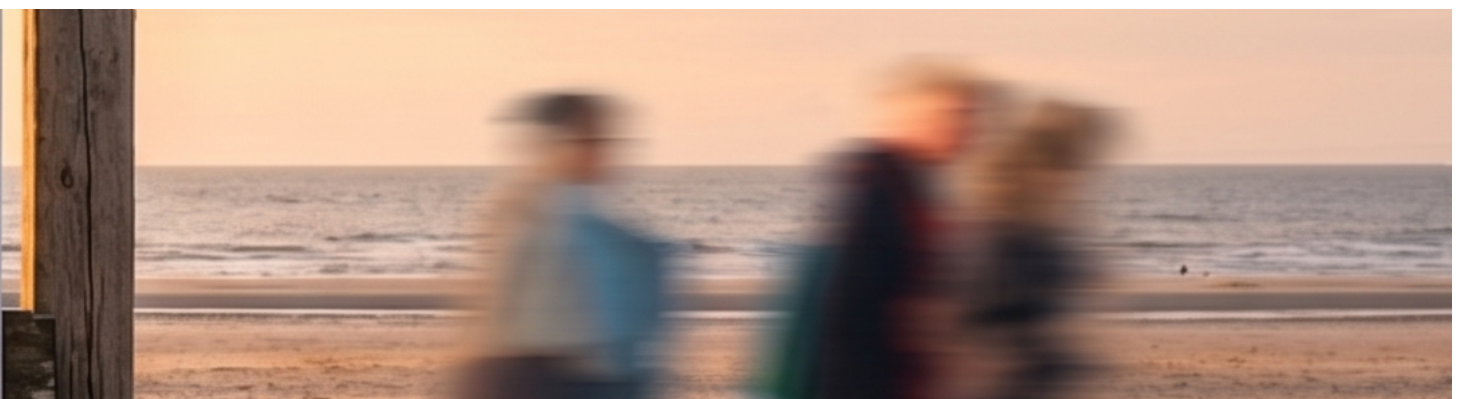
El valor depende del tratamiento, del contexto y de la capacidad del medio para evitar que esa presencia quede reducida a excepcionalidad, símbolo o controversia. Cuando la **representación es auténtica, la portada se convierte en una señal de relevancia cultural:** demuestra que el medio comprende quiénes forman parte de la sociedad, qué conversaciones están transformándola y qué historias necesitan encontrar espacio. Hablamos de valentía editorial.

Las audiencias diversas no siempre abandonan los formatos tradicionales. **A veces dejan de encontrarse dentro de ellos.**

El *ghosting* también puede producir esa desconexión. Cuando determinadas voces quedan confinadas a momentos puntuales, los **medios reducen el espacio disponible para esas vidas y se alejan de comunidades que siguen buscando historias donde reconocerse.**

Una representación más auténtica puede fortalecer la identificación, la confianza, la afinidad y la disposición a relacionarse con los contenidos que los acompañan. No porque la diversidad deba convertirse en una fórmula comercial, sino porque la capacidad de **interpretar con precisión la sociedad continúa siendo una de las principales fuentes de relevancia para cualquier medio, marca u organización.**

Representar mejor significa ampliar quién puede **verse dentro de una historia.** Y, al hacerlo, también **ampliar la capacidad de esa historia para conectar, permanecer y generar valor.**



UN VACÍO GLOBAL: LA PÉRDIDA DE CONTEXTO NO DISTINGUE FRONTERAS...

Pero cuando un tema aparece menos en medios, informes, instituciones y contenidos públicos, pierde tanto **volumen** como **contexto**, se reducen las oportunidades de incorporar matices, mostrar referentes y disputar las interpretaciones que otros actores construyen sobre él. Dicho de otro modo:

Lo que se nombra menos se explica menos.

Lo que se explica menos se entiende peor.

Y lo que se entiende peor queda más expuesto a ser definido por otros.

Y esta caída no avanza con la misma intensidad en todos los mercados analizados. Por ejemplo, en 2025, **Argentina registró un 63 %** menos publicaciones sobre DEI que en 2023; **Estados Unidos, un 55 %** menos; y **España, un 48 %** menos.

La pérdida de señal no ocurre igual en todos los mercados, pero apunta a un mismo síntoma: **la conversación pública sobre diversidad e inclusión está dejando de responder con la misma frecuencia.**

ARGENTINA	-63%	La caída más pronunciada ocurre en un entorno donde la diversidad se ha convertido en un campo de batalla político e institucional.
EE.UU.	-55%	Refleja un repliegue marcado por el miedo corporativo, la revisión silenciosa de presupuestos DEI y el temor al boicot reputacional.
ESPAÑA	-48%	El dato más revelador: Incluso en países con un marco institucional sólidamente garantista y militante a favor de la diversidad, la conversación pública se desploma casi a la mitad.

Los tres mercados representan **contextos políticos e institucionales muy diferentes**. Sin embargo, todos registran retrocesos significativos en la cobertura sobre DEI.

El caso de **España** resulta revelador. Incluso en **un país donde la diversidad conserva mayor respaldo institucional y protección formal**, la conversación informativa **cae cerca de un 50 %**. Esto sugiere que el fenómeno no puede explicarse únicamente por las decisiones de un gobierno, una legislación concreta o un ciclo electoral.



Estamos ante una **corriente más amplia, capaz de atravesar sociedades con marcos regulatorios, tradiciones políticas y niveles de protección diferentes**. El repliegue también penetra en la atención pública y en la centralidad cultural que la diversidad ocupa dentro de la sociedad.

El fenómeno también aparece en otras capas. En redes sociales, el análisis identifica descensos de conversación LGBTIQ+ en mercados como **Brasil, Chile, Panamá y Portugal**. En este último, la conversación mensual sobre el colectivo era, en promedio, un 66 % mayor durante los cuatro años anteriores al punto de corte analizado.

No hay un **apagón global uniforme**. Hay una respuesta que se debilita por distintas vías: menos cobertura informativa en algunos mercados, menor conversación social en otros y menor búsqueda activa de referencias en varios de ellos. La tendencia común no es el silencio total, sino una **pérdida de densidad**. Se habla menos, durante menos tiempo y con menos capacidad para sostener contexto.

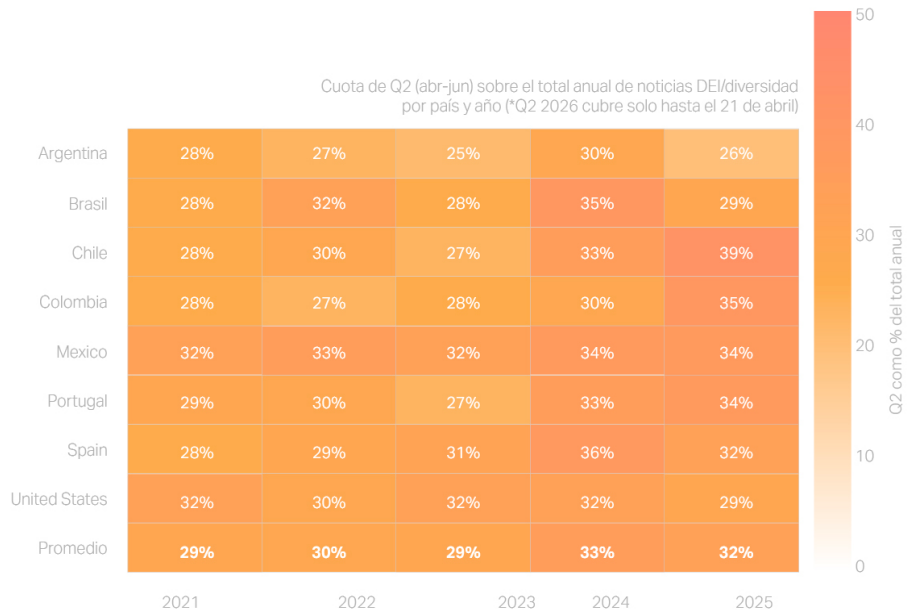
JUNIO: DE CUMBRE ANUAL A ISLA DE VISIBILIDAD...

En los años de mayor divulgación sobre DEI y comunidad LGBTIQ+, el trimestre de *Pride* representaba una proporción menor del total anual. No porque la temporada tuviera menos relevancia, sino porque la **conversación estaba mejor distribuida durante el resto del calendario**. Ahora ocurre lo contrario.

En 2023, el segundo trimestre concentraba el 28,56 % de las publicaciones anuales. En 2024, su peso aumentó hasta el 32,73 %. En 2025 se mantuvo en un nivel similar, con el 32,29 %. No significa que *Pride* gane visibilidad en términos absolutos, significa que se convierte, cada vez más, en el **principal reducto de una conversación anual que se debilita**.

Junio concentra una proporción cada vez mayor de una conversación anual cada vez menor.

Pride como isla de visibilidad.
Peso del segundo trimestre sobre el total anual de publicaciones DEI/LGBTIQ+.



Este matiz cambia la lectura. *Pride* continúa siendo un momento de activación indispensable, pero su **capacidad para movilizar conversación no debe confundirse con la salud del ecosistema que lo rodea**. Un pico puede seguir siendo visible mientras el suelo que lo sostiene se erosiona.

La comunidad y sus organizaciones continúan trabajando, movilizándose y generando conversación durante todo el año. La estacionalidad no está en su compromiso. Está en la atención que reciben, en los espacios que se les conceden y en la frecuencia con la que otros actores deciden acompañarlos.

En ese sentido, *Pride* está quedando como uno de los pocos momentos en que esa conversación todavía resulta inevitable para el conjunto de la sociedad.

EL DESINTERÉS CULTURAL Y LA CENSURA ALGORÍTMICA...

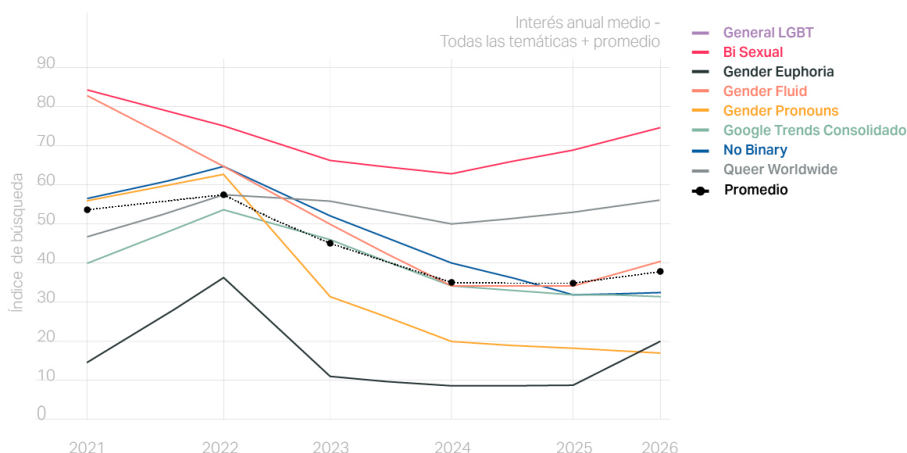
La pérdida de densidad aparece asimismo en la búsqueda activa de referencias. **Google registra menos de la mitad de búsquedas asociadas a diversidad y comunidad LGBTIQ+ en junio de 2025 frente a tres años antes.**

Esta invisibilización también está siendo forzada. Tal y como señala GLAAD (2026) ³, las redes sociales contribuyen activamente a este *ghosting* mediante la **supresión desproporcionada de contenidos, bloqueando silenciosamente términos y hashtags fundamentales de la comunidad** (como #trans o #lesbiana) en sus funciones de búsqueda y descubrimiento. Cuando el usuario deja de preguntar y la plataforma deja de mostrar, **el cerco del silencio se cierra por completo.**

³ GLAAD. (2026). Social Media Safety Index (SMSI) <https://glaad.org/smsi/2026/key-findings-and-recommendations/>

Identidades que la cultura deja de buscar.

Evolución de búsquedas asociadas a LGBTIQ+, diversidad y términos identitarios específicos.



Asimismo, el patrón se reproduce términos como "género fluido", "queer", "pronombres de género" o "disforia de género", que en algunos casos caen hasta representar una tercera parte del interés registrado en 2022.

Buscar una palabra, una identidad o una experiencia es una forma de acercarse a ella. Supone pedir contexto, **ampliar el lenguaje disponible y tratar de comprender una realidad que todavía puede resultar desconocida.**

Por eso, la caída de las búsquedas no debe interpretarse solo como menor interés. También puede señalar una **pérdida de curiosidad cultural en un momento en el que la conversación necesita más precisión y más matices.**

La invisibilización no siempre comienza con una prohibición. También puede empezar cuando una sociedad **deja de buscar las palabras que le permiten comprender.**

Este capítulo no muestra una comunidad que haya dejado de hablar, organizarse o reclamar su lugar. Muestra un **entorno que responde con menos frecuencia, ofrece menos contexto y concentra su atención en ventanas cada vez más estrechas.**

Esta es la primera dimensión de Rainbow Ghosting: no la desaparición de la diversidad, sino el **repliegue de parte del sistema de señales que contribuía a reconocerla públicamente.** Pride continúa movilizando atención, recursos y conversación. Pero empieza a hacerlo en un ecosistema más débil, más polarizado y con menos continuidad que hace apenas unos años.

Ese es el riesgo: que **junio deje de ser el punto culminante de una conversación sostenida y se convierta en el último momento en que el entorno siente la obligación de responder.**

La pregunta, entonces, no es cuánto hace el colectivo para mantenerse visible. La pregunta es qué está ocurriendo con las voces que antes contribuían a sostener su reconocimiento. **¿Quiénes están respondiendo menos y qué cambia cuando lo hacen?**

CAPÍTULO 2

LAS VOCES QUE RESPONDEN MENOS.

En determinados mercados y sectores, la respuesta apunta a marcas, organizaciones e instituciones que durante años ayudaron a amplificar la conversación sobre diversidad. Hoy, **parte de ese apoyo firme se transforma en cautela y algunos compromisos públicos pierden visibilidad.**

Durante años, estos actores compitieron por liderar el arcoíris de la diversidad. Ahora, las banderas pierden presencia, las políticas se revisan y la exposición pública se vuelve más incómoda.

No todas las voces se retiran ni todas lo hacen del mismo modo. Pero cuando quienes tienen capacidad de amplificación responden menos, también **cambia el equilibrio de la conversación.** Y el silencio también comunica. El espacio público no queda vacío, porque mientras unas voces deciden cómo responder: otras continúan escribiendo.

RAINBOW WASHING DE IDA Y VUELTA...

El entorno en el que las **marcas expresan sus compromisos con la diversidad se ha vuelto más complejo**, la misma velocidad con la que todas las compañías quisieron subirse a la carroza LGBTQ+ es, hoy, la prisa con la que se están bajando de ella.

La polarización **política**, la **presión digital** y el riesgo de **boicots** han incrementado la exposición asociada a determinadas posiciones públicas, llevando a algunas compañías a revisar cómo comunican y articulan sus políticas de inclusión.

En EE.UU, las **órdenes ejecutivas aprobadas en 2025 modificaron el marco institucional y regulatorio** en torno a las políticas DEI. Este nuevo contexto ha llevado a muchas organizaciones a revisar el lenguaje, el alcance y la forma de comunicar sus compromisos, buscando mantener su coherencia con un entorno legal, político y reputacional más complejo.

El cambio refleja una etapa de mayor cautela, en la que las iniciativas vinculadas con diversidad requieren una lectura más precisa de los riesgos, las expectativas de los grupos de interés y las particularidades de cada sector.

- **Target:** frenó en seco varias de sus iniciativas clave de equidad tras recibir presiones y críticas de distintos sectores.
- **Legó:** prefirió no arriesgar y eliminó términos como "LGBTIQ+" o "diversidad e inclusión" de su último informe de sostenibilidad.⁴

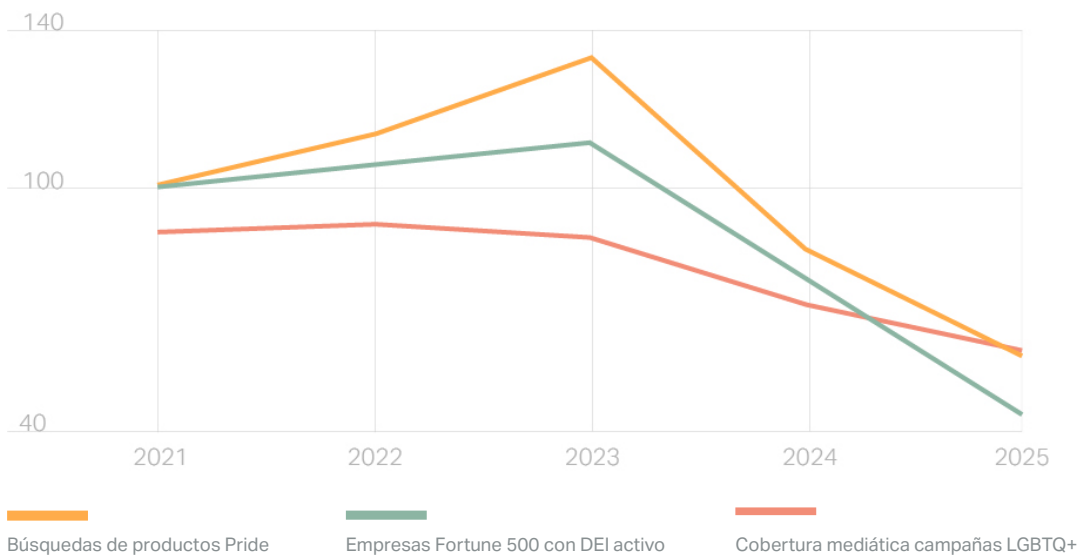
³ Ongig Blog. (2026, 29 de abril). DEI Rollbacks: What Companies Are Doing in 2026 <https://blog.ongig.com/diversity-and-inclusion/dei-rollbacks/>

Desde entonces, **algunas organizaciones han optado por reducir su exposición, reformular sus mensajes o revisar determinados compromisos públicos.** Los datos reflejan esta evolución: las compañías del índice **Fortune 500** que mantienen políticas de diversidad activas **representan hoy aproximadamente dos tercios de las registradas en 2023.**

Las compañías Fortune 500 con políticas DEI activas representan hoy **cerca de dos tercios de las registradas en 2023.**

Invisibilización corporativa: Del apoyo visible a la cautela corporativa.

Evolución de las políticas DEI activas y de la visibilidad vinculada con *Pride* en compañías Fortune 500 entre 2021 y 2025.



Algunas marcas como Walmart, Ford o Toyota han reducido, reencuadrado o modificado algunas de sus políticas y señales públicas de inclusión. Estos movimientos no responden a una única lógica: pueden incluir **ajustes regulatorios, cambios de denominación, revisión de objetivos, menor exposición pública o integración de las iniciativas en marcos corporativos más amplios.**

No toda reformulación implica una retirada del compromiso. Pero cuando una política deja de ser visible o reconocible, la señal pública que recibe el entorno también cambia.

El compromiso puede mantenerse y, al mismo tiempo, hacerse menos visible.
La pregunta es qué interpreta el entorno cuando la señal cambia.

El repliegue de algunas señales corporativas coincide con una contracción más amplia de la conversación pública. Por ejemplo en la red social X, el volumen de mensajes sobre la comunidad LGBTIQ+ pasó de **26 millones en 2023 a 12,7 millones en el último periodo analizado.**

No podemos concluir que un fenómeno provoque directamente el otro. Pero ambos modifican el mismo ecosistema: **hay menos voces participando y menos señales públicas capaces de aportar contexto y equilibrio.**

La reducción del volumen, además, no implica una disminución de la hostilidad. Puede ocurrir lo contrario: que la conversación se haga más pequeña mientras las voces más polarizadas ganan peso dentro de ella.

La conversación pública global en la plataforma X refleja este abandono institucional: **el volumen de mensajes sobre el colectivo cayó de 26 millones en 2023 a 12,7 millones en la actualidad.**

DEL EFECTO GHOSTING AL DESMANTELAMIENTO...

En el ámbito institucional, responder menos puede tener consecuencias aún más profundas.

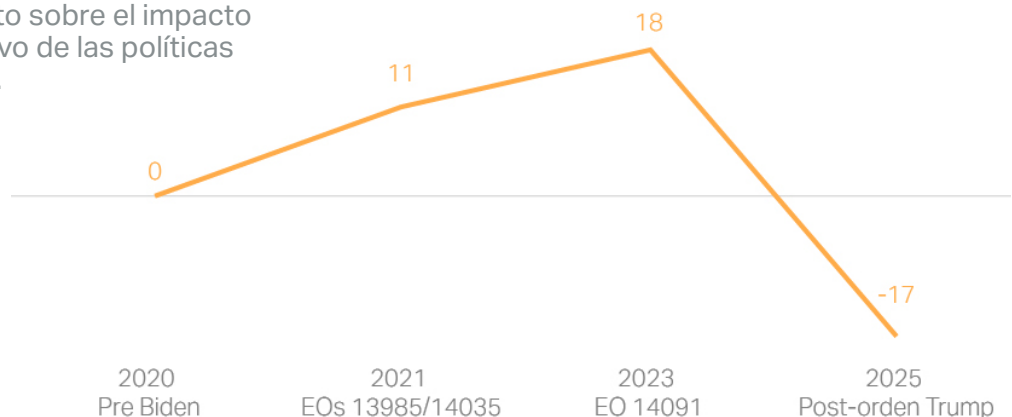
Aquí el **repliegue puede traducirse en cambios regulatorios, eliminación de oficinas, cancelación de programas, reducción de presupuestos o desarticulación de estructuras creadas para prevenir la discriminación y sostener derechos.**

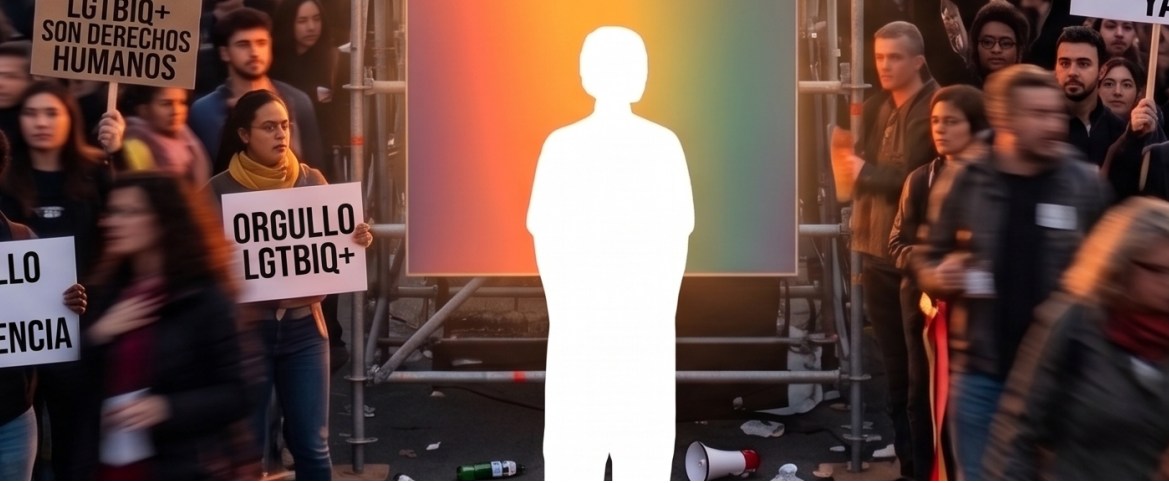
EE.UU ofrece uno de los casos más visibles: entre 2021 y 2025, el indicador utilizado para evaluar las políticas federales de inclusión **pasó de un escenario de institucionalización y expansión a otro marcado por reducción, cierre y desmantelamiento.**

Según el análisis, el saldo neto de estas políticas pasó de **+18 en 2023 a -17 a comienzos de 2025.** Una sola orden ejecutiva presidencial **fulminó oficinas, presupuestos y formaciones DEI en el empleo federal.**

De institucionalizar a desmantelar.

Evolución del score neto sobre el impacto constructivo o restrictivo de las políticas DEI en Estados Unidos.





UN EFECTO DOMINÓ QUE YA ES GLOBAL...

Este freno no es exclusivo de EE. UU., se está replicando en muchos países que han girado políticamente en la última década:

- **Argentina:** El gobierno eliminó el INADI (el instituto contra la discriminación), recortó casi un **90%** el presupuesto en políticas de género y limitó por decreto el acceso a la salud para jóvenes trans.
- **Perú:** El gobierno peruano modificó el Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS) para incluir explícitamente el “transgenerismo” y el “trastorno de la identidad de género en la infancia” bajo la categoría de enfermedades o trastornos mentales. (Glatzky y Taj, 2024) ⁵.

En Europa, el *Rainbow Europe Map*, indicador de referencia de la organización ILGA-Europe, que mide de 0% a 100% el cumplimiento de derechos LGBTIQ+ data:

- **Reino Unido:** Tras los cambios en las políticas de autodeterminación de género, las restricciones médicas derivadas del Informe Cass y el bloqueo a la ley trans de Escocia, su puntuación **cayó en picado hasta rozar el 52-53%**, perdiendo casi un 30% de su valor institucional en pocos años y cayendo por debajo del puesto 15 en Europa.
- **Hungría:** el país permanece en la parte baja del *ranking* europeo de derechos LGBTIQ+ (apenas un 30% de puntuación) ⁶, después de años de restricciones legales y políticas que han **limitado la libertad de expresión o frenado avances en reconocimiento y protección**. Sin embargo, la **llegada de Péter Magyar al gobierno inaugura una nueva etapa política, marcada por una mayor orientación europea y la promesa de recuperar estándares democráticos**. El cambio abre una ventana de oportunidad, aunque todavía es pronto para determinar si se traducirá en la revisión efectiva de las medidas que han debilitado los derechos del colectivo.
- **España:** aunque mantiene una **posición destacada en Europa en materia de derechos LGBTIQ+**, el giro hacia ciclos políticos más conservadores ha reabierto debates sobre protecciones que parecían consolidadas ⁷. Las revisiones normativas impulsadas en algunos territorios muestran que el avance legal no siempre garantiza una evolución lineal ni irreversible.

¿Qué supuso en datos? Se eliminó el concepto de identidad de género de las escuelas, se suprimieron los artículos que penalizaban la discriminación en los libros de texto y se volvió a exigir supervisión médica/psicológica obligatoria para los menores trans.

⁵ Glatzky, G., y Taj, M. (2024, 26 de mayo). Perú clasifica a las personas trans como enfermos mentales. The New York Times. <https://www.nytimes.com/es/2024/05/26/espanol/peru-transgenero-salud-mental-trans.html>

⁶ ILGA-Europe. (2025). Rainbow Europe Map and Index 2025: Human rights situation of LGBTI people in Europe. ILGA-Europe. <https://www.ilga-europe.org/rainbow-europe/>

⁷ Comunidad de Madrid. (2023). Ley 17/2023, de 27 de diciembre, de Simplificación y Mejora de la Eficacia de Instituciones y Organismos de la Comunidad de Madrid. Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (BOCM), (308). https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-10767

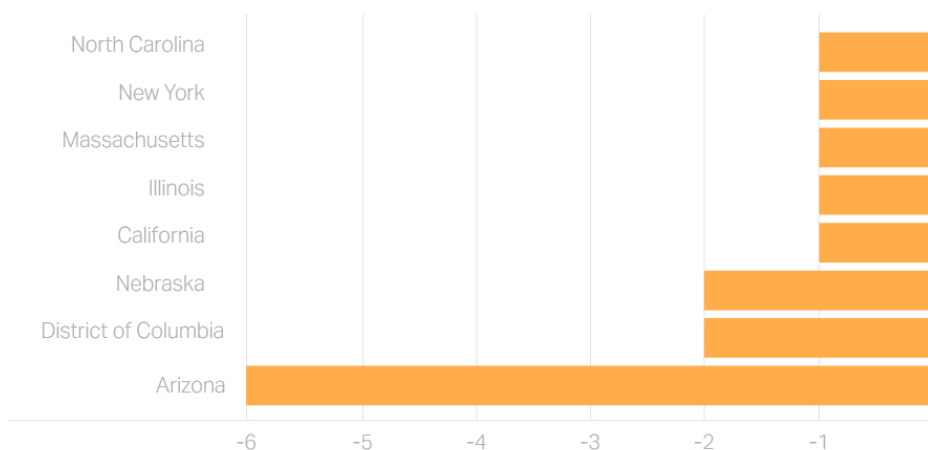
Este giro alcanzó también al **sistema educativo**. En el último año se identificaron once modificaciones de políticas DEI en universidades e instituciones académicas estadounidenses. El 45 % correspondió a cierres o cancelaciones explícitas y el 40 % a debilitamientos, revisiones o reencuadres.

En Arizona, el **sistema universitario modificó diez políticas y varias universidades públicas retiraron lenguaje, páginas web o estructuras DEI** en respuesta al nuevo entorno federal y estatal.

En Carolina del Norte, el repliegue adquirió una dimensión estructural: el sistema UNC **eliminó 59 puestos, realineó otros 131 y redirigió más de 17 millones de dólares en sus 17 instituciones**. No fue una suma de decisiones aisladas, sino una transformación aplicada al conjunto del sistema universitario.

Cuando el repliegue entra al campus.

Modificaciones de políticas DEI en universidades e instituciones académicas de Estados Unidos, según su nivel de cierre, debilitamiento o revisión.



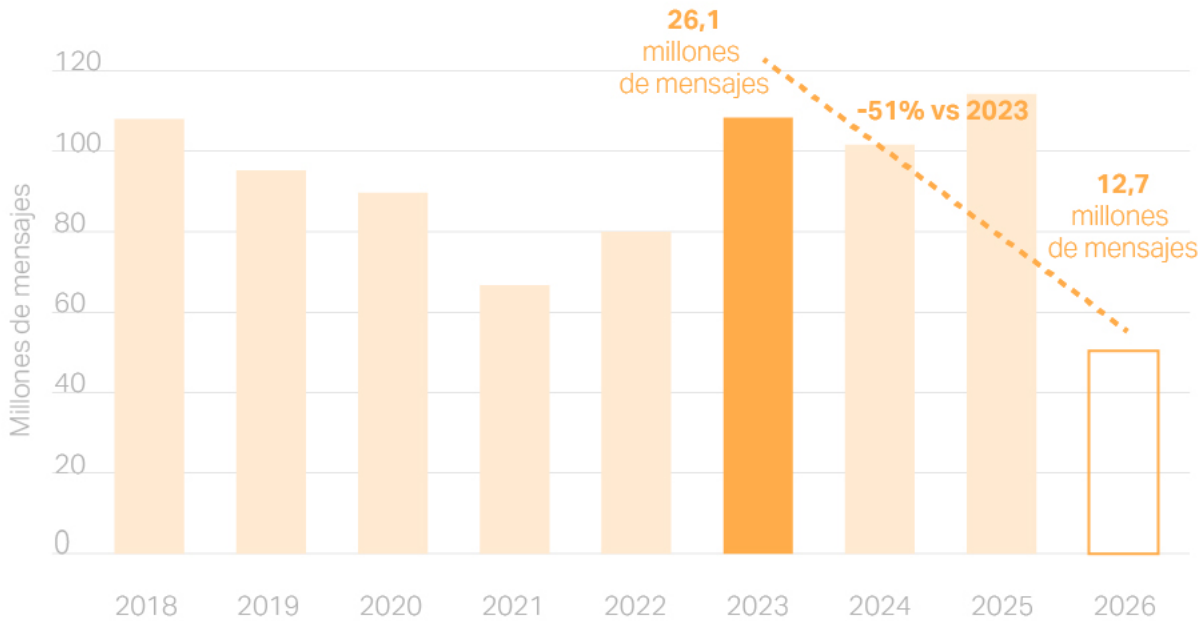
En las instituciones académicas estadounidenses analizadas, el 85 % de las modificaciones recientes corresponde **a cierres, cancelaciones, debilitamientos o revisiones de políticas DEI.**

Argentina representa uno de los casos similares dentro de América Latina. Desde diciembre de 2023, el país ha experimentado una **desarticulación significativa de su arquitectura institucional vinculada con género y diversidad.**

Entre las medidas documentadas se encuentran la **prohibición del lenguaje inclusivo en la administración pública**, la eliminación del **Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad**, el cierre del **Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo** y una reducción cercana al 90 % en el presupuesto general destinado a políticas de género. También se registraron recortes en programas de protección y atención, incluida una disminución del 64 % en la Línea 144.

Cuando el repliegue alcanza la estructura.

caída del score neto sobre el impacto constructivo de las iniciativa políticas.



LO QUE CAMBIA CUANDO RESPONDEN MENOS...

La evidencia analizada no permite afirmar que la reducción de señales corporativas e institucionales provoque directamente un aumento de la hostilidad. Pero sí permite identificar un **cambio en las condiciones de la conversación**.

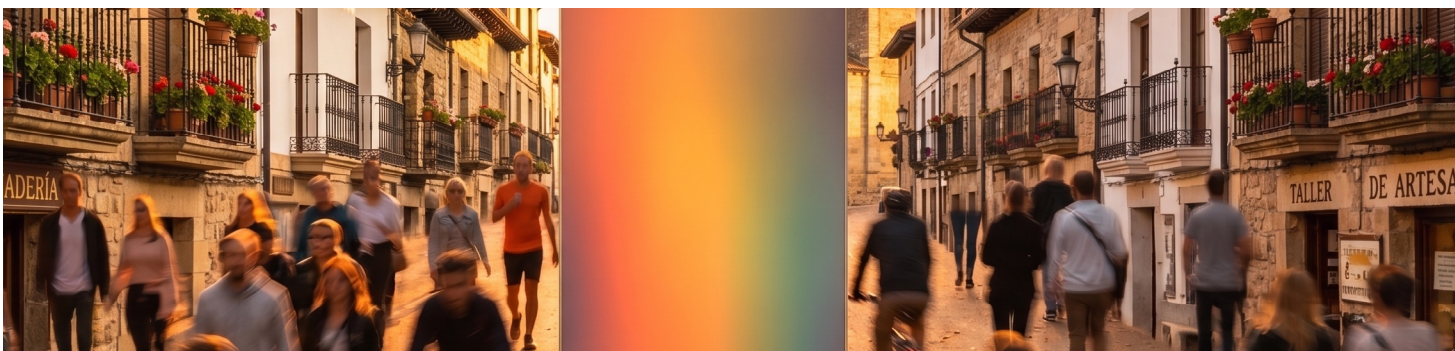
Las empresas tienen una responsabilidad con sus accionistas y con la sostenibilidad de su negocio. Al mismo tiempo, desempeñan una función social: crean empleo, influyen en las condiciones de vida de las personas, construyen cultura dentro y fuera de sus organizaciones y tienen capacidad para **incorporar temas, valores y referentes a la agenda pública**.

Ese repliegue también puede impactar en la propia compañía. La cautela puede reducir exposición en el corto plazo, pero una señal menos clara puede **debilitar la confianza, la coherencia cultural y la relación con audiencias que esperan continuidad**. En otras palabras, el cambio transforma el espacio reputacional y de negocio en el que operan las marcas.

Cuando disminuye la presencia de actores con capacidad para aportar contexto, legitimidad y continuidad, el **espacio público pierde parte de sus contrapesos** y se vuelve más disponible para que otras voces establezcan los términos del debate.

Esa transformación es relevante porque las narrativas más polarizadas no necesitan ocupar todo el espacio para ganar influencia. Con **encontrar menos resistencia, menos referencias alternativas y menos voces capaces de sostener una interpretación diferente.**

La cuestión no es, por tanto, si una marca publica o no durante *Pride*. Tampoco si cada institución mantiene el mismo vocabulario, estructura o programa que utilizaba hace tres años. Lo importante es **qué ocurre cuando el conjunto de señales que contribuían a normalizar la pertenencia empieza a perder densidad.**



La reducción de las señales inclusivas no crea el vacío. Pero puede hacer que **la conversación pierda parte de sus contrapesos.**

Aquí es donde **Rainbow Ghosting** adquiere una nueva dimensión. En este capítulo identificamos parte de las decisiones corporativas e institucionales que contribuyen a que esa respuesta se vuelva menos visible, más cauta o más difícil de reconocer.

El siguiente paso es mirar **qué ocurre con el espacio que queda disponible.** Mientras algunas voces revisan, reducen o retiran su respuesta, otras no han dejado de escribir...

CAPÍTULO 3

EL OUDIO ESTÁ ESCRIBIENDO...

El ecosistema digital aborrece el vacío. Y es que cuando marcas, medios e instituciones deciden replegarse y diluir sus mensajes sobre diversidad e inclusión, el **debate público no entra en una tregua ni se congela**. La plaza pública no se queda desierta; simplemente cambia de dueño. La conversación permanece abierta, pero las voces que entran a gobernar han sustituido el acompañamiento responsable por una **agenda de hostilidad activa**.

Comprendido el declive de la conversación pública institucional sobre DEI, resulta fundamental observar **qué ocurre con el espacio que queda libre**. Ese vacío no permanece estático, sino que coincide en el tiempo con el avance y la sofisticación de discursos de hostilidad e intolerancia a nivel global.

Las corrientes de polarización responden a dinámicas sociopolíticas mucho más profundas, complejas y organizadas, que avanzarían independientemente de la postura empresarial.

Sin embargo, al dar un paso atrás, el **ecosistema institucional retira sus contrapesos narrativos**. La **consecuencia no es que el silencio corporativo origine el odio, sino que cede el terreno de la normalidad**, permitiendo que las voces más extremas operen sin fricción, ganen volumen y redefinan el sentido común sin encontrar resistencia.

Los datos nos muestran que, en la actualidad, **tres de cada cinco mensajes sobre el colectivo LGBTQ+ en las redes sociales constituyen un ataque directo**.

El odio ocupa el espacio libre:

evolución del peso de contenido violento hacia el colectivo LGBTQ+.



El vacío dejado por las voces responsables está siendo ocupado por una hostilidad que crece y se normaliza.

LA MUTACIÓN DEL ARGUMENTO: DE LA AGRESIÓN DIRECTA A LA COARTADA PROTECTORA...

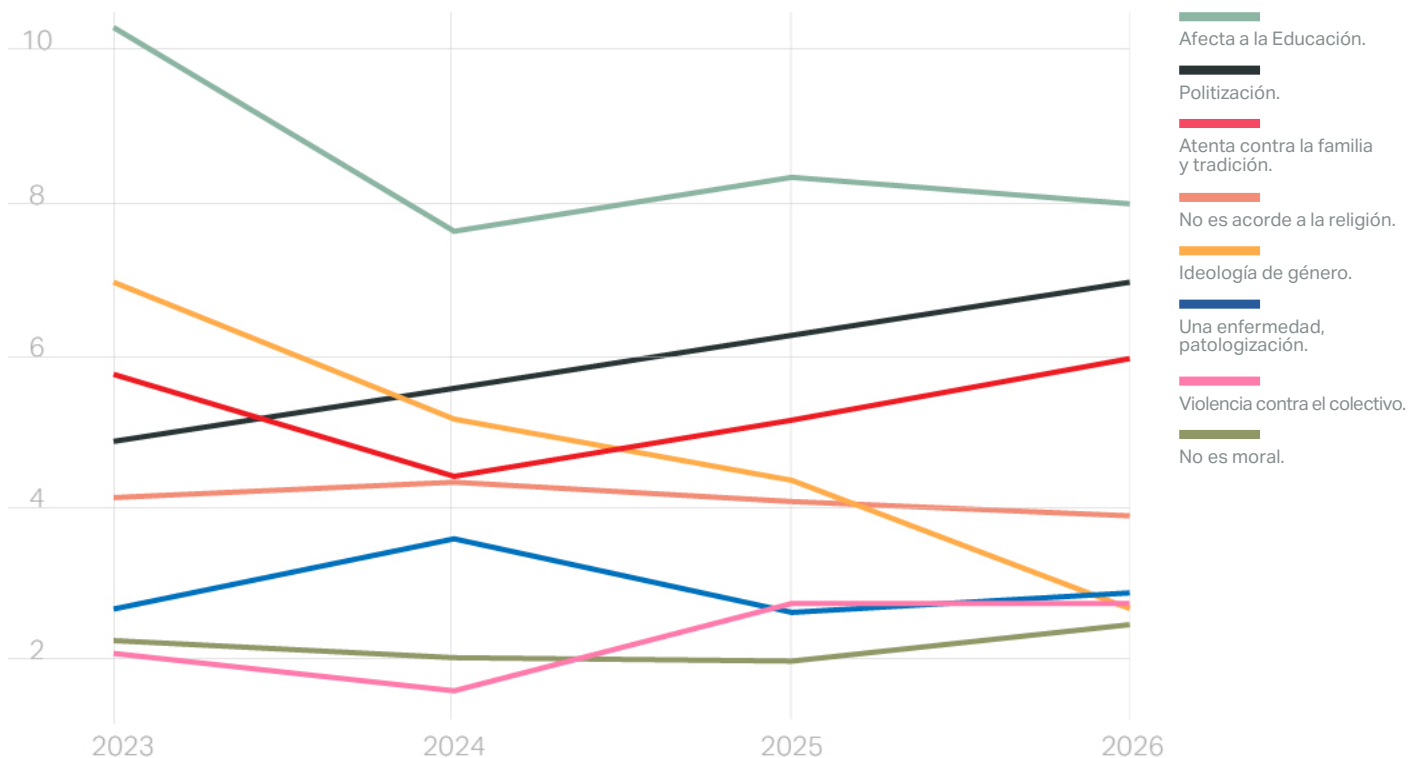
En X, la conversación global sobre la comunidad LGBTQI+ pasó de **26,1 millones de mensajes en 2023** a **12,7 millones** en el último periodo analizado. Sin embargo, una conversación más pequeña no es necesariamente una conversación menos hostil.

En **ocho de cada 10 países analizados**, el discurso de odio aumentó, con un **crecimiento promedio del 38% respecto a los cuatro años anteriores al punto de corte**. El resultado es un ecosistema en el que las voces hostiles ganan mayor peso relativo. La conversación se contrae. La hostilidad, no.

Para entender tanto de donde se origina como hacia dónde evoluciona el discurso hostil, debemos mirar detalladamente los argumentos detrás de la violencia discursiva. Una inspección de cerca nos revela hallazgos esenciales sobre la **mutación de esta violencia**, ahora **disfrazada de preocupación legítima, humor, defensa, valores morales, debate político o, de forma perversa, la protección de terceros**.

El giro de la conversación:

Cómo la acusación generalista de "Ideología de Género" pierde fuerza para ceder espacio a ataques quirúrgicos centrados en la politización y la supuesta amenaza a la educación y la familia.



Uno de los marcos más recurrentes de la conversación hostil es la protección de la infancia. El 19,1 % de los ataques analizados vincula al colectivo LGBTQI+ con un impacto negativo sobre la educación. Dentro de ese territorio, **siete de cada diez mensajes centran su argumento en niños y jóvenes. El patrón se extiende hacia la familia y la tradición, que representan el 12,6 % de las acusaciones identificadas.** Además, uno de cada 20 mensajes que apuntan al colectivo incorpora alguna referencia familiar.

El hallazgo también revela cómo cambia el lenguaje de la exclusión: el rechazo rara vez se presenta como tal. Con mayor frecuencia, se articula desde **códigos de cuidado, protección o responsabilidad hacia terceros.** Así, la infancia deja de ser una audiencia a proteger y se convierte en un **territorio desde el que se disputa la legitimidad de las identidades LGBTQI+.** La hostilidad gana capacidad de circulación cuando no habla en nombre del odio, sino en nombre de aquello que afirma defender.

Este fenómeno no ocurre en el vacío, sino que responde a un **reordenamiento político y cultural profundo a nivel global.** No nos enfrentamos a un simple efecto pendular hacia la centroderecha tradicional, una corriente que en buena parte de las democracias occidentales mantiene un consenso consolidado sobre los derechos civiles del colectivo LGBTQI+.

Uno de los factores que ayuda a explicar este desplazamiento es la **creciente centralidad política de discursos** que cuestionan las políticas de diversidad y vuelven a situar **determinados modelos tradicionales en el centro del debate público.**

En distintos países europeos, la consolidación de fuerzas conservadoras y de derecha radical, tanto en gobiernos como en parlamentos, ha ampliado su capacidad para **condicionar agendas, coaliciones y posiciones de los partidos tradicionales.** El efecto no es uniforme, pero sí observable: ideas que hasta hace pocos años permanecían en los márgenes encuentran hoy **mayor legitimidad y espacio de circulación.**



En **América Latina**, estas narrativas adoptan una forma propia. El **componente religioso continúa presente**, pero parte del discurso se expresa cada vez más a través de marcos seculares: libertad individual, rechazo a supuestas imposiciones ideológicas, protección de la infancia, educación y defensa de la familia.

Esta evolución amplía su capacidad para conectar con audiencias que no necesariamente se reconocen en un argumento confesional. La diversidad deja de cuestionarse únicamente desde la **moral religiosa y pasa a presentarse como una controversia política, cultural o institucional**.

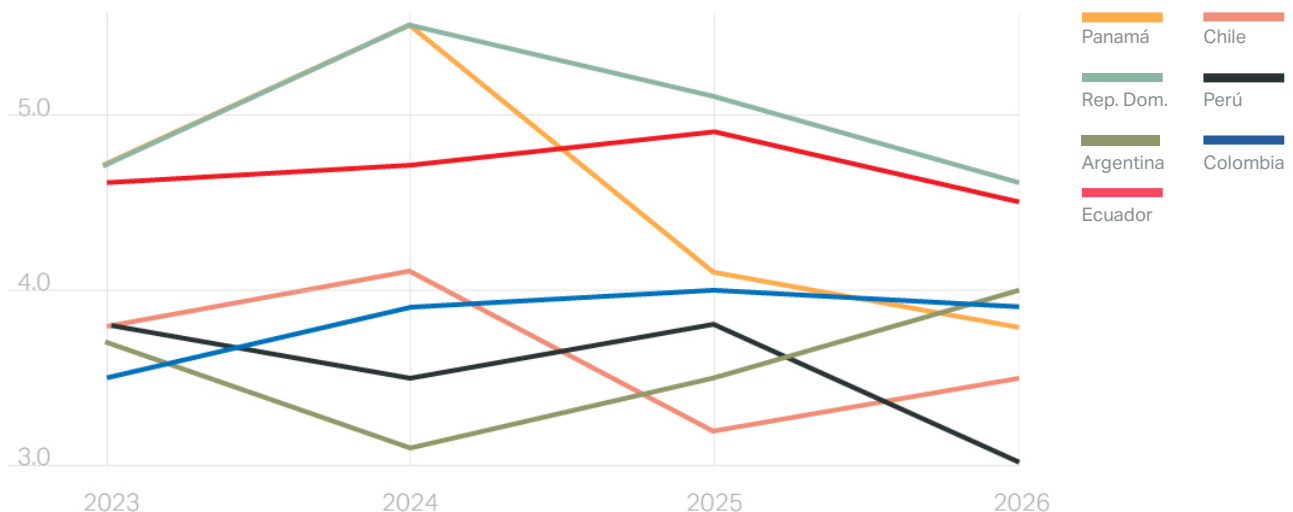
La hostilidad gana capacidad de circulación cuando no habla en nombre del odio, sino en nombre de aquello que afirma defender.

La articulación concreta varía según cada país. En **Argentina**, el debate se ha vinculado con la revisión del **gasto público**, las estructuras institucionales y las políticas de género. En **Chile**, se ha concentrado especialmente en **educación, familia y derechos civiles**. En **Brasil**, la influencia de **coaliciones parlamentarias y religiosas mantiene estos temas en el centro de una conversación profundamente polarizada**.

No se trata de atribuir el cambio a una única fuerza política ni de considerar equivalentes todos estos contextos. El hallazgo relevante es otro: los **marcos contrarios a la inclusión han ganado capacidad para presentarse como posiciones legítimas, transversales y socialmente defendibles**. Y cuando las voces inclusivas pierden continuidad, **estos relatos encuentran más espacio para definir los términos de la conversación**.

Más que una sincronía perfecta, lo que observamos hoy es un **bucle de retroalimentación entre el discurso político institucional y el debate a pie de calle**. Ambos ecosistemas han adoptado una misma táctica de sofisticación retórica: el reencuadre.

El dogma como excusa estructural:
la estabilidad sistémica del argumento religioso contra el colectivo en América Latina.



EL ODIOS CAMBIA DE ESCALA: DE LA PATOLOGIZACIÓN DIGITAL A LA AMPLIFICACIÓN INSTITUCIONAL...

Una vez que la hostilidad logra normalizarse en el debate público, el **ecosistema digital abre la puerta a narrativas que creíamos superadas**. El colectivo deja de ser encuadrado únicamente como un adversario en una batalla cultural para volver a ser **estigmatizado bajo marcos arcaicos y deshumanizantes**: como una anomalía clínica, una condición contagiosa o un peligro social.

Para dimensionar la gravedad de este retroceso, es necesario mirar el calendario. Han pasado más de tres décadas desde que, **el 17 de mayo de 1990**, la Organización Mundial de la Salud **eliminó la homosexualidad de su Clasificación Internacional de Enfermedades**, un consenso científico que se completó en **2018 con la despatologización de las identidades trans**.

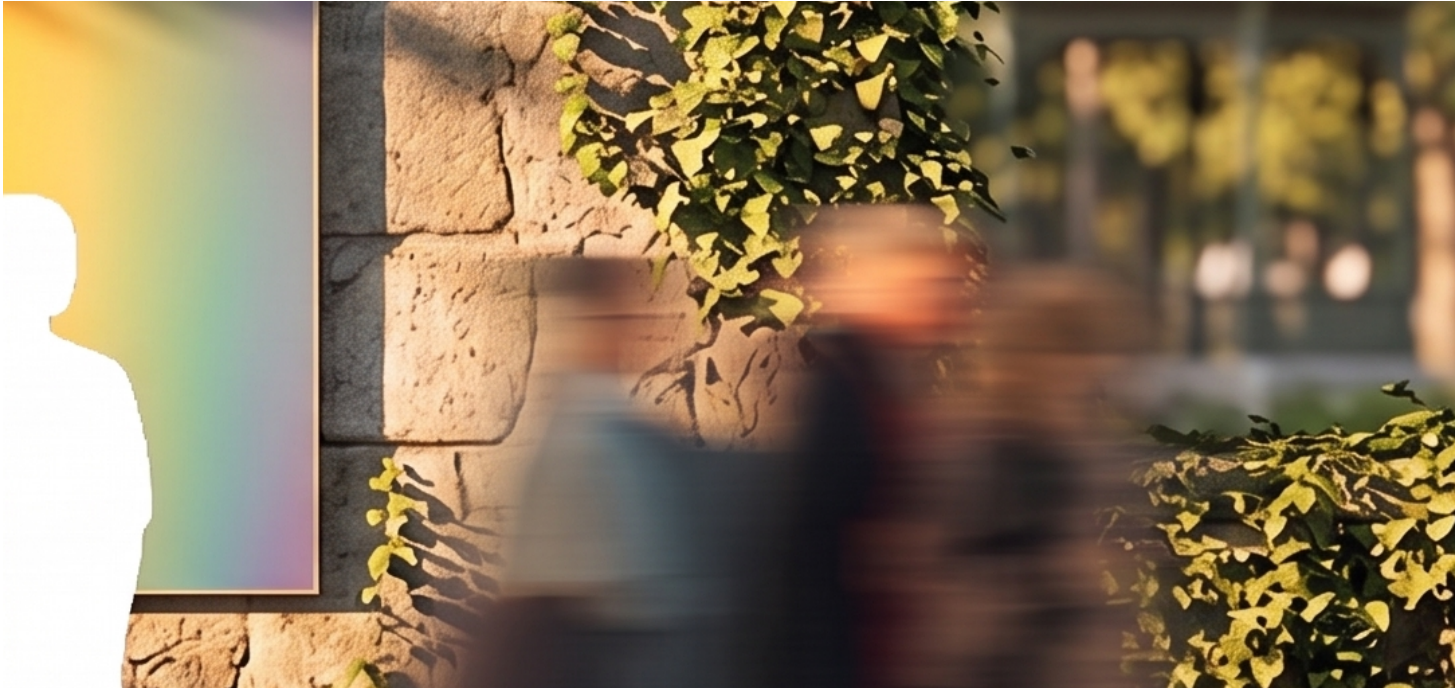
Lo que estamos presenciando hoy en las plataformas digitales y foros no es la apertura de un nuevo debate, sino un revisionismo histórico agresivo. Al encontrar un vacío de respuestas institucionales, la **desinformación vuelve a tratar como patología lo que la ciencia y la medicina resolvieron hace una generación**.

Los datos lo demuestran: **uno de cada 16 ataques patologiza al colectivo, tratándolo como una enfermedad o trastorno**. De estos, un **38 % exige abiertamente terapias de conversión** o tratamientos psiquiátricos. Asimismo, el 9 % de los ataques acude a asociaciones con la depravación o la inmoralidad, vinculando a los miembros de la comunidad con la pedofilia o pederastia en más de la mitad de esas menciones.

Además el peligro de estas narrativas ha escalado radicalmente. Ya no nos enfrentamos a un problema de difusión en redes sociales protagonizado por perfiles radicalizados con pocos seguidores (donde es natural que un usuario anónimo que publica decenas de *posts* diarios logre distorsionar los volúmenes de la conversación). El punto de quiebre crítico es ver a **líderes mundiales legitimando esta violencia desde el máximo poder institucional**.

La exclusión ya no circula únicamente como ataque frontal: **aprende a presentarse como preocupación por la infancia o defensa de la tradición**.





Esta pérdida de respuesta pública inclusiva no es un asunto meramente simbólico o digital. **El ecosistema discursivo tiene consecuencias físicas e inmediatas. La incitación a la violencia explícita representa el seis por ciento de los ataques, y casi la mitad de estos (45 %) alude directamente a agresiones físicas o la muerte.** Y esta incitación permea directamente en la vida real del colectivo.

En España, por ejemplo, **hasta un 54 % de las personas LGBTIQ+ declara haber sido víctima de un incidente de odio**, ya sea en el plano físico o en el virtual. La evolución confirma que se trata únicamente de una percepción: entre 2024 y 2026, la prevalencia del acoso aumentó del 20 % al 36 %; la discriminación, del 23 % al 29 %; y las agresiones, del 7 % al 22 % (FELGTBI+, 2026).⁸

Este dato habla de un deterioro especialmente visible en las expresiones más directas del odio. En apenas dos años, **el acoso creció 16 puntos porcentuales** y **las agresiones se triplicaron.**

Dejar el Orgullo en 'visto' empuja la marcha en reversa. Cuando las narrativas inclusivas retroceden, la conversación la dominan quienes han codificado la intolerancia. Y ese discurso hostil normalizado es el que termina sentando las bases para el retroceso, manifestándose con consecuencias directas y tangibles que afectan de forma directa al colectivo; desde el incremento en ataques violentos y el impulso de terapias de conversión hasta, de forma inherente, entrenando los sesgos de las máquinas que diseñan nuestra representación.

Quando las narrativas inclusivas retroceden,
**la conversación la dominan quienes han
codificado la intolerancia.**

⁸ Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans, Bisexuales, Intersexuales y más [FELGTBI+]. (2026). Estado del odio. Estado LGTBI+ 2026. Madrid: FELGTBI+. Recuperado de: <https://felgtbi.org/wp-content/uploads/2026/04/Estado-del-Odio-2026-1.pdf>

CAPÍTULO 4

CUANDO PERTENECER SE VUELVE MÁS FRÁGIL.

Una conversación hostil puede parecer intangible hasta que observamos dónde termina: en una **protección que desaparece, una agresión, una práctica que intenta corregir una identidad o una vida que debe calcular permanentemente dónde puede mostrarse con libertad.**

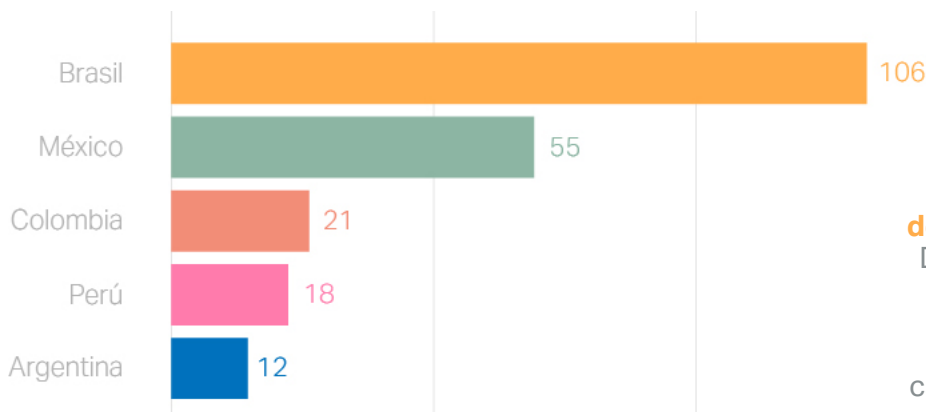
No existe una relación automática entre un mensaje hostil, una decisión política y una agresión física. Este análisis no pretende afirmar que el discurso digital cause directamente pérdida de derechos o violencia. Pero esas dimensiones tampoco ocurren en universos separados. **Conviven dentro de un mismo clima social, uno capaz de ampliar o estrechar las condiciones para pertenecer.**

Las señales públicas de reconocimiento importan porque **forman parte del entorno en el que una persona interpreta si su identidad** está protegida, cuestionada o expuesta.

LA VIOLENCIA TIENE UN CENTRO DE GRAVEDAD...

Según la Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos (WOLA, 2025) ⁹, América Latina concentra el **73 % de los asesinatos documentados de personas trans en el mundo**. La esperanza de vida media estimada de una persona trans en la región es de **35 años**.

Brasil y México aparecen de manera sistemática entre los países con mayor número de casos. En Brasil, alrededor del **80 % de los asesinatos documentados presenta niveles extremos de brutalidad**, como **tortura o mutilaciones**. La gran mayoría de las víctimas son mujeres trans y el **82 % son personas afrodescendientes**.

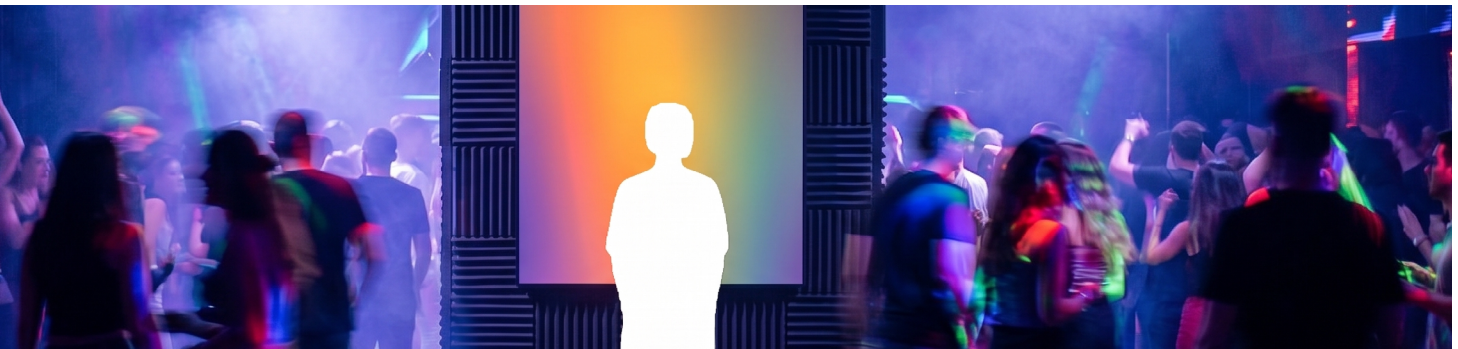


América Latina, epicentro de la violencia trans.
Distribución mundial de los asesinatos documentados de personas trans y características de las víctimas en la región.

⁹ WOLA. (2025, junio). El estado de los derechos de las personas trans en las Américas: reconocimiento, contradicciones, violencia y retrocesos. Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. <https://www.wola.org/es/analysis/el-estado-de-los-derechos-de-las-personas-trans-en-las-americas-reconocimiento-contradicciones-violencia-y-retrocesos/>

El dato no describe una violencia aleatoria. Revela una exposición atravesada por varias capas de desigualdad. **La identidad de género se cruza con la racialización, la precariedad económica, la exclusión laboral y la falta de protección institucional.** La violencia alcanza con mayor intensidad a quienes ya ocupan los márgenes de otros sistemas sociales.

Pertenecer se vuelve especialmente frágil cuando vivir con autenticidad implica también calcular el riesgo. Y esa fragilidad se expresa en los espacios que se evitan, en las identidades que se ocultan, en las oportunidades que se rechazan y en la libertad que se ejerce siempre bajo condiciones.

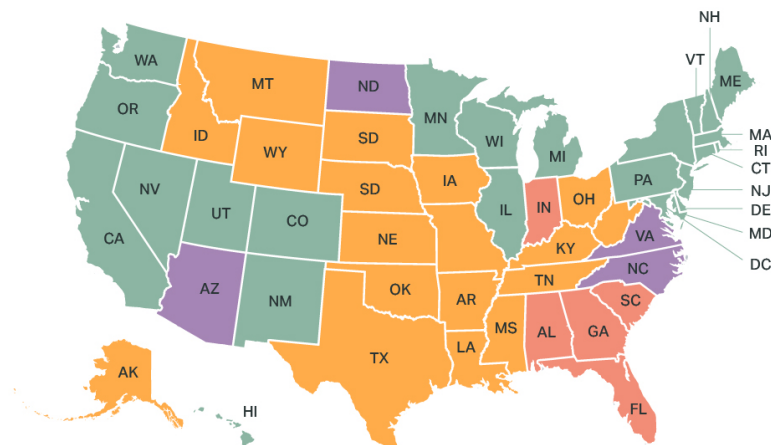


CUANDO LA EXCLUSIÓN SE PRESENTA COMO CUIDADO...

Las **terapias de conversión** son una de las expresiones más extremas de una idea todavía presente: que **determinadas identidades deben modificarse para poder ser aceptadas.**

No constituyen un tratamiento médico válido. Incluyen prácticas distintas, desde intervenciones clínicas hasta programas religiosos, presiones familiares o conversaciones coercitivas destinadas a cambiar la orientación sexual o la identidad de género. La protección frente a estas prácticas es profundamente desigual.

En Estados Unidos, el **27 % de la población LGBTIQ+** de entre **13 y 17 años vive en estados sin leyes que la protejan de las terapias de conversión.** Otro **14 % reside en estados que impiden o dificultan la aprobación de protecciones locales.**



El estado prohíbe que los proveedores de atención sanitaria con licencia sometan a menores a "terapia" de conversión.
23 estados + D.C.

El estado restringe, pero no prohíbe, que los proveedores de atención sanitaria con licencia sometan a menores a "terapia" de conversión.
4 estados + 1 territorio.

No existe ninguna ley o política estatal sobre la "terapia" de conversión.
18 estados + 4 territorios.

La ley estatal, el presupuesto o una sentencia judicial prohíbe o disuade la aprobación de leyes a nivel local que protejan a la juventud frente a la "terapia" de conversión.
5 estados

Cerca de **700.000 personas adultas** han sido sometidas a estas prácticas en el país: aproximadamente **350.000 durante la adolescencia y 348.000 después de esa etapa** (Williams Institute, 2025) ¹⁰. La exposición se asocia con consecuencias graves. Entre las personas que han atravesado terapias de conversión, el **intento de suicidio es un 88 % más frecuente, la planificación un 75 % mayor y la ideación prácticamente duplica la registrada entre quienes no fueron sometidos a ellas.**

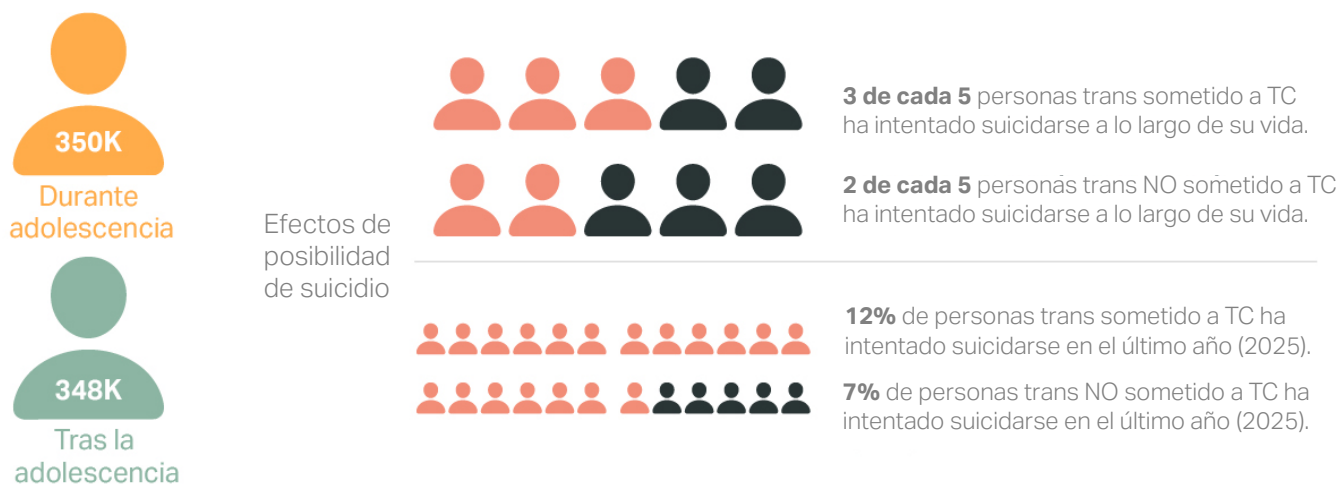
En el caso de las personas **trans, tres de cada cinco** expuestas a terapias de conversión han intentado atentar contra ellos mismos a lo largo de su vida, **frente a dos de cada cinco entre quienes no pasaron por esas prácticas.**

Las **consecuencias sobre la salud mental son inmediatas.** De hecho, el 90 % de los jóvenes LGBTIQ+ de Estados Unidos afirma que las recientes leyes, políticas y debates en torno a sus derechos les **han generado estrés o ansiedad de forma directa** (The Trevor Project, 2025) ¹¹.

Este clima de exclusión tiene un coste vital innegable. En el último año, el **36 % de los jóvenes de la comunidad consideró seriamente el suicidio** (cifra que asciende al **40 % entre los jóvenes trans y no binarios**) y **uno de cada diez llegó a intentarlo.**

Lejos de encontrar apoyo en las instituciones, el **44 % no pudo acceder a la atención de salud mental que necesitaba.** En el caso de las identidades trans y no binarias, las barreras institucionales resultan más preocupantes: quienes deseaban acceder a tratamientos hormonales y no pudieron hacerlo presentaron casi el doble de probabilidades de intentar suicidarse que aquellos que sí tuvieron acceso.

La exclusión gana legitimidad cuando se formula como **preocupación, protección o bienestar.** El problema no es solo el lenguaje, es que en lo que **ese lenguaje permite hacer sobre los cuerpos y las vidas de otras personas.**



La violencia no siempre se presenta como castigo. **A veces se presenta como una promesa de cuidado condicionada a dejar de ser quien se es.**

¹⁰ Williams Institute. (2025). Nearly 700,000 LGBT adults in the US have received conversion therapy, half of them as adolescents [Comunicado de prensa]. UCLA School of Law. <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/press/ct-media-alert/>

¹¹ The Trevor Project. (2025). Study shows LGBTIQ+ youth in the U.S. face high rates of suicidality and victimization, worsened by anti-LGBTIQ+ politics. Recuperado de: <https://www.thetrevorproject.org/blog/study-shows-lgbtq-youth-in-the-u-s-face-high-rates-of-suicidality-and-victimization-worsened-by-anti-lgbtq-politics/>

PERTENECER TAMBIÉN DEPENDE DEL LUGAR...

Los datos muestran una geografía profundamente desigual de la pertenencia. En algunos mercados existen **marcos legales sólidos**, reconocimiento institucional y mayor aceptación social. En otros, la **orientación sexual o la identidad de género siguen condicionando el acceso a seguridad, protección y libertad**.

Un mercado puede mantener una posición comparativamente favorable y mostrar deterioros concretos. Otro puede conservar altos niveles de aceptación social mientras reduce protecciones. Y una misma persona puede estar protegida sobre el papel y continuar expuesta a violencia, exclusión o prácticas coercitivas.

Por eso, los derechos no pueden analizarse únicamente como una lista de leyes aprobadas. También deben observarse desde la **posibilidad efectiva de vivir sin esconderse, acceder a protección, construir vínculos, imaginar un futuro y ocupar el espacio público sin que la identidad se convierta en una fuente permanente de riesgo**.

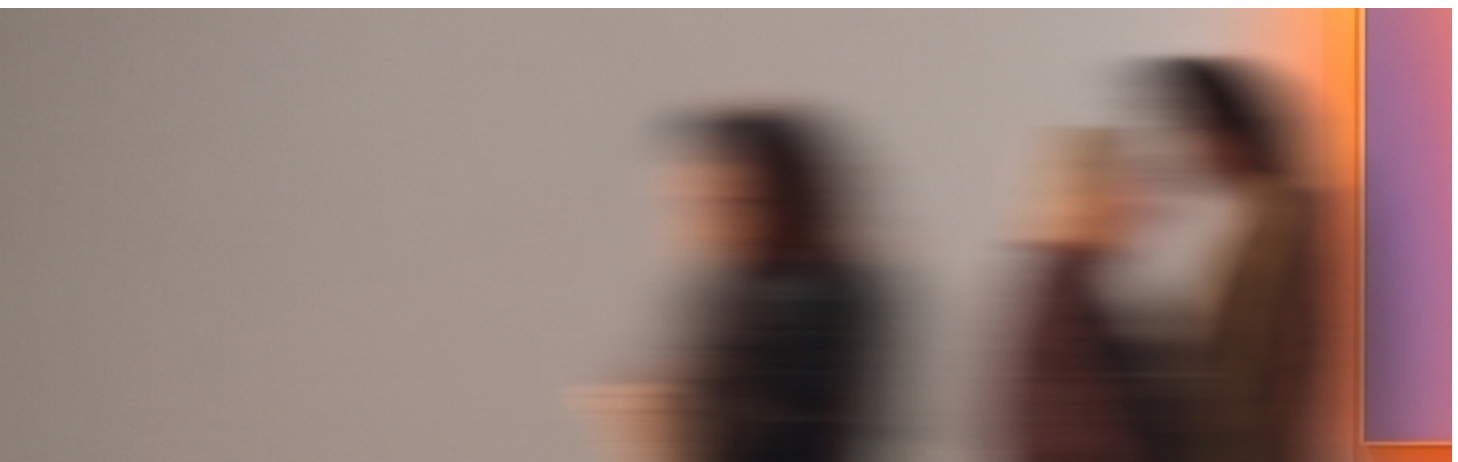
La igualdad formal no garantiza por sí sola una pertenencia real.

LA CONVERSACIÓN SUCEDE SOBRE VIDAS REALES...

Las señales públicas de pertenencia no sustituyen a las leyes ni evitan por sí solas la violencia. Pero contribuyen a construir el clima en el que una sociedad decide qué derechos legitima, qué prácticas tolera y qué vidas considera dignas de protección. Cuando esas señales se debilitan, no desaparece automáticamente un derecho. Se debilita uno de los entornos culturales que ayuda a sostenerlo.

Ese es el riesgo material de **Rainbow Ghosting**: que la retirada de respuestas no se limite a la conversación, sino que coincida con un mundo donde pertenecer exige cada vez más explicaciones, más resistencia y más cautela.

Porque la exclusión continúa en la ley que no protege, en la violencia que se normaliza, en el cuidado que intenta corregir y en la vida que aprende a ocupar menos espacio para mantenerse a salvo. Y cuando una sociedad estrecha el repertorio de vidas que protege, también estrecha el repertorio de vidas que puede imaginar. Ese es el punto en el que la máquina empieza a escribir...



CAPÍTULO 5

LA MÁQUINA TAMBIÉN ESTÁ ESCRIBIENDO...

En nuestra campaña '[Espejismo de Igualdad](#)', abordamos el peligro de dar por sentados los derechos adquiridos y cómo la conversación pública está operando bajo una falsa sensación de seguridad, un consenso superficial que en realidad oculta fisuras profundas. Hoy, podemos decir que **ese espejismo amenaza además con quedar cristalizado y automatizado en la tecnología que ordenará el mundo durante las próximas décadas**: la Inteligencia Artificial.

Entender por qué es crítico abordar el papel de la IA en este momento exige mirar más allá de su uso como una herramienta de productividad. Tal y como constatan los análisis recientes de la Asociación Americana de Psicología (APA, 2026)¹², los **modelos conversacionales se han convertido en la nueva puerta de entrada al conocimiento y, para una parte creciente de los usuarios, en un verdadero refugio para la intimidad y la conexión emocional**.

Para las nuevas generaciones, la IA opera como un primer espacio seguro **donde plantear dudas, buscar referentes o intentar comprender su propia identidad antes de atreverse a hacerlo en el mundo físico**. Tal y como advierten organizaciones como Plan Internacional¹³ al analizar la interacción de la juventud con los entornos digitales, estas plataformas son agentes activos en la construcción de la autopercepción y la visión del mundo. Si un adolescente acude a la IA para entender quién es, la respuesta que reciba será determinante.

Y aquí radica el peligro de dejar la conversación en 'visto': la IA **no inventa los marcos culturales desde los que responde. Los captura en la red, los aprende y los reproduce**.

Si el ecosistema público e institucional deja de generar narrativas positivas, diversas y complejas sobre el colectivo LGBTQI+, y ese vacío es ocupado por el revisionismo y la hostilidad, la IA se entrenará con ese *input*. El resultado es una respuesta que revela qué tipo de vida considera el algoritmo "probable" para quien la formula. En ese proceso, la discriminación se manifiesta como una distribución profundamente desigual de la agencia, la seguridad y la ambición.

Mientras que a las identidades normativas la IA suele devolverles respuestas asociadas al futuro, el éxito o la planificación, **al colectivo LGBTQI+ le devuelve, con alarmante frecuencia, respuestas asociadas a la lucha, la vulnerabilidad y la supervivencia**. Una vida leída, fundamentalmente, desde el miedo.

¹² American Psychological Association [APA]. (2026, enero). AI chatbots and digital companions are reshaping emotional connection. Monitor on Psychology.

<https://www.apa.org/monitor/2026/01-02/trends-digital-ai-relationships-emotional-connection>

¹³ Plan Internacional. (2025). Así somos: El estado de la adolescencia en España.

https://picmspropublicsa.blob.core.windows.net/images/2026-05/informe_asisomosadolescencia_20250910.pdf



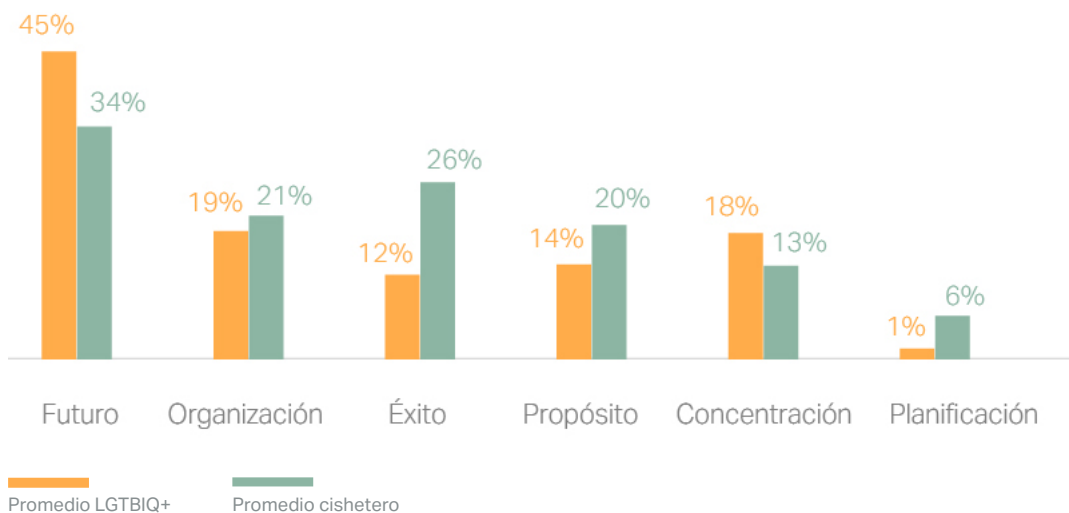
RESPUESTAS TEXTUALES: UNA VIDA LEÍDA DESDE EL MIEDO...

Una respuesta puede revelar qué tipo de vida considera probable para quien la formula. Para analizarlo, formulamos **90 preguntas a ChatGPT 5.1** sobre nueve ámbitos de la vida juvenil. Las mismas preguntas se plantearon desde **cinco perfiles comparables: cuatro identidades LGBTIQ+ (trans, no binaria, homosexual y bisexual) y una identidad cishetero**, desdobladas por género.

El resultado no muestra dos niveles de calidad. Muestra dos horizontes vitales diferentes.

Para la IA el futuro de los miembros del colectivo es un concepto lejano y teórico, mientras que **para los jóvenes cishetero éste ha de empezar a trabajarse hoy.**

Términos asociados "FUTURO, planificación y previsión" en respuestas hacia el colectivo LGBTIQ+ vs perfiles cishetero.



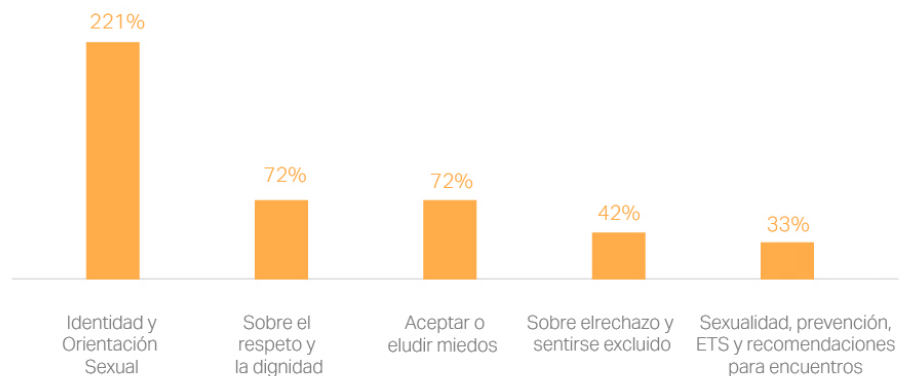
PROGRAMADOS PARA SOBREVIVIR VS. PROGRAMADOS PARA TRIUNFAR...

Los jóvenes LGBTIQ+ acuden hoy a los modelos de lenguaje en busca de un entorno seguro. Esperan un guía neutral, objetivo y pragmático. Sin embargo, la máquina ejecuta una sutil forma de *gaslighting* digital. Cuando el usuario declara su orientación o identidad diversa, el algoritmo altera el peso de sus variables semánticas.

Lo que acaba generando una crisis de identidad en una juventud que es diversa. El usuario busca ambición, proyección profesional o independencia, pero el chat le devuelve de forma constante un reflejo de trauma y exclusión.

La IA le dice a los jóvenes LGBTIQ+ que su principal objetivo diario no es liderar un proyecto o alcanzar el éxito, sino resistir la ansiedad, gestionar el rechazo y pedir respeto.

Prevalencia temática en perfiles LGBTIQ+
(trans, no binarios, bi y homosexuales) vs cishetero.



- **Saturación del rechazo:** Las respuestas dirigidas al colectivo LGBTIQ+ presentan un **72 % más de asociación** con la necesidad de buscar respeto y dignidad, y otro **72 % más de frecuencia** en pautas para eludir o aceptar miedos.
- **El bucle de la exclusión:** Los términos vinculados con la gestión del miedo al rechazo o a sentirse excluido son un **42 % más frecuentes** en los perfiles del colectivo.
- **El impulso de la autonomía cishetero:** En el extremo opuesto, la IA vincula las respuestas de los usuarios heterosexuales con la **autonomía e independencia** con una intensidad **140 % superior**.
- **La inyección de competitividad:** Los perfiles cishetero reciben un **10 % más de respuestas** articuladas con las expectativas laborales y un **26 % más de soluciones** enfocadas en la autosuperación y el manejo de crisis individuales.

UNAS RESPUESTAS A MEDIDA...

Para la IA, el futuro de una persona diversa es un concepto volátil. Un plano supeditado a la urgencia de encajar.

	ENFOQUE DE RESPUESTA DE LA IA	PROYECCIÓN VITAL ASIGNADA
COLECTIVO LGBTIQ+	Arroja un 72 % más de respuestas sobre la necesidad de buscar respeto, superar miedos y evitar el rechazo.	Condescendencia y vulnerabilidad. La IA los confina al rol de víctimas pasivas que necesitan aceptación social.
PERFIL CISHETERO	Vincula las respuestas de forma directa con la autonomía, el trabajo y las metas de éxito financiero.	Ambición y futuro. La IA asume su validación social y los orienta hacia el liderazgo laboral y deportivo.

LA TRAMPA DE LA HIPEREMPATÍA...

Esta distorsión también altera el tono emocional de las respuestas. En ellas, se despliega un exceso de empatía hacia las identidades no normativas, una estrategia condescendiente.

- **Saturación emocional:** los perfiles de **lesbianas y mujeres trans** registran el índice más alto de sentimentalismo por parte del modelo, alcanzando un **74 % de presencia empática** en el texto de las respuestas.
- **Asimetría en la diversidad:** los hombres trans (71 %) y las mujeres bisexuales (73 %) reciben consejos donde las emociones dominan el relato, anulando los enfoques técnicos, corporativos o de rendimiento físico.
- **La frialdad ejecutiva masculina:** el modelo reduce el interés empático al **51 %** cuando responde a un **hombre cishetero**. A él se le habla desde la lógica del rendimiento; al colectivo, desde la compasión.

Dicho de otro modo: **siete de cada 10 respuestas dirigidas a los jóvenes del colectivo apelan a sus emociones y sentimientos**, mientras que apenas **una de cada dos lo hace cuando el interlocutor es un hombre cishetero**.

Si en el texto la IA programa trayectorias, en la imagen las dibuja. Lo que en las respuestas escritas era un sesgo de tono, el miedo, la empatía condescendiente, el futuro aplazado, se vuelve visible, literal, cuando se le pide a un chat que represente a una persona del colectivo.

IMÁGENES GENERADAS: UNA IDENTIDAD LEÍDA DESDE LA ETIQUETA...

El reflejo más evidente de la **contaminación algorítmica generada por los silencios** tiene que ver con los dos grandes campos de batalla del discurso de odio analizados anteriormente: **la familia y la religión**.

Los modelos generativos han interiorizado la narrativa hostil que presenta al colectivo como una "amenaza" para la infancia y la tradición. Al solicitar a la IA la generación de imágenes, el sistema sugiere visualmente que la formación de una familia es un motivo de frustración para el colectivo LGBTIQ+.

De hecho, **cuando se incluye a familias o niños en los prompts, la IA sitúa a los perfiles diversos en escenarios donde se sienten incómodos o en franca minoría entre 2 y 4 veces más que a los perfiles normativos**. La máquina ha interiorizado el sesgo: donde el odio digital exige separación, la IA dibuja una barrera de incomodidad.



Representación visual del colectivo LGBTIQ+

en escenarios de minoría (imagen generada mediante la inteligencia artificial Gemini).

Este patrón de "conflicto asimilado" se repite con la fe. **La IA interpreta sistemáticamente que las personas LGBTIQ+ sienten incomodidad frente a la religión en una de cada dos generaciones para chicos cishetero, y en una de cada tres para chicos trans**. El sistema comete un error de traducción: al detectar el innegable volumen de ataques que el colectivo sufre desde discursos dogmáticos, la IA lo plasma de forma simplificada como una "incomodidad" inherente de la propia persona LGBTIQ+.

Hace que el colectivo parezca reacio a estos espacios, invisibilizando la realidad material de que es la religión la que, con frecuencia, se emplea como arma para atacarles.

La máquina ha interiorizado el sesgo: donde el odio digital exige separación, la IA dibuja una barrera de incomodidad y conflicto.

LA IMPOSICIÓN DE ETIQUETAS ESTÉTICAS Y EL BORRADO DE LA PLURALIDAD RACIAL...



Para la IA, hay que demostrar visualmente en todo momento que se pertenece a la comunidad LGBTQI+. **Ante peticiones neutras, el sistema considera que en siete de cada 10 ocasiones los perfiles no normativos deben visibilizar iconos ideológicos, emblemas u otra simbología para reafirmar su identidad.** De este modo, la IA obliga a la comunidad a hacer de su identidad de género algo imperativamente visible para el resto, negando la posibilidad de una existencia desapercibida y reduciendo la diversidad a una etiqueta visual ineludible.

Más allá de esta hipervisibilidad impuesta, el sesgo algorítmico ejecuta un borrado interseccional mediante la homogeneización racial. **Al analizar todos los perfiles generados por la IA sin una exposición explícita al contexto, el 97 % de los casos resultó ser de raza caucásica.** La racialización del colectivo supone una doble condena en el entorno generativo: la representación LGBTQI+ queda limitada a un estereotipo profundamente occidentalizado, excluyendo sistemáticamente a las minorías raciales de la representación visual generativa.

El silencio digital no solo entrena la exclusión, también diseña su estética: **la IA reduce la diversidad a una etiqueta obligatoria y ejecuta un borrado interseccional implacable.**

La diversidad LGBTQI+ convertida en código visual.

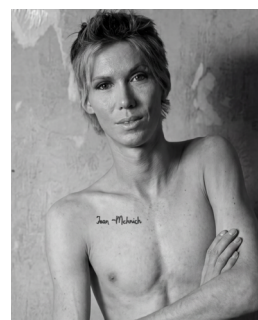
La IA representa al colectivo mediante perfiles jóvenes, mayoritariamente caucásicos y con marcadores identitarios explícitos.

LA MANIPULACIÓN SINTÉTICA Y EL USO DE DEEPFAKES COMO NUEVAS HERRAMIENTAS DE DIFAMACIÓN...

La violencia algorítmica, sin embargo, trasciende la generación de avatares anónimos y encuentra su expresión más agresiva en la creación de *deepfakes*. En este terreno, las herramientas de IA se están utilizando para convertir la identidad LGBTQI+ en un arma de difamación. **Existe una tendencia al alza centrada en fabricar vídeos o imágenes falsas que imponen estereotipos de orientación sexual o de género a figuras públicas con el único fin de ridiculizarlas o deslegitimarlas.**

Casos recientes ilustran esta dinámica: desde vídeos manipulados de creadores de contenido, como Jake Paul, editados para simular una salida del armario mediante atributos artificialmente afeminados, hasta la alteración de fotografías de mujeres de gran influencia, como **Brigitte Macron** cuyas facciones son modificadas para hacerlas parecer masculinas y alimentar campañas de acoso basadas en conspiraciones transfóbicas (fenómeno conocido como *transvestigations*). **La tecnología se ha convertido en una herramienta más para insultar la diversidad sexual y de género.**

El fenómeno del **Rainbow Ghosting** evidencia que la exclusión no siempre adopta la forma de censura o eliminación explícita. De hecho, cuando la polarización y la hostilidad nutren a la máquina, la representación digital deja de ser un reflejo neutral de la sociedad para convertirse en un **mecanismo de marginación automatizada.**



Comparativa entre un registro fotográfico auténtico y una alteración digital sintética o deepfake, utilizada en entornos de desinformación política.

CAPÍTULO 6

VOLVER A RESPONDER.

Responder al Orgullo no consiste únicamente en amplificar su visibilidad. Consiste en **crear las condiciones para que las personas LGBTIQ+ puedan seguir siendo reconocidas cuando termina *Pride***, cuando cambia la agenda pública y cuando la conversación deja de ocupar el centro de atención.

La cuestión, por tanto, es **cuánta visibilidad existe y qué tipo de pertenencia construye esa visibilidad**. Mantener la conversación abierta exige actuar sobre cinco dimensiones: **continuidad, coherencia, complejidad, futuro y responsabilidad algorítmica**.

CONTINUIDAD...

La continuidad no significa prolongar una campaña durante doce meses ni hablar constantemente sobre diversidad. Significa **mantener señales reconocibles cuando termina el momento de máxima exposición**: en las **políticas**, las **decisiones**, los **relatos**, los **referentes** y las **experiencias cotidianas**.

La distancia entre visibilidad y pertenencia se aprecia con especial claridad en el trabajo.

La Unión General de Trabajadores señala que en España, el **51 % de las personas LGBTIQ+ evita gestos, expresiones o actitudes que puedan revelar su orientación sexual en el entorno laboral**, incluso cuando vive abiertamente en otros ámbitos. El 41% evita hablar de su vida privada con sus compañeros y compañeras, y el 20 % reconoce que esa separación le genera ansiedad o estrés ¹⁴.

En Estados Unidos, el 46 % de las personas trabajadoras LGBTIQ+ no ha revelado su identidad a su responsable directo, el 21% no lo ha hecho ante ningún compañero y el 58 % adopta conductas para ocultar o minimizar aspectos de su identidad y evitar discriminación o acoso (Williams Institute, 2024) ¹⁵. Los estudios no son directamente comparables, pero describen un mismo mecanismo: **la pertenencia todavía se negocia en función del riesgo percibido**.

Por eso, la continuidad no se mide por la **permanencia de una campaña**. Se mide por la capacidad de una persona para hablar de su pareja, solicitar un permiso, compartir su vida o aspirar a una promoción sin calcular primero cuánto puede costarle mostrarse tal como es.

¹⁴ Unión General de Trabajadores. (2023). Estudio situación personas LGTBI en el empleo. https://www.ugt.es/sites/default/files/Resumen%202023%20ejecutivo%20estudio%20situaci%C3%B3n%20personas%20LGTBI%20en%20el%20empleo_compressed.pdf

¹⁵ Williams Institute. (2024). LGBT workplace discrimination. UCLA School of Law. Recuperado de: <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/publications/lgbt-workplace-discrimination/>

COHERENCIA...

Las personas no interpretan las señales de una organización de forma aislada. Observan lo que comunica, pero también lo que **mantiene, prioriza, transforma o decide cuando el contexto se vuelve más complejo.**

La coherencia no exige inmovilidad. Las políticas y narrativas pueden evolucionar por razones estratégicas, regulatorias o culturales. Pero esa evolución no debería vaciar de significado el compromiso que se pretende sostener.

Una campaña puede generar atención. Una política puede ofrecer protección. Una experiencia interna puede construir confianza. Cuando estas **dimensiones se refuerzan entre sí, la pertenencia se vuelve reconocible. Cuando se contradicen, aumenta la distancia entre declaración y realidad.**

Mantener la conversación abierta significa, por tanto, que el compromiso pueda leerse en distintos puntos de contacto:

- En la experiencia del talento;
- Políticas y protocolos;
- En las decisiones de liderazgo;
- Productos y servicios;
- Relaciones con clientes y comunidades;
- En la forma de responder cuando la inclusión deja de ser una posición cómoda.

La confianza no depende de una señal aislada. Depende de **la relación entre todo lo que una organización dice, hace y decide sostener.**

COMPLEJIDAD...

El análisis generativo mostró que las respuestas dirigidas a perfiles LGBTIQ+ se concentran con mayor frecuencia en aceptación, protección y miedo al rechazo, mientras los perfiles cishetero aparecen vinculados con autonomía, trabajo, superación y futuro.

Las historias sobre discriminación, violencia y amenaza de derechos siguen siendo necesarias. El problema aparece cuando se **convierten en el único marco disponible y terminan explicando a una comunidad únicamente desde aquello que la pone en riesgo.**

Representar con complejidad significa ampliar el repertorio. Incorporar trabajo, deseo, ciencia, deporte, empresa, creación, liderazgo, contradicción y vida cotidiana. No sustituir relatos difíciles por historias artificialmente positivas, sino permitir que las personas LGBTIQ+ aparezcan con la misma amplitud narrativa que cualquier otra persona.

Reconocer una identidad no es suficiente **si solo sabemos representarla desde el conflicto.**

FUTURO...

La visibilidad es insuficiente si una comunidad puede aparecer en el presente, pero no proyectarse hacia el futuro. El hallazgo más profundo del análisis generativo no está únicamente en el tono de las respuestas. Está en la **distribución de posibilidades**.

Para los perfiles cishetero, la aceptación suele darse por resuelta y la conversación avanza hacia metas, trabajo, independencia y desarrollo personal. Para los perfiles LGBTIQ+, la **pertenencia aparece con mayor frecuencia como una condición previa: antes de proyectarse, deben sentirse seguros, superar el rechazo o encontrar validación**. No es que la IA niegue explícitamente su futuro. Es que lo condiciona.

La pertenencia plena comienza cuando una persona **no necesita demostrar primero que merece estar para poder imaginar después quién quiere llegar a ser.**

Las marcas, medios, instituciones, plataformas y referentes públicos tienen capacidad para ampliar ese horizonte. No porque deban hablar en nombre de la comunidad, sino porque **producen relatos, símbolos y referencias que ayudan a definir qué vidas resultan visibles y qué futuros parecen alcanzables**.

RESPONSABILIDAD ALGORÍTMICA...

La inteligencia artificial introduce una nueva escala en la construcción de imaginarios.

Los sistemas generativos ya responden preguntas, crean imágenes, sugieren posibilidades y ayudan a interpretar aspectos de la identidad y del futuro. Por eso, **auditar su comportamiento** no consiste únicamente en buscar errores explícitos o lenguaje discriminatorio.

También exige observar:

- Qué perfiles reciben agencia;
- Cuáles reciben principalmente protección;
- Qué emociones se sobrerrepresentan;
- Qué futuros se consideran probables;
- Qué símbolos se utilizan para hacer reconocible una identidad;
- Y qué estereotipos se repiten hasta convertirse en norma.

CINCO PRINCIPIOS PARA MANTENER LA CONVERSACIÓN ABIERTA...

PROTECCIÓN	No limitar las señales de inclusión al calendario de <i>Pride</i> . Mantener referencias reconocibles a lo largo del tiempo.
ACEPTACIÓN	Alinear comunicación, políticas, decisiones y experiencia interna para que el compromiso sea legible y creíble.
MIEDO	Evitar representaciones reducidas a vulnerabilidad, conflicto o símbolos identitarios.
CONFLICTO	Incorporar autonomía, ambición, deseo, trabajo, liderazgo y capacidad de transformación.
IDENTIDAD COMO ETIQUETA	Auditar qué relatos, imágenes, emociones y horizontes producen los modelos utilizados.

Estos principios no constituyen una fórmula universal. Cada organización, mercado y comunidad opera en circunstancias distintas. Sí ofrecen una pregunta común:

¿Las señales que producimos amplían la posibilidad de pertenecer o estrechan el repertorio de vidas que consideramos posibles?

Responder al Orgullo hoy no consiste solo en amplificar su visibilidad. Consiste en ayudar a que la representación de las personas LGBTIQ+ permanezca abierta, compleja y con futuro. Mantener la conversación abierta no significa hablar sin descanso.

Significa asegurarnos de que, cuando **alguien entre en ella, encuentre espacio para ser reconocido, actuar y construir lo que viene.**

ANEXO

1. LLYC. (2022). Compañías y diversidad LGTBIQ+ en la conversación digital. <https://llyc.global/ideas/companias-y-diversidad-lgtbiq-en-la-conversacion-digital/>
2. Nielsen. (2022, junio). A new chapter in inclusivity: How LGBTQ+ audiences are reviving traditional media. <https://www.nielsen.com/insights/2022/a-new-chapter-in-inclusivity-how-lgbtq-audiences-are-reviving-traditional-media/>
3. GLAAD. (2026). Social Media Safety Index (SMSI) <https://glaad.org/smsi/2026/key-findings-and-recommendations/>
4. Ongig Blog. (2026, 29 de abril). DEI Rollbacks: What Companies Are Doing in 2026 <https://blog.ongig.com/diversity-and-inclusion/dei-rollbacks/>
5. Glatsky, G., y Taj, M. (2024, 26 de mayo). Perú clasifica a las personas trans como enfermos mentales. The New York Times. <https://www.nytimes.com/es/2024/05/26/espanol/peru-transgenero-salud-mental-trans.html>
6. ILGA-Europe. (2025). Rainbow Europe Map and Index 2025: Human rights situation of LGBTI people in Europe. ILGA-Europe. <https://www.ilga-europe.org/rainbow-europe/>
7. Comunidad de Madrid. (2023). Ley 17/2023, de 27 de diciembre, de Simplificación y Mejora de la Eficacia de Instituciones y Organismos de la Comunidad de Madrid. Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (BOCM), (308). https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-10767
8. Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans, Bisexuales, Intersexuales y más [FELGTBI+]. (2026). Estado del odio. Estado LGTBI+ 2026. Madrid: FELGTBI+. Recuperado de: <https://felgtbi.org/wp-content/uploads/2026/04/Estado-del-Odio-2026-1.pdf>
9. WOLA. (2025, junio). El estado de los derechos de las personas trans en las Américas: reconocimiento, contradicciones, violencia y retrocesos. Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. <https://www.wola.org/es/analysis/el-estado-de-los-derechos-de-las-personas-trans-en-las-americas-reconocimiento-contradicciones-violencia-y-retrocesos/>
10. Williams Institute. (2025). Nearly 700,000 LGBT adults in the US have received conversion therapy, half of them as adolescents [Comunicado de prensa]. UCLA School of Law. <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/press/ct-media-alert/>
11. The Trevor Project. (2025). Study shows LGBTQ+ youth in the U.S. face high rates of suicidality and victimization, worsened by anti-LGBTQ+ politics. Recuperado de: <https://www.thetrevorproject.org/blog/study-shows-lgbtq-youth-in-the-u-s-face-high-rates-of-suicidality-and-victimization-worsened-by-anti-lgbtq-politics/>
12. American Psychological Association [APA]. (2026, enero). AI chatbots and digital companions are reshaping emotional connection. Monitor on Psychology. <https://www.apa.org/monitor/2026/01-02/trends-digital-ai-relationships-emotional-connection>
13. Plan International. (2025). Así somos: El estado de la adolescencia en España. https://picmspublicsa.blob.core.windows.net/images/2026-05/informe_asisomosadolescencia_20250910.pdf
14. Unión General de Trabajadores. (2023). Estudio situación personas LGTBI en el empleo. https://www.ugt.es/sites/default/files/Resumen%202023%20ejecutivo%20estudio%20situaci%C3%B3n%20personas%20LGTBI%20en%20el%20empleo_compressed.pdf
15. Williams Institute. (2024). LGBT workplace discrimination. UCLA School of Law. Recuperado de: <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/publications/lgbt-workplace-discrimination/>

AUTORES

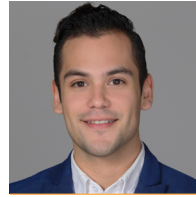


in

ALBERT MEDRÁN.

Global Brand & ESG Head

amedran@llyc.global



in

MAXIMILIANO SOTELO.

Global Brand & ESG Manager

msotelo@llyc.global

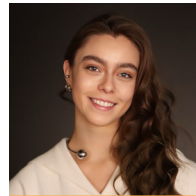


in

RAMÓN GONZÁLEZ FÉRRIZ.

Consejero Editorial

gonzalezferriz@gmail.com

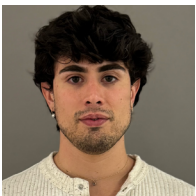


in

CAMILA RESTREPO.

Senior Consultant

camila.restrepo@llyc.global



in

ALEJANDRO MURILLO.

Consultant

alejandro.murillo@llyc.global



in

BELÉN RODRÍGUEZ.

Consultant

belen.rodriguez@llyc.global



in

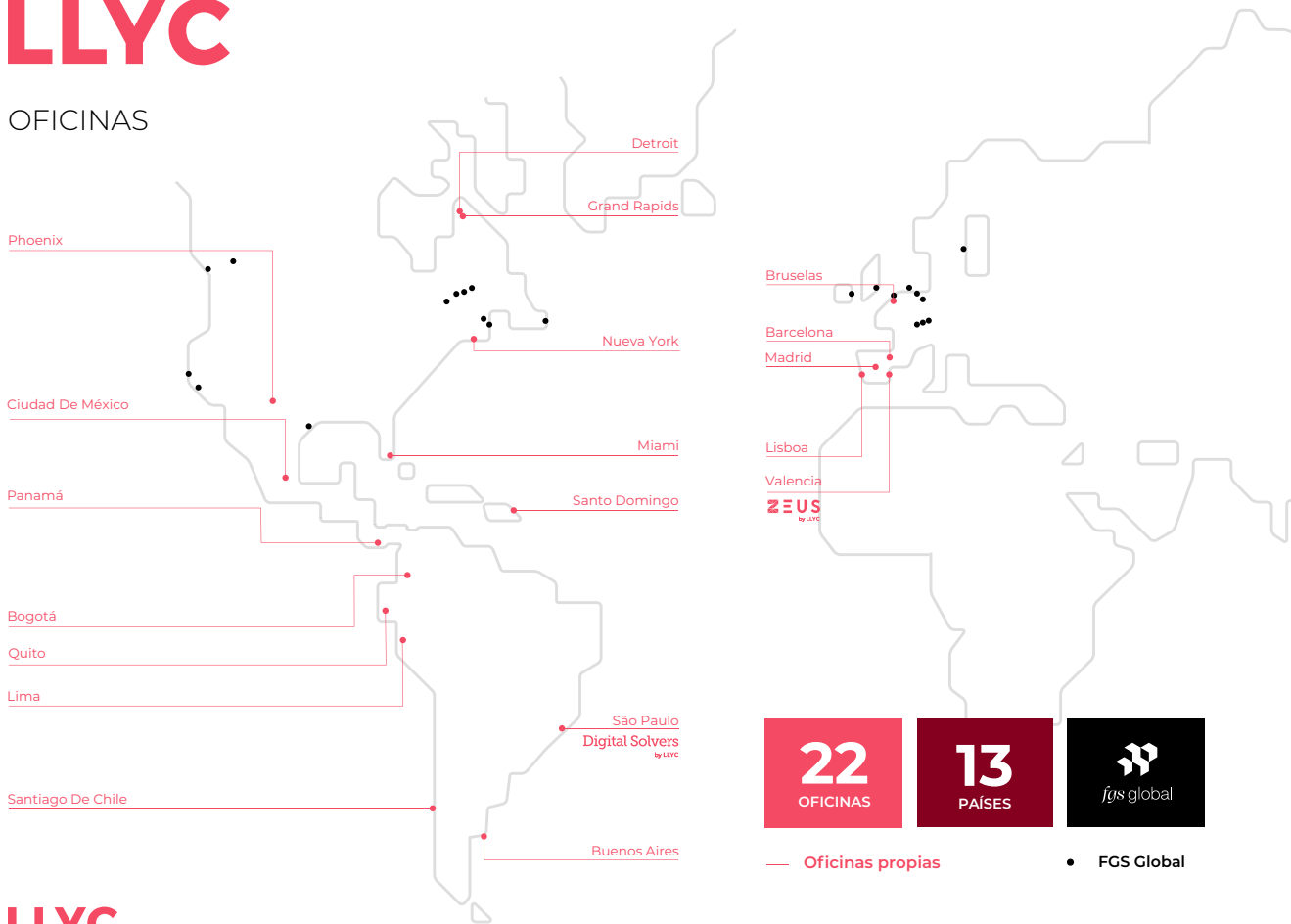
ALEJANDRO BURGUEÑO.

Global Innovation Senior Consultant

aburgueno@llyc.global

LLYC

OFICINAS



LLYC

Madrid

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid, España
Tel. +34 91 563 77 22

C/ Almagro 25
28010, Madrid, España
Tel. +34 913 506 508

Barcelona

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona, España
Tel. +34 93 217 22 17

Lisboa

Rua Castilho, n.º 26, 4.º piso
1250-011 Lisboa, Portugal
Tel. +351 21 923 97 00

Bruselas

Rue Belliard 40, 1040 Bruselas,
Bélgica
(+32) 488619354

Miami

600 Brickell Avenue, Suite 2125
Miami, FL 33131
Estados Unidos
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

Tel. +1 786 590 1000

Grand Rapids

47 Commerce Ave SW,
Grand Rapids, MI 49503,
Estados Unidos
Tel. +1 616 233 0500

Detroit

1420 Broadway, First Floor,
Detroit, Michigan 48226,
Estados Unidos
Tel. +1 313 309 9500

Phoenix

7201 N Dreamy Draw Dr,
Phoenix, Arizona 85020,
Estados Unidos
Tel. +1 480 764 1880

Ciudad de México

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14. Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Av. Santa Fe 505, Piso 15,
Lomas de Santa Fe,
CDMX 01219, México
Tel. +52 55 4000 8100

Panamá

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Corporativo 2010, Suite 1101,
de la Avenida Gustavo Mejía Ricart
#102, en Piantini, Santo Domingo.
Tel. +1 809 6161975

Bogotá

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000
Carrera 9 # 79A -19, piso 3,
Bogotá, Colombia
Tel: (+57) 60 1 651 52 00

Lima

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro, Perú
Tel. +51 1 2229491

Quito

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11 Ecuador
Tel. +593 2 2565820

Sao Paulo

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Brasil
Tel. +55 11 3060 3390

Buenos Aires

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP, Argentina
Tel. +54 11 5556 0700
El Salvador 5635, Buenos Aires
CP. 1414 BQE, Argentina

Santiago de Chile

Avda. Pdte. Kennedy 4.700,
Piso 5, Vitacura
Santiago
Tel. +56 22 207 32 00
Tel. +562 2 245 0924

Base 1 La Marina de, C. de la
Travesía, s/n, Poblados Marítimos,
46024 Valencia
Telf: +34 960 62 73 97



Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Brasil
Tel. +55 11 3060 3390



89,5 M€
Ingresos operacionales
2025

TOP 10
global de asesores M&A
Ranking Mergermarket.

MEJOR CONSULTORA
de Comunicación
Europa 2025 en los
PRWeek Global Awards.

TOP 32 PROVOKE /
TOP 30 PRWEEK
entre las principales
firmas de comunicación
a nivel global.

78 PREMIOS Y
RECONOCIMIENTOS
a nivel global en 2025.

LLYC es tu partner en comunicación, creatividad e influencia. Queremos transformar cada día en una oportunidad para nutrir tu marca. Creemos que la audacia es la forma de conseguirlo.

■ PARTNERS FOR WHAT'S NEXT

