

Romeo y Julián, representaciones de las parejas homosexuales en la televisión colombiana, una perspectiva desde el diseño gráfico

Una Tesis Presentada Para Obtener El Título De
Diseñador Gráfico
Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá

Juan Sebastian Quijano Blanco.
Marzo 2020.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a DIOS, por darme la sabiduría y guiarme para realizarlo y concluirlo, a mis amados padres, por siempre apoyarme, guiarme, aceptarme, darme la vida y en momentos de decepción escucharme y ayudarme a levantar, a mi mejor amiga Catalina, por darme su apoyo, aliento, ánimo y su amistad incondicional, finalmente a mis docentes, que no solamente me ayudaron a ser un gran diseñador gráfico, sino también un mejor ser humano. A todos ellos les agradezco desde el fondo de mi alma y les dedico este trabajo de grado.

Abstract

En los últimos años ha existido una considerable representación de personajes LGBT en producciones colombianas, el propósito de esta investigación es analizar una de las más recientes en la novela *Hermanos y Hermanas*, para conocer cómo sus elementos visuales naturalizan unas representaciones de parejas homosexuales, por medio de un análisis de contenido de la serie, un taller a una muestra de 30 personas y una serie de entrevistas a hombres y parejas homosexuales, evidenciando la importancia de ese mensaje visual en la consolidación de estereotipos y una nueva propuesta que apoye la visibilidad de múltiples realidades del colectivo, posicionando a *Hermanos y Hermanas* como un enfoque nuevo, alejado de los clichés del pasado pero aun con mucho que mejorar, todo esto desde una perspectiva del diseño gráfico.

Tabla de Contenidos

Tabla de Fotografías	5
Tabla de Ilustraciones.....	6
Tabla de Imágenes	7
Tabla de Gráficas.....	8
Lista de Tablas	9
Introducción	10
Problema.....	11
Objetivos	15
1. Objetivo general.....	15
2. Objetivos específicos	15
Justificación	15
Estado del arte.....	17
Marco teórico	27
3. El género slice of life, la vida cotidiana llevada al entretenimiento	27
4. Placer, cariño y deseo, los tres nombres del amor	36
5. Representaciones sociales, lo que debe ser y lo que en realidad es	38
6. Televisión, ¿representación o hacedora de la sociedad?.....	44
7. El mensaje escondido a simple vista.....	51
Metodología	59
1. Cae el velo de la familia perfecta, su realidad imperfecta	59
2. La realidad del amor diverso en Colombia	67
Resultados.....	77
1. Camilo y la bandera arcoíris	77
2. Hermanos, Hermanas y el mundo.....	92
3. Las Múltiples Realidades VS La Realidad Televisiva.....	108
4. LGTV	126
Conclusiones	140
Recomendaciones	144
Lista de referencias	145

Tabla de Fotografías

Fotografía 1.....	72
Fotografía 2.....	72
Fotografía 3.....	85
Fotografía 4.....	94
Fotografía 5.....	99
Fotografía 6.....	128
Fotografía 7.....	130
Fotografía 8.....	131
Fotografía 9.....	131

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	56
Ilustración 2	128
Ilustración 3	133
Ilustración 4	133
Ilustración 5	134
Ilustración 6	135
Ilustración 7	137
Ilustración 8	138

Tabla de Imágenes

Imagen 1.....	29
Imagen 2.....	31
Imagen 3.....	34
Imagen 4.....	43
Imagen 5.....	51
Imagen 6.....	59
Imagen 7.....	61
Imagen 8.....	62
Imagen 9.....	68
Imagen 10.....	69
Imagen 11.....	70
Imagen 12.....	73
Imagen 13.....	74
Imagen 14.....	78
Imagen 15.....	82
Imagen 16.....	87
Imagen 17.....	89
Imagen 18.....	91

Tabla de Gráficas

Gráfica 1.....	100
Gráfica 2.....	101
Gráfica 3.....	102
Gráfica 4.....	105
Gráfica 5.....	107
Gráfica 6.....	108
Gráfica 7.....	108
Gráfica 8.....	109
Gráfica 9.....	110
Gráfica 10.....	111
Gráfica 11.....	111
Gráfica 12.....	113
Gráfica 13.....	113
Gráfica 14.....	116
Gráfica 15.....	118
Gráfica 16.....	120
Gráfica 17.....	123
Gráfica 18.....	125

Lista de Tablas

Tabla 1	95
Tabla 2	97

Introducción

La presente investigación aborda el tema de las representaciones de las parejas homosexuales masculinas en la televisión colombiana, más específicamente en la adaptación de la serie estadounidense “Brothers and Sisters”, titulada Hermanos y Hermanas, en la cual uno de los protagonistas es un hombre homosexual llamado Camilo. La característica principal de estos personajes es el uso del lenguaje visual como relato ligado a su orientación sexual, muchas veces recurriendo a estereotipos. Estos elementos visuales apoyan el proceso de naturalización de las representaciones que esos productos audiovisuales proponen, creando un imaginario de lo que una persona o pareja homosexual deben ser, en ocasiones reafirmando una visión limitada y estereotipada de la comunidad LGBT.

La principal motivación para hacer esta investigación recae en el lenguaje visual, conocer cómo el vestuario, la escenografía, el lenguaje corporal, etc., de los personajes transmiten un mensaje al televidente y a su vez este define la manera en la que el usuario puede llegar a percibir a una parte de la población, en este caso a los hombres y parejas homosexuales, donde la mayoría de veces estos elementos pasan desapercibidos para los mismos usuarios. Desde el área del diseño gráfico el interés versó en el análisis del lenguaje visual que rodea a los personajes homosexuales de la serie en cuestión, identificando sus características, aciertos y errores para a través de la misma disciplina proponer un nuevo tipo de discurso que apunte a las problemáticas identificadas, con una naturalización más directa y con un espectro de realidades mucho más amplio.

La investigación se llevó a cabo por medio de tres fases, primero un análisis de contenido donde los resultados se consignaron en 2 fichas, una para el tiempo en pantalla por capítulo en que se trata el tema homosexual y otra para el lenguaje visual de los personajes y el de su

entorno, en la segunda fase se realizó un taller de preguntas abiertas y de selección múltiple a una muestra de 30 personas y una serie de entrevistas a hombres y parejas homosexuales, finalmente se propuso desde el diseño gráfico un nuevo discurso. Durante las entrevistas uno de los obstáculos fue la reducción de la muestra inicial que se tenía planeada de parejas, donde de 10 se tuvo que limitar a 5.

Los objetivos de la investigación son comprender los contenidos del género slice of life en la adaptación colombiana hermanos y hermanas, conocer si se naturalizan las representaciones allí planteadas, analizar desde el diseño gráfico el lenguaje visual que allí se presenta para finalmente desde la misma disciplina proponer un nuevo tipo de relato que resalte los aciertos de esas representaciones y a su vez critique sus errores.

En el apartado del problema se muestra un paralelo entre el contexto legal y las representaciones en los medios audiovisuales de la comunidad LGBT en Colombia en las últimas décadas, seguido de los objetivos y la justificación de este trabajo de investigación, en el estado del arte se evidencia el contexto académico de las investigaciones referentes a la comunidad LGBT y sus representaciones en los medios, en el marco teórico se definen las bases teóricas de la investigación, en la metodología veremos a detalle cada una de las fases del trabajo y sus diversos elementos de recolección de información, finalmente en los resultados se encontraran los hallazgos a detalle de cada una de las etapas y las propuestas de relato desde el diseño gráfico.

Problema

La homosexualidad no es algo reciente, incluso su lucha en el contexto global se remonta a bastantes años atrás, pero la mirada de la comunidad LGBTI en Colombia y sus derechos es más joven. Se podría argumentar que el arduo camino comenzó en 1993 cuando se realizó el

primer cambio de nombre por uno del sexo contrario, pero realmente 5 años atrás en 1988 el país se había conmocionado al presenciar por primera vez y en televisión abierta una escena homosexual, la polémica novela “Los Pecados de Inés de Hinojosa” no solo se atrevió a romper con la mojigatería y tabú del sexo, sino que también hizo historia al mostrar una escena lésbica e incestuosa por televisión.

Si bien más logros se alcanzaron en el siglo XX la televisión tuvo que esperar hasta el último año de este para encontrar otra representación de esta minoría, en los pasillos de la legendaria Eco Moda en “Yo soy Betty, la fea” el personaje secundario Hugo Lombardi hacia alarde de su preferencia sexual sin ningún tapujo. En el año 2000 el cine colombiano se atrevió a incorporar por primera vez una pareja homosexual como tema secundario en la adaptación cinematográfica de la novela “La virgen de los sicarios”, donde entre la violencia, el sicariato y otras problemáticas se retrataba la homosexualidad. En el 2002 de nuevo regresaría a la pantalla una pareja lésbica, esta vez a cargo de Grazzia y Sandra, las dos villanas de la novela “La Venganza”. Un año después en la telenovela “Amor a la plancha” el portero José Chipatecua demostraría su amor por el protagonista sin ningún temor.

En el año 2005 no solo se llevó a la televisión colombiana al primer personaje transexual, sino que también fue personificado por la primera actriz trans, en la famosa comedia “Los Reyes” Endry Cardeño hizo el papel de Laisa Reyes. En el 2007 de nuevo la representación de una pareja homosexual se tomaría la pantalla de los colombianos, pues la serie “Cómplices” relataría el amor de dos hombres que ocultan su relación.

Dos años después el país se sumergiría en un drama que rompió con tabús no solo de la homosexualidad sino también de la diferencia de edad, la aceptación y el descubrimiento de la

atracción en “El ultimo matrimonio feliz” a cargo de la pareja de Alcides y Harold. Ese mismo año y gracias a la adaptación colombiana de la comedia española “Aquí no hay quien viva” se presenció no solo una de las primeras parejas entre hombres, sino que también uno de los primeros besos gays en la televisión.

En el 2010 dos personajes se tomarían la pantalla, en las telenovelas “Chepe fortuna” y “Los caballeros las prefieren brutas”, un año más tarde y después de varios avances la corte declaro en la sentencia C-577 de 2011 que las parejas homosexuales tienen los mismos derechos que las heterosexuales en unión libre y se acepta el matrimonio igualitario con un plazo de 2 años para que el congreso legisle al respecto puesto que la corte no tenía la facultad de cambiar las leyes que establecían el matrimonio como una unión entre un hombre y una mujer. En 2013 se cumplió el tiempo sin lograr ningún cambio.

En 2014 de nuevo una pareja apareció en los medios colombianos, esta vez en la readaptación de la serie de 1993 “la maldición del paraíso” esta vez bajo el nombre “Secretos del paraíso”. En noviembre del 2015 la corte constitucional abrió la opción total de que las parejas homosexuales pudieran adoptar, completando la posibilidad abierta en febrero del mismo año donde se establecía la adopción únicamente cuando el menor fuera hijo biológico de alguno de los solicitantes.

En el 2016 se dio por terminado el proceso que comenzó 5 años antes, pues la corte constitucional determino que ningún juez puede negarse a celebrar matrimonios entre personas del mismo sexo. En el 2017 después de lo sucedido los años anteriores dos producciones llevaron a la televisión de los colombianos personajes gays, por parte de la adaptación de la serie estadounidense de 2006 “Brothers and sisters” bajo el nombre “Hermanos y hermanas” no solo

se representó a una pareja gay sino que también toda la búsqueda del amor y las dificultades de encontrarse, por otra parte la séptima temporada de la famosa telenovela “Francisco el matemático” trato la crisis de un joven estudiante al descubrirse homosexual y las dinámicas de su entorno como la discriminación y el bullying.

Es importante mencionar que también en 2017 fue llevada a los cines del país la primera película colombiana que toca el tema de la comunidad LGBTI y el bullying, la cinta “Mariposas verdes” del director Gustavo Nieto no solo abrió el panorama a estas representaciones en el cine nacional, sino que también genero conciencia sobre un tema que se vive en los entornos escolares. También ese mismo año en los cines se estrenó la comedia “Operación piroberta” cuyo protagonista es el famoso comediante que representa a un homosexual amanerado que relata sus experiencias.

Otra producción colombiana se alza a los cines de todo el país para mostrar la primera cinta que tiene como protagonistas a una pareja lesbiana, “¿Cómo te llamas?” llegara a los cines de todo el país el 25 de octubre del 2018.

Si bien en los últimos años la lucha de la comunidad LGBTI por derechos ha dado sus frutos, no podemos olvidar que es una batalla que lleva mucho más tiempo y que a pesar de la invisibilidad los medios se han visto obligados a representar fielmente la realidad, quizás es solo hasta hace unos años que aquellas representaciones se han hecho de forma consiente y más aún al ver los cambios que ha sufrido el país y como Colombia apunta cada día a ser un país diverso e inclusivo, aun así no podemos obviar la larga trayectoria televisiva que tiene el país a la hora de representar a los miembros del colectivo LGBTI, producciones que merecen ser investigadas como parte de la historia diversa de Colombia. Es fundamental analizar esas representaciones

para saber cómo repercutieron en la conciencia general sobre las parejas homosexuales y más aún en una mira de como en un futuro los medios mostraran aquella realidad que ahora vivimos, ahora más que nunca es importante preguntarse ¿Cómo los contenidos de los programas del género slice of life naturalizan unas representaciones de las parejas del mismo sexo? Esto aplicado al caso “Hermanos y hermanas” a fin de analizar el lenguaje visual que allí se maneja y proponer una nueva forma de representación de estas parejas desde el diseño.

Objetivos

1. Objetivo general

Comprender los contenidos del género slice of life para conocer si se naturalizan o no las representaciones de las parejas del mismo sexo a fin de analizar desde el diseño el lenguaje visual con el que se representan y proponer uno que refuerce su naturalización sin los típicos estereotipos.

2. Objetivos específicos

- Seleccionar el contenido en el cual aparecen parejas del mismo sexo por escenas.
- Identificar las representaciones de las parejas del mismo sexo en esas escenas.
- Determinar si el receptor acepta o ve como normal esas representaciones de las parejas homosexuales.
- Proponer desde el diseño una nueva forma de representación que ayude en el proceso de naturalización de las parejas homosexuales y rompa con los estereotipos, acercando a los usuarios a la realidad de esta comunidad.

Justificación

Desde el comienzo el ser humano se ha caracterizado por ser un animal de comunidad, llevándolo a vivir junto a sus pares no solo para procrear sino para encontrar compañía. Este deseo ha transformado el significado de apareamiento más allá de la simple reproducción, dejando cabida a nuevas formas de atracción aparte de la heterosexual.

Desde hace algunas décadas la comunidad LGBTI ha buscado su visibilización, no como una minoría que hasta ahora nace, sino como una población que siempre ha estado pero la discriminación, la religión y otros factores la han llevado a esconderse. Pero ese ocultamiento se ha visto evadido por los medios, que en su naturaleza de representar la realidad, han mostrado a este colectivo aun cuando en la realidad no se quisiera aceptar, es aquí cuando el cine, la televisión y demás medios de comunicación juegan un papel importante en el proceso de naturalización.

En los últimos años Colombia ha buscado convertirse en un país diverso, a través de leyes que protegen a las minorías, esto hará que el país viva un cambio en su mentalidad, donde los medios de comunicación jugaran un papel importante, pero ¿Qué hay de esas representaciones que siempre han existido en el panorama nacional? Girar la mirada hacia atrás es fundamental para analizar desde el diseño, el cómo estas representaciones han influenciado en la mentalidad colectiva, cual ha sido su papel en la idea de pareja homosexual y cual deberá ser su postura frente al cambio que se avecina, es desde este planteamiento que el diseño juega un papel importante en la concepción misma de estereotipo, no desde una mirada tradicional sino como un análisis de toda la narrativa visual que rodea a estas representaciones, después de todo la iluminación, escenografía, utilería, atuendos y demás responden a la representación de una realidad, quizás basándose en ciertos estereotipos que el diseño refuerza, con este proyecto se

busca entregar una nueva perspectiva enfocada en aquellos elementos que pueden llegar a pasar desapercibidos pero que cuya existencia responde a un algo, un mensaje oculto a simple vista que el diseño tiene el deber de descubrir y evaluar, para proponer un nuevo discurso visual que no se mantenga en los mismos parámetros que por tanto tiempo han regido la idea colectiva de pareja homosexual.

Es importante apropiarnos de nuestras producciones y medios, analizar el contenido que se ha hecho nos dará las pautas para llegar a la completa naturalización de las parejas del mismo sexo y plantear el discurso correcto que lleve a la sociedad colombiana a un futuro sin discriminación a causa de la orientación sexual, la identidad o la expresión de género.

Estado del arte

El análisis de los contenidos con temática *LGBT*¹ ha tenido un gran auge en los últimos años, no solo por los fuertes avances en términos de derechos y leyes hacia esta comunidad, sino también por su exigencia de visibilidad a manera de reivindicación por tantas décadas de ocultamiento y persecución, pero esta fuerte ola investigativa no se limita a un solo campo de estudio, por el contrario día a día más y más académicos de diversas ramas se sienten tentados a analizar todas esas representaciones de este colectivo, que se han hecho o que se están haciendo desde diversas posturas, así mismo el diseño gráfico ha tomado gran relevancia en los últimos años, no solo como una disciplina enfocada en el ámbito comercial sino también como un mecanismo de gran impacto a la hora de abordar temas complejos y buscar un cambio en la sociedad, donde elementos como el color, la forma, la textura, la letra, la imagen, etc., hasta hace poco subestimados, son fundamentales a la hora de transmitir un mensaje o idea. Los diferentes

¹ LGBT: Siglas de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales.

artículos y tesis que aquí se mencionan fueron encontrados en bases de datos académicas, tales como SciELO, Google Académico y Redalyc, a través del uso de palabras clave como gay, diseño, gráfico, vestuario, visual, homosexual, *LGBT*, *queer*², cine, series y novelas, y la combinación de las mismas, a fin de filtrar los resultados y hallar los documentos pertinentes al tema de investigación.

Si bien son varios los enfoques desde donde se toman las representaciones de la homosexualidad en los medios, el más recurrente es el cine, que por bastantes décadas ha sido el predilecto para hablar de diversidad y nuevas propuestas, no es en vano que desde décadas anteriores este gigante contenga el mayor número de representaciones de esta comunidad, no solo en películas de temática gay, sino también en muchas otras, sin contar el fuerte impacto que este genera aún al día de hoy, y que lo convierte en pieza clave de las representaciones sociales, incluso por encima de la televisión. Es esta larga trascendencia y gran impacto lo que lo posiciona en primer puesto a la hora de analizar la imagen de pareja homosexual en los medios, incluso con la posibilidad de dar una perspectiva única regional, desde aquellos países que poseen una larga trayectoria cineasta.

Al investigar sobre aquellos filmes del pasado, más aún aquellos realizados en tiempos de opresión o censura hacia la comunidad *LGBT*, investigadores han descubierto una nueva respuesta del lenguaje narrativo a las diversas épocas, Mira (2016) logra recopilar las “trampillas” que directores y guionistas tuvieron que usar, a la hora de representar la realidad que ellos querían, una realidad donde la única forma de no generar escándalos fue esconder lo que

² Queer: es un término general usado para referirse a personas que no son heterosexuales. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/muyfan/20161029/411424860827/miley-cyrus-lgbt-pansexual-orientaciones-sexuales-queer-gay.html>

era evidente, dotando sus personajes de un lenguaje único que el público lograra entender sin encender las alarmas de la época, pero esta forma de escape se convirtió en el apoyo de la idea estandarizadora de la homosexualidad, repercutiendo posteriormente en lo que conoceríamos como estereotipos (Mira, 2016), encasillando al personaje gay como alguien netamente malo, un villano, psicópata o perverso, siendo la única forma socialmente aceptada (Mira, 2016). Sin duda una investigación con una mirada mucho más global frente al cine, con un enfoque histórico más que de contenidos, ya que busca establecer los parámetros frente a la homosexualidad de una época a través del cine.

Como dije anteriormente este enfoque histórico se ve enmarcado la mayoría de veces por un carácter regional o temporal, siendo la época predilecta la de los años 80, una década importante para la comunidad *LGBT* y que el cine lo constata, aún así sus representaciones se mantienen en parámetros similares de décadas anteriores, y es Blázquez (2017) quien logra identificar mejor con su investigación estos discursos frente al hombre y la mujer homosexual en el cine argentino de la época, manteniendo al gay desde el extremo de total libertad y exposición, hasta el mentiroso oculto tras un matrimonio, sin puntos medios, y la mujer lesbiana no solo reprimida por su orientación sexual sino también por el fuerte machismo, encasillada como depravada y malvada, únicamente en contextos de prisión o ausencia masculina (Blázquez, 2017), descubriendo los discursos aceptados para la época y su diferencia en cuanto a género, clase social, etc.(Blázquez, 2017), una mirada más centrada en el análisis cinematográfico de las cintas, pero que mantiene su enfoque histórico en pro de descubrir nuevo conocimiento frente a una época y un lugar específicos.

Con unos espectros de lugar y tiempo mucho más amplios, (Legido, 2017) mantiene en su investigación el carácter histórico, buscando a través de filmes del siglo XX de Europa y Estados Unidos, el discurso en clave que estas producciones tuvieron que manejar a la hora de representar la homosexualidad, un lenguaje oculto, que si se repiensa desde una mirada *queer*, arrojará nueva información de esta época y cómo lograron ofrecer esos relatos homosexuales sin que nadie se pudiera dar cuenta, buscando evitar la fuerte censura y represión, al punto que con esta investigación se reinterpretaron ciertos personajes al descubrir su verdadera sexualidad (Legido, 2017), dando como único camino el del ocultamiento o recurrir a los estereotipos aceptados (Legido, 2017), una investigación que se acerca mucho más al análisis en sí de los contenidos y que contrasta sus resultados con una época, para descubrir más de la idea de homosexualidad.

Otros trabajos provienen desde España y Argentina, el primero centrado en una época de total represión y censura, la del franquismo español, que como otros tiempos de ocultamiento también tuvieron que recurrir a métodos socialmente aceptados, pero lo más interesante de este trabajo es como además del camuflaje tan común, también se identifica el uso de la caricaturización, un mecanismo no muy mencionado en otros trabajos y que muchas veces pasa desapercibido, incorporando también el papel de la televisión (González de Garay & Alfeo, 2017); desde Argentina se realiza un paralelo entre el cine y los derechos *LGBT*, teniendo como meta el 2014, año en que este país aprobó el matrimonio igualitario, cuyo eje principal son las relaciones homo-afectivas entre varones y en tres filmes de distintas épocas (Blázquez, 2015), lo que más llama la atención de este trabajo es que toman en cuenta la opinión de hombres homosexuales frente a estos filmes, y cómo fue su reacción en las diversas etapas en que estos aparecieron.

A diferencia de los demás trabajos, Manso (2015) nos ofrece una mirada únicamente centrada en la televisión española, descifrando como se ha ido transformando el ideal de masculinidad en las series a través de varias décadas, especialmente en la representación del varón homosexual, para dar respuesta a si estas representaciones contribuyen con una nueva perspectiva de lo que es masculinidad, o si por el contrario se mantienen en los mismos parámetros hetero-patriarcales de décadas anteriores, tomando referencias de algunas series estadounidenses (Manso, 2015), sin duda un recorrido por varias épocas de la televisión española y sus propios imaginarios de masculinidad, desde una perspectiva tradicional a una nueva mirada en que la homosexualidad toma relevancia en este concepto. Pero este análisis no se da exclusivamente desde la idea de masculinidad, también de lo que significa la feminidad en la televisión estadounidense, tomando como referencia algunas series que han buscado romper ese binarismo y la idea de rol de género, ofreciendo mayor diversidad no solo en temas de orientación sexual sino también en toda la construcción de un yo fuera de las ideas tradicionales de masculinidad y feminidad (Menéndez & Hernández, 2014).

Pero el cine y las series *LGBT* ya no solo se consolidan como una forma de protesta o de representación de una comunidad por años oprimida, por el contrario, estos productos audiovisuales se han convertido en una parte fundamental del mercado, claro ejemplo de esto es cómo las marcas han ido incorporando a sus estrategias de marketing propuestas exclusivas para esta comunidad, no solo como una imagen de diversidad e inclusión, sino también como una oportunidad de mercado que por mucho tiempo fue desaprovechada. Es así que estas representaciones, obtienen un nuevo atributo como objeto de consumo, y que (Rufí, 2015) analiza frente a otras grandes producciones, tanto internacionales como nacionales, una investigación que arroja interesantes resultados frente a este nicho de mercado del cine *queer*,

que si bien no logra llegar a competir con los grandes filmes, se ha convertido en un camino llamativo para el cine independiente que logra posicionar a pequeñas productoras en un campo exclusivo (Rufí, 2015), este trabajo nos permite conocer cómo en un par de años el cine se ha transformado, pasando de una época, en que las representaciones homosexuales eran ausentes de los principales filmes (Rufí, 2015), a una en que vemos cada vez más personajes *LGBT* en producciones de gran taquilla.

Estas representaciones cinematográficas no solo son un camino a la visibilidad, también forman parte importante de la construcción del yo, no solamente en los miembros de la comunidad *LGBT* sino en el público en general, pero para esta comunidad tienen un carácter especial, convirtiéndose en la única posibilidad de exploración del deseo en tiempos de represión y censura, (Mira, 2014) desde la experiencia propia describe cómo el cine lo ayudó en la construcción de su identidad, a través de distintas épocas de su vida, y cómo este se convirtió en el único medio para auto-descubrirse, sin prejuicios y alimentando fantasías privadas (Mira, 2014). Sin duda una mirada positiva de lo que los medios pueden llegar a hacer, pero también es correcto mirarlos desde una postura crítica, siendo los principales generadores de estereotipos, estableciendo parámetros para lo que un gay debe ser, y obviando otras realidades de esta población, es aquí que se deben hacer nuevas propuestas frente a la forma de representar a la comunidad *LGBT*, no buscando repetir en la creación de esos estereotipos, sino por el contrario mostrando distintas realidades de un mismo colectivo (Esquivel, 2015), y que mejor forma de identificar esas múltiples realidades que a través de quienes las han vivido, ese es el resultado al que llega este autor, una nueva visión de homosexualidad por medio del libreto de una nueva serie (Esquivel, 2015).

Es importante recordar, que el contexto juega un papel fundamental en las representaciones de los medios de comunicación, por eso es que varios académicos deciden limitar su espectro a una zona específica, ya sea continente, época o país, desde Ecuador (Villacrés Carvajal, 2017) realiza un análisis de las representaciones *LGBT* televisivas de su país, descubriendo que la caricaturización es el mecanismo más utilizado, para posteriormente contrastar con la opinión, de quienes luchan por los derechos de esta comunidad allí (Villacrés Carvajal, 2017). Retomando el cine, es importante analizar los discursos que los filmes de “entretenimiento”, plantean frente a la diversidad, conocer el cómo transmiten la homosexualidad, la identidad y las relaciones homo-afectivas es fundamental en el proceso de naturalización de estas parejas, es desde este enfoque que dos investigadores deciden estudiar una serie de filmes, centrados en temáticas homosexuales, de parte del varón gay dos películas que giran en torno al romance entre hombres, pero que arrojan el mismo resultado, un discurso enmarcado en la virilidad casi vaquera del hombre, y un deseo escondido tras una vida falsa de esposa e hijos (De, Da, Silva¹, & Tilio², 2018), un discurso recurrente desde hace bastante tiempo, y que tan solo se limita a una realidad del hombre gay; por parte de la mujer lesbiana, (Vázquez Rodríguez, 2016) analiza un único filme, descubriendo una mirada hetero-patriarcal de lo que es una mujer homosexual, entregando una imagen nociva y bastante pobre, con el que las mujeres de este colectivo no se sienten identificadas (Vázquez Rodríguez, 2016).

Continuando con esta mirada crítica de los medios, Parra (2015) nos ofrece una investigación alejada de la división entre amor homosexual y heterosexual, para descubrir cómo los contenidos han modificado la percepción de lo que es el amor, llevándolo a un estado inalcanzable, casi divino, creando falsos ideales en las personas sin importar su orientación sexual, dejando una fuerte crítica a los productos de entretenimiento (Parra, 2015). Pero no todos

los académicos ven de manera negativa a los medios y a sus representaciones, algunos resaltan los fuertes avances que se han alcanzado, Hoskins & Hoskins (2017) dan crédito al trabajo de varias producciones estadounidenses, que en los últimos años se han encargado de llevar a la pantalla chica, representaciones de realidades antes impensables, sin olvidar el largo camino que falta y la ausencia de muchas otras, este autor recalca la importancia de esa diversidad, lugares donde el joven o niño homosexual, familia homoparentales, etc., ahora tienen un espacio (Hoskins & Hoskins, 2017). También en esta mirada encuentra un lugar predilecto el discurso de la mujer homosexual, que día a día logra mayor visibilidad, dejando atrás la censura, no sólo a causa de su orientación sexual sino también por su género, un análisis a producciones televisivas estadounidenses modernas, que ofrecen discursos lésbicos (Real Zafra, 2017).

Al tomar mayor fuerza el análisis desde la academia de las representaciones de la comunidad *LGBT*, nos encontramos con nuevos enfoques desde distintas disciplinas, uno de ellos es la unión *cuantitativa y cualitativa*³ para descubrir cómo hombres y mujeres homosexuales y bisexuales conciben el amor de pareja, y así mismo qué variables entran en juego, teniendo como principales, no solo la influencia de los medios sino también el contexto, zona geográfica, cultura y demás, con el fin de descubrir su repercusión en la idea de pareja de esta población (Luis, 2018). También, se ha buscado reinterpretar ciertas investigaciones pero con una mirada homosexual, cambio que ha dado nuevos resultados especialmente en el ámbito del arte, redescubrir las obras de un artista sin obviar su orientación sexual borra los sesgos y prejuicios,

³ Cuantitativa: “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Del Canto & Silva, 2013)

Cualitativa: “El análisis cualitativo surge de aplicar una metodología específica orientada a captar el origen, el proceso y la naturaleza de estos significados que brotan de la interacción simbólica entre los individuos” (Olabuénaga, 2012)

llegando a una comprensión mucho más completa de lo que esta significa, y del mensaje que buscaba transmitir el autor (Jarque Soriano, 2018).

Finalmente no podemos olvidar que no solo existen dos o tres tipos de orientación sexual, por el contrario existe una gran cantidad, que se mantienen aún en la sombra y que el cine *queer* no se preocupa en dar visibilidad, modificando un poco los estereotipos pero aun así manteniéndose en los parámetros que dicta la sociedad, y olvidando por completo las realidades de esas otras orientaciones, Ibiti (2015), eso busca (Ibiti, 2015) con su investigación, una mirada crítica frente a los contenidos *queer*, dejando en evidencia que aún queda mucho en este camino (Ibiti, 2015). Quizás para personas fuera de la comunidad *LGBT*, sea más difícil comprender aspectos esenciales de la diversidad que encierran estas siglas, es aquí que debemos recordar que el cine cumple también una función pedagógica, con este artículo el autor busca explicar de forma didáctica, y a través de filmes el significado de las siglas *LGBT*, a la vez que hace una pequeña crítica frente a estas producciones (Vidam, 2016), una forma interesante de utilizar el cine en pro de aceptación y comprensión.

Algunas perspectivas del discurso *LGBT* proponen el diseño y sus elementos como un mecanismo innovador en la formación de docentes desde una perspectiva crítica, uniendo el análisis de la cultura visual y el diseño, tomando como objeto de estudio las tipografías creadas para las producciones cinematográficas *LGBT*, estas principalmente usadas en los carteles y cabeceras de las mismas (Huerta, 2020), una propuesta que recurre a un fundamento del diseño gráfico, como lo son las letras y la tipografía, explorando su importancia en la temática *LGBT* y a su vez proponiendo su uso en la formación educativa. Este estudio enfocado hacia el campo de la educación es la única propuesta con un objeto formal del diseño gráfico, en este caso la

tipografía, aun así, carece del análisis netamente visual del relato LGBT y la convierte en un mecanismo para la educación de este tópico, por lo que no busca analizar el producto como tal, sino cómo se puede usar en este campo. Se realizó una extensa búsqueda en diversas bases de datos como Google Académico, SciElo, Redalyc y Dialnet, en las cuales no se encontraron investigaciones o documentos referentes al análisis de los discursos LGBT desde el diseño gráfico o la visualidad, ni a la luz del diseño de vestuarios, ni ambientes, ni expresión corporal, etc.

Definitivamente el movimiento homosexual ha tenido una larga lucha en varios campos, lo que ha hecho que este tome nuevos atributos y enfoques, uno de ellos es el de la academia, que como pudimos ver posee un amplio conocimiento sobre el tema, pero también carece de ciertas perspectivas más específicas, como la del diseño y el lenguaje visual, centrándose casi únicamente en los contenidos y su repercusión, ya sea histórica o cultural, dejando de lado el análisis de lo visual, que puede llegar a transmitir un mensaje mucho más fuerte que lo evidente y explícito. Es desde esta ausencia que se plantea esta investigación, tomando como objeto principal de estudio un producto audiovisual colombiano, y centrándose en el lenguaje visual con el que se representan a las parejas del mismo sexo, más específico las de varones homosexuales, dando solución a esa perspectiva faltante desde lo diseñístico y entregando un nuevo conocimiento, a partir del estudio de los elementos no lingüísticos y su discurso, para dar respuesta a ¿Cómo los contenidos de los programas del género slice of life, naturalizan unas representaciones de las parejas del mismo sexo? Esto aplicado al caso “Hermanos y hermanas”, a fin de analizar el lenguaje visual que allí se maneja, y proponer una nueva forma de representación estética de estas parejas a través de un producto o productos del diseño gráfico.

Marco teórico

3. El género slice of life, la vida cotidiana llevada al entretenimiento

El cine, la televisión y básicamente todo tipo de medio que busque contar una historia posee una lista de géneros dependiendo de sus características propias y principalmente de la trama y argumento del relato, en esta lista encontramos “el slice of life” o recuentos de vida, un género que con las fuertes tendencias japonesas del anime y el manga se ha popularizado. Pero este nombre tan novedoso no es más que el título que se le dio a una serie de historias o relatos que siempre han existido.

Si bien según Brenner la finalidad de este género de representar situaciones de la vida cotidiana no se pone en duda, dependiendo del punto en que se mire este adquiere nuevos significados, claro ejemplo de esto es cómo desde el anime y manga las historias en este grupo se limitan principalmente a contextos escolares y de universidad, donde adolescentes protagonizan dramas interpersonales, sociales, familiares y románticos (Brenner, 2007). A pesar de lo sencilla que pueda sonar la definición de este género, su fuerte va mucho más allá de contar historias cotidianas, en palabras de Loriguillo lo define como “...ese arte de convertir en drama lo cotidiano de la vida... lejos de ser militante en la denuncia de las injusticias del día a día, se presenta en su forma más común como la agrídulce revisión sentimental de la época de instituto y de los primeros años de universidad.” (Loriguillo, 2016), este carácter empático y casi nostálgico es el verdadero fuerte del slice of life.

Los recuentos de vida, son un tipo de relato que conectan con el espectador a través de la familiaridad y la nostalgia, ofreciendo situaciones, tramas y momentos con los que el usuario se sienta cercano y que quizás haya vivido, una empatía que se aprovecha de las etapas de mayor

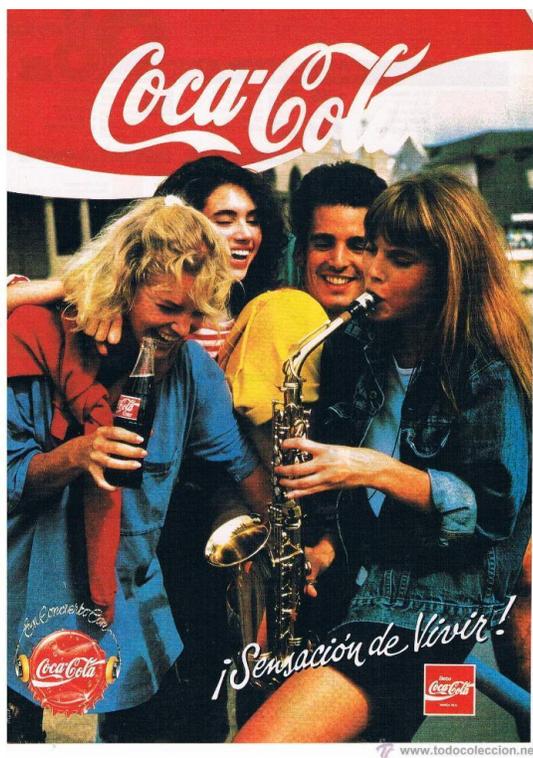
melancolía, como la infancia y la juventud, esto al menos en el mundo japonés del anime y el manga (Napo, 2018). Llegando al típico final de la “*vida adulta, gris y estándar.*” (Loriguillo, 2016), transformando al protagonista en un individuo insignificante más del montón (Loriguillo, 2016).

Es desde estos productos culturales japoneses, que los recuentos de vida han tomado mayor relevancia, como un género en sí mismo, al punto que la mayoría de tramas principales que Brenner identifica, se pueden ver replicadas también en películas, series y más productos occidentales, después de todo situaciones como la vida familiar, historias escolares, estudiante perfecto vs vago sin preocupaciones, deportes y competencias, melodrama adolescente, bullying y suicidio, son circunstancias cotidianas del ser humano sin importar la cultura (Brenner, 2007). Otro recurso de los recuentos de vida es el uso de celebraciones o días especiales en estas historias, donde representando a los protagonistas en contextos tales como navidad, san Valentín o año nuevo, los acercan aún más a la realidad de los usuarios y refuerza la empatía entre ellos y la historia, al punto que casi obtienen un carácter universal, dando como resultado que aunque seas colombiano y jamás hayas escuchado del día blanco, puedas congeniar con el protagonista que entrega chocolates a su enamorada o enamorado, despertando la nostalgia del día de amor y amistad, situación que también funciona a la inversa.

Para no entrar en sesgos de lo que el género slice of life significa, esta investigación se apoya en las definiciones de dos diccionarios de inglés que definen el término como la descripción o representación realista de acontecimientos y situaciones de la vida cotidiana en la literatura, cine, periodismo, etc., (Diccionario Collins, 2018) y como una representación realista de todos los días en una película, obra o libro, (New Oxford American Dictionary, 2017), de esta

forma definimos el género como una representación cotidiana de la realidad y evidenciamos que este se aplica a la telenovela colombiana “Hermanos y Hermanas”.

Imagen 1



Fuente: <https://bedroomfurniture.club/search/anos-90-de-los-imagenes.html>

Podemos encontrar que este formato narrativo también encuentra cabida en la publicidad, y es desde este campo que adquiere su estructura formal, replicando el modelo aristotélico, compuesto por un enunciado, un clímax y un desenlace afortunado, el cual en este caso se relaciona directamente a un producto y sus beneficios (Raberta, 2003). Un claro ejemplo del gran impacto que puede generar el slice of life es CocaCola, que a lo largo de su historia ha hecho uso de esta técnica en repetidas ocasiones, quizás una de las más recordadas es la de 2012 con su

exitosa campaña “Destapa la felicidad”, donde recurrió de nuevo a este método de marketing (Redaccionpr, 2014), y es que en este caso podemos ver el perfecto uso de las tres claves del slice of life comercial, la música, el optimismo y la felicidad, aumentando su credibilidad a través de la utilización de videos grabados de forma casera (Redaccionpr, 2014). Uno de los anuncios más importantes en este campo fue el de 1992 “Sensación de vivir” (Imagen 1), mostrando escenas cotidianas con las que los usuarios fácilmente se podían identificar, siempre haciendo énfasis en cómo el producto, en este caso la CocaCola, era el medio para llegar a esa felicidad; 20 años después, en el 2012, los recuentos de vida volvieron a ser parte fundamental de las campañas de la marca, con spots como el de “Cámaras de seguridad” (Imagen 2) y “Volvamos a ser héroes”, donde enfatizaban aún más el mensaje de cotidianidad a través de videos caseros y de cámaras de seguridad, con la diferencia que en estos relegaban el producto a la parte final, dando mayor protagonismo a los sentimientos y emociones, lo que genera una conexión mucho más fuerte con los consumidores y potencia el mensaje de producto o marca igual a emoción, en este caso CocaCola igual a felicidad.

Imagen 2

Fuente: <https://vimeo.com/192991698>

Si analizamos a profundidad los diversos productos de este género, podemos encontrar que la mayoría hacen uso de la tradicional estructura de narración lineal, compuesta por un inicio, un nudo y un desenlace, con algunas variables dependiendo del medio, por ejemplo en la televisión, muchos animes y series condensan en un solo episodio una historia con esta fórmula, a fin de contar un relato diferente por capítulo, mientras que otras series optan por extender estas tramas a un determinado número de apartados, entregando al usuario un inicio de dos o más secciones y de la misma forma con el nudo y el desenlace, de los cuales el primero siempre tiende a tener una mayor duración y el segundo ser el más corto de los tres. Es común ver en producciones más largas, un extenso abanico de historias que se entrelazan y generan a su vez otras subtramas, dando la situación que mientras un personaje se encuentra en el centro de su conflicto argumental, otro hasta ahora hace sus primeras apariciones, y muy probablemente otro se encuentra despidiéndose o cerrando una compleja etapa, mecanismo que mantiene al usuario atento y en la tan atrapante montaña rusa de emociones de los productos audiovisuales, pero sin

importar que estos argumentos sean principales o secundarios, cortos o largos, todos manejan esa misma matriz.

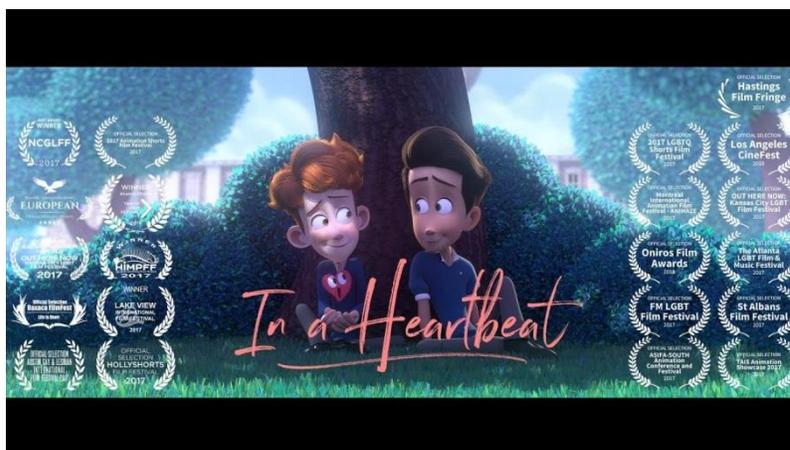
Es importante hacer una mención especial a una temática, que si bien ronda más el romance, aun así en muchas ocasiones recurre también al slice of life, esta es el BL, *Boy's Love* o *Yaoi*, un subgénero del romance cuyo público objetivo es el femenino y que presenta historias románticas entre personajes del género masculino (Brenner, 2007), y también el menos popular GL, *Girl's Love* o *Yuri*, que al igual que el yaoi muestra historias románticas, pero esta vez entre mujeres o chicas (Brenner, 2007). Cuando hablamos del BL nos encontramos con un subgénero escrito y dirigido al público femenino, pero por más novedoso que parezca, mantiene los mismos estereotipos de rol que en los romances hombre y mujer (Brenner, 2007), al punto que se remarca con gran fuerza la idea de un dominante y un dominado, no solamente en el acto sexual, también acompañado de unos patrones específicos de personalidad en cada personaje para reforzar su rol.

A pesar de lo definido que pueda tener el BL su público objetivo, también ha encontrado un importante nicho en el mercado masculino, principalmente en hombres bisexuales u homosexuales, que descubren en estas historias un identificador (Brenner, 2007), incluso un pequeño porcentaje de hombres heterosexuales que disfrutan de estas historias, como cualquier otro romance, independientemente del género de los protagonistas. Pero el BL en la actualidad no solo hace referencia al anime o manga japonés, por el contrario este término se ha extendido para abarcar todo tipo de relatos románticos entre hombres, al punto que es la forma con la que se denominan coloquialmente a un sinfín de películas, series, novelas, etc., que abarcan esta temática sin importar el lugar de origen. Y es que el fuerte impacto que ha logrado este subgénero, ha abierto un rentable nicho de mercado, al punto que países como Tailandia se consoliden como potencia en este tipo de series y películas, Corea y Japón en cómics y día con

día nuevos países que independientemente de su cultura, se atreven a plasmar historias de este tipo, siempre acompañadas del toque realista y cotidiano del slice of life.

En el mundo del BL existen tres grandes mercados, cada uno con sus características particulares, en primera instancia tenemos el referente a los cómics o historietas, donde el principal exponente es Japón con sus tan conocidos mangas, pero más allá de la tradicional historia romántica que estos manejan, su atractivo se encuentra en el alto contenido sexual y explícito de estas obras, pero que tanto muestran los mangas BL se define a través de tres categorías o divisiones principales, la primera de ellas es el *shonen-ai* que hace referencia a el género del manga que se centra en relatar historias románticas entre hombres sin contenido sexual explícito, donde lo más lejos que llegaran los protagonistas es a un beso; después tenemos el *yaoi*, que se atreve a representar mucho más la vida sexual de las parejas pero sin llegar a un nivel muy alto, en este género es muy común el uso de la censura; finalmente se encuentra el *hard yaoi*, que como su nombre lo indica es el nivel más erótico de manga BL, al punto de plasmar por completo el acto sexual de la pareja de forma evidente, llegando a considerarse en ocasiones pornografía. Otro fuerte exponente de la historieta homosexual es Corea, que en años recientes ha tomado gran fuerza, con su propio estilo artístico los *manhwas* o historietas coreanas se han posicionado como uno de los favoritos de los fans del BL.

Imagen 3



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=2REkk9SCRn0>

En el siguiente nicho de mercado encontramos la animación, que tiene bastante relación con el mundo de la historieta y también tiene como mayor exponente a Japón y su tan conocido anime, que es la versión animada de los mangas, a pesar de la gran variedad de los cómics BL, en el anime tienen mayor cabida las historias románticas sin ningún tipo de muestra sexual, al punto que relatos al ser adaptados eliminan por completo este aspecto de la trama. En el campo de la animación no existe otro país que se atreva a dar vida a este tipo de relatos al nivel y cantidad que lo hace Japón, pero en los últimos años se han visto propuestas desde distintos rincones del mundo, uno de los más conocidos es el cortometraje estadounidense de 2017 “In a heartbeat”, proyecto que inició recaudando fondos a través de un sitio web de patrocinio y cuenta la historia de un chico enamorado de otro y como su corazón sale de su pecho, cortometraje que al día de hoy no solamente ha ganado varios premios LGBT, sino que también cuenta con más de 40 millones de vistas y 2 millones de likes en youtube, y fue nombrado en el puesto número 9 de los videos más virales del 2017 de esa plataforma (Kaur, 2017).

Finalmente se encuentra la categoría live-action de las series y películas, algunas de estas son adaptaciones de mangas, historietas, novelas o historias originales, donde actores de carne y hueso dan vida a estos personajes, pero si bien tanto series como películas de temática homosexual provienen de todas partes del globo, en los últimos años su principal exponente es Tailandia, llevando a la pantalla chica un gran número de adaptaciones de novelas de temática gay, producciones que han llegado a tener fuerte repercusión alrededor del mundo, claro ejemplo es la serie de 2018 “Love By Chance” de la cadena Line TV, la cual por petición de los fans fuera de Tailandia tuvo links oficiales internacionales con subtítulos al inglés y coreano. Al igual que con el manga y el anime, las series BL *thai* se centran en mostrar historias románticas entre hombres, cargadas de ternura y drama, la mayoría de veces replicando el modelo japonés donde varias parejas entrelazan sus relatos, algunas veces siendo únicamente de hombres homosexuales y en otras con algunas parejas heterosexuales. Otros países relevantes en la producción de estos contenidos son Taiwán, Japón y Corea. Desafortunadamente la mujer homosexual no posee la misma representación que el hombre gay, por el contrario su participación en estas series y películas asiáticas es casi nula.

El BL es la muestra de cómo el *slice of life* ha transformado las historias homosexuales en un nuevo nicho de mercado potencial, dejando de lado su propósito de protesta y naturalización, al punto que países se consoliden como potencia en la creación de estos contenidos, pero a diferencia de lo que se esperaría en estos lugares, la homosexualidad sigue siendo algo mal visto en la mayoría de ellos, al punto que el primer país asiático en aprobar el matrimonio igualitario ha sido Taiwán, en mayo del 2019 (Hollingsworth, 2019), productos que han llevado al espectador a creer que la homosexualidad es algo exclusivo de Occidente y que para el comercio y la ficción es algo aceptado, pero en la vida real no. Es importante investigar la

forma en que este género ha representado las diversas orientaciones sexuales, especialmente la homosexual, a medida que estas ganaban mayor visibilidad y qué tipos de representaciones sociales y estereotipos influían, al momento de plasmar esa realidad cotidiana, en este caso específico en el contexto colombiano. También, qué papel jugaron estos productos audiovisuales en la lucha LGBT, y principalmente en la idea colectiva de pareja homosexual.

4. Placer, cariño y deseo, los tres nombres del amor

Si bien en los últimos años el término orientación sexual se ha aclarado y a su vez se ha expandido su correcto significado, es importante definirlo de forma clara y concisa para esta investigación. Según la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos o ACNUDH, orientación sexual se refiere a la capacidad que tiene una persona de sentir fuerte atracción emocional, afectiva y sexual por personas del género opuesto, su mismo género o ambos, además de la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con personas. (Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, 2013)

Según la ACNUDH se identifican tres grandes tipologías de orientación sexual, las cuales son:

1. **Heterosexualidad:** Capacidad de atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo.
2. **Homosexualidad:** Capacidad de atracción emocional, afectiva y sexual por personas de su mismo género.
3. **Bisexualidad:** Capacidad de atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo o de su mismo género.

Con estas categorías definidas podemos hacer uso correcto de los términos y así mismo realizar el análisis de las representaciones con base en estas definiciones.

Si bien, la representación que ha tenido la heterosexualidad es tan variada como antigua, esto no sucede con las otras dos orientaciones sexuales, con la bisexualidad podemos observar una imagen casi nula de esta, y es que mientras más personajes homosexuales aparecen en diversos medios, notamos la ausencia de la bisexualidad, siguiendo encasillada en confusión o en el libertinaje sexual de una etapa. Sobre la homosexualidad, si bien en los últimos años ha tomado mayor representación, aún se encasilla en la hetero-normatividad de lo que es o debe ser una relación, mostrando una parte dominante y una sumisa.

En el caso de la mujer homosexual en los medios, podemos encontrar dos grandes perspectivas, en Oriente, mas específico en Japón, el *yuri* es un subgénero del romance que busca retratar relaciones entre mujeres (Brenner, 2007), principalmente dirigido hacia un público masculino, donde se mantienen las mismas normas de las relaciones heterosexuales, un dominante y un dominado, estos roles comúnmente se definen por el tamaño de los senos de las protagonistas y la estatura, en cambio en Occidente vemos que los rasgos no son tan marcados, pero aún se mantiene el mismo tipo de relación. En el caso de los varones homosexuales, estos roles de relación se marcan aún más, incluso llegando a definir el rol sexual de los personajes, en el *yaoi* encontramos dos grandes tipologías de personaje, el primero el *uke*, afeminado, débil y renuente, que tiene la función de sustituir a la heroína (Brenner, 2007), siempre es penetrado en el acto sexual, y su rol de dominado se ve evidenciado en la situaciones sexuales, donde su opinión no tiene valor y en ocasiones llega a ser violado por su pareja o el dominador; la otra es el *seme*, que ejerce como dominante, su personalidad puede llegar a variar, pero siempre

manteniendo la idea general de hombre y tratando de no mostrar algún tipo de feminidad, es el que siempre penetra en el acto sexual; finalmente nos encontramos con el *suke*, que se puede considerar la representación del versátil, pero al igual que con la bisexualidad es muy pocas veces representado, al punto que no posee una personalidad definida y se centra exclusivamente en el acto sexual. Un subgénero que como lo evidencian sus personajes, juega con las dinámicas de relaciones estereotipadas heterosexuales (Brenner, 2007), con la única diferencia que en vez de ser una relación hombre y mujer, es entre dos hombres, pero tampoco podemos olvidar que el *yaoi* y el BL en general tienen un fin netamente comercial, replicando las historias que para el público pueden resultar más atractivas, en palabras de Brenner *“Si la historia se cuenta bien y de acuerdo a la convención romántica, los corazones de los fanáticos del romance se estremecerán de la misma manera que lo hacen para los romances heterosexuales.”* (Brenner, 2007). Si bien esta perspectiva tiene un mayor enfoque oriental, en Occidente la situación no cambia mucho, manteniendo esos mismos roles de relación, con la diferencia que se ha logrado aceptar otro tipo de pareja, aquella donde esos roles sexuales no se ven reflejados en la personalidad y ambos personajes mantienen el imaginario popular de hombre masculino, situación que si bien ofrece una perspectiva más diversa aún carece de amplitud.

Saber qué representaciones sociales se han construido en torno a las diversas tipologías de orientación sexual y qué papel han jugado los medios masivos como la televisión dará un panorama mucho más acertado en este caso del contexto colombiano.

5. Representaciones sociales, lo que debe ser y lo que en realidad es

Si bien a lo largo de los años varios psicólogos han definido lo que son las representaciones sociales, este proyecto se apoya en el principal exponente de la teoría de las

representaciones sociales, el psicólogo social Serge Moscovici que las define como teorías y áreas de conocimiento para el entendimiento de la realidad y para permitir la comunicación social, basada en el nombrar y clasificar aquello que los rodea (Citado por León, 2002: 369). Estas imágenes de carácter inmediato, responden a la imagen mental que posee un individuo o comunidad sobre otra, *“constituye una creencia (o es elemento de una creencia) y es la base del significado que adquiere cada nuevo estímulo relacionado con esa cosa, evento, acción o proceso.”* (Raiter, 2002), que dicho de una forma más sencilla, las representaciones sociales son las creencias base que se tienen de una comunidad específica, y que soportarán la nueva información recibida sobre esta, es aquí que toman mayor relevancia las representaciones, como ideas capaces de sesgar la forma en la que percibimos la realidad.

Y es que las representaciones no siempre son un reflejo de la realidad, por el contrario *“en las representaciones los seres humanos “completan” el mundo o le agregan elementos”* (Raiter, 2002), pero en este sistema no solamente intervienen el sujeto y el estímulo como único método de obtención de información, *“las imágenes ya existentes también intervienen en el proceso, condicionando la que será la imagen resultante para un estímulo particular.”* (Raiter, 2002), todas estas variables que influyen en el sistema hacen que sea fundamental el análisis de estas representaciones, que si bien su naturaleza no es la de un reflejo fiel de la realidad, si debe llevar a una imagen lo más cercana posible, evitando huecos que lleven a los tan conocidos y muchas veces perjudiciales estereotipos. La comunicación juega un papel fundamental a la hora de transformar estas representaciones individuales en colectivas, pues por medio de esta es que el ser humano puede transmitir las a otro y solo puede transmitir aquello almacenado en su mente (Raiter, 2002), completando el proceso desde el mecanismo cómo estas representaciones son

creadas, hasta la actividad con la que se transmiten, dando cabida a cada individuo de crear sus propias representaciones y que estas se compartan (Raiter, 2002).

También es importante conocer las funciones que tienen estas representaciones, que según León (2002) son:

- a. Categorizar y establecer un modelo para convertir una realidad extraña en familiar.
- b. Propiciar la comunicación entre personas.
- c. Promover el pensamiento colectivo con el fin de conocer el grupo al que se pertenece.
- d. Justificar las decisiones y conductas en las interacciones sociales.

En esta misma categoría entran los llamados estereotipos, que según la RAE los define como *“Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”* (RAE, 2001). Pero los estereotipos van mucho más allá, Ferrés los define como representaciones sociales que un colectivo social tiene de otro colectivo social, con la característica que se repiten varias veces, estos juegan con los procesos de seducción, en tanto se rechaza a una persona por la idea negativa que se tiene del colectivo al que pertenece, cuyo riesgo principal radica en la obviedad que estos aparentan tener, lo que lleva a no querer diversificarla (Ferrés, 1996). Sin duda alguna los estereotipos son *“generalizaciones preconcebidas sobre los atributos o características de la gente en los diferentes grupos sociales”* (Colás, 2007), pero el estereotipo también cumple una función simplificadora para el ser humano, en tanto se convierte en *“una forma simple de pensar sobre la gente”* (McMahon & Quin, 1997).

Junto a los estereotipos nos encontramos con los juicios de valor como *“una decisión tomada sobre el mérito o la bondad de un objeto o persona”* (McMahon & Quin, 1997), y es que

estas decisiones juegan un papel fundamental en la creación de estereotipos, como “*una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres*” (McMahon & Quin, 1997), es de esta manera que se toman rasgos característicos para definir el grupo en su totalidad, y es en este aspecto que el estereotipo puede llegar a ser tan nocivo, pues es imposible definir a todo un grupo de personas a través de un número determinado de rasgos que se creen generales u obligatorios para todos los miembros de esa comunidad.

El origen de los estereotipos se da principalmente de dos maneras, la primera siendo creada por nosotros mismos de una forma indirecta, y la segunda por los medios de comunicación que lo hacen directamente (McMahon & Quin, 1997). En el caso de los originados de forma indirecta, según Ferrés, radica en su pretensión de reducir y simplificar la realidad, facilita la interpretación de una realidad amenazadora y desconocida, y funge como mecanismo de defensa (Ferrés, 1996), y es que la sensación de desconocimiento y temor son fundamentales para los estereotipos, haciendo que sea más fácil crear estas ideas de ciertos grupos de la sociedad que de otros, pues el estereotipo se encuentra fuertemente ligado a la idea de problema o amenaza, situación que lleva a que los grupos de la sociedad percibidos colectivamente de esta forma, sean más propensos a estereotipos (McMahon & Quin, 1997). Según McMahon y Quin algunos de los problemas más propensos a la creación de estereotipos, son aquellos que ponen en riesgo la forma de vida actual de la comunidad, como la amenaza de guerra o agresión, estilos de vida diferentes a los del grupo dominante y más, que pueden ser obvios o no, que desembocan en estereotipos hacia otros países, otras culturas, otras razas, etc., (McMahon & Quin, 1997). Pero sin importar la causa estos se crean de manera inconsciente, reflejando posiciones de poder y justificando la importancia de los grupos dominantes (McMahon & Quin, 1997), esta relación de causa y efecto se ve ejemplificada en las parejas homosexuales, siendo percibidas como una

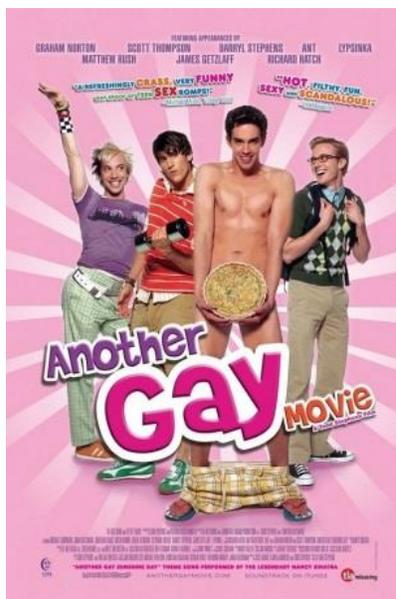
minoría frente a las heterosexuales, ponen en riesgo la idea tradicional de pareja y familia, cuya respuesta a la sensación de amenaza da como resultado un sinnúmero de estereotipos sobre la homosexualidad.

El segundo de los causantes de estereotipos son los medios de comunicación, en esta categoría encontramos al cine y la televisión como los grandes generadores de estereotipos en cuanto buscan facilitar la tarea al espectador a través de la simplificación (Ferrés, 1996). Pero la fuerte tendencia de los medios a usar estereotipos es mucho más compleja, la misión de estos es cautivar a audiencias masivas, lo que lleva a utilizar personajes que sean reconocibles por un gran número de personas sin importar su edad o condiciones específicas, es aquí que los estereotipos encuentran toda su utilidad en tanto pueden llegar a ser comprendidos incluso por niños pequeños, *“Los estereotipos tienen una gran trascendencia económica al poder ser entendidas con tanta facilidad; cuanto más gente los vea o compre, mayor será los beneficios.”* (McMahon & Quin, 1997). La manera en que cada medio, hace uso de los estereotipos responde a las características de los mismos, por ejemplo en los cómics responden al espacio, duración y diseño, mientras que en la televisión son una ayuda frente a la duración de las producciones y la rapidez con las que deben ser hechas, situaciones poco propicias para el fin de estos, que sin importar que *“No podemos ignorarlos ni huir de ellos como si fueran una enfermedad, sino que debemos aprender a identificarlos como lo que son, es decir, juicios simplistas de valor sobre unos determinados grupos”* (McMahon & Quin, 1997).

En cuanto a los efectos, estos inciden directamente sobre los mapas mentales, con los que se percibe la realidad, creando una idea errónea y generalizada sobre un grupo, dando como resultado los ya conocidos prejuicios (Ferrés, 1996). En el tema de la representación de la

homosexualidad se han manejado diversos estereotipos a lo largo de los años, desde el hombre homosexual completamente expuesto (Imagen 4), hasta el mentiroso que se oculta tras un matrimonio con hijos, desde la lesbiana depravada hasta la prisionera sin mayor opción (Blázquez, 2017), en Oriente y aun en nuestros días la hegemónica concepción heterosexual de lo que es una pareja, donde el pasivo delicado y afeminado debe sustituir a la heroína en la historia (Brenner, 2007), apoyando el estereotipo que aunque sean dos hombres uno debe jugar el rol de la mujer.

Imagen 4



Película de comedia centrada en la vida sexual de 4 jóvenes, donde se recurre a los estereotipos para potenciar lo cómico en la misma.

Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/369647081907709177/?lp=true>

Y es que estas ideas generalizadas se acompañan de un lenguaje visual específico, gestos, vestimentas, accesorios, etc., después de todo el estereotipo “*es una imagen convencional, acuñada, un prejuicio popular sobre grupos de gente.*” (McMahon & Quin, 1997), donde uno de los rasgos más importantes para esta clasificación es según el aspecto (McMahon & Quin, 1997), el uso del concepto imagen es fundamental desde el diseño como la representación visual de algo (Ucha, 2009), pero no se limita solo a esto, pues como afirma Vitra, esta definición ha cambiado y ya no solo se limita a sustituir la realidad sino también a crearla, sin dejar de lado que no solo hablamos de representaciones bidimensionales (Acaso, 2006). Analizar esas representaciones ya hechas desde esta disciplina nos dará el camino para naturalizar en la sociedad a las parejas del mismo sexo evitando los estereotipos del pasado a fin de comunicar el mensaje correcto, haciendo uso no solamente de la trama y diálogos, sino también de todo el lenguaje visual que acompaña esas representaciones.

6. Televisión, ¿representación o hacedora de la sociedad?

Finalmente, es importante aclarar las bases desde las que se verá a la televisión y su influencia en la realidad, en este caso en el proceso de naturalización, la llamada “teoría del cultivo” (Gerbner, 1986) nos ofrece una perspectiva donde se ve al usuario constante de televisión como un ser que piensa que la realidad planteada en este medio es la que el mismo está viviendo, lo cual en la mayoría de casos es falso, esta idea se complementa con la posición de Montero (2006: 21-22) que ve a la televisión como un ente socializador a través del entretenimiento, para finalmente completar con el ejemplo que presenta Galician (2004) frente a la concepción de amor deformada por los contenido de romance y como estos crean expectativas irreales por medio de la simplificación, distorsión de la realidad y la dramatización de símbolos y estereotipos, así mismo la televisión comparte el carácter de registro de la fotografía, pues

“transmite mensajes de forma literal sin la ayuda de signos discontinuos y reglas de transformación” (Barthes, 1986), esta relación entre naturaleza y cultura lleva al individuo a compartir la sensación de estar-allí (Barthes, 1986), un tiempo presente que envuelve al televidente y lo conecta más fácilmente.

Todos estos postulados posicionan a la televisión como un fuerte influenciador de la realidad, lo que nos dará pie para analizar si los contenidos nacionales realmente están ayudando a una naturalización de las parejas homosexuales o por el contrario solo apoyan los viejos estereotipos y la discriminación. Y es que la manera en la que funciona la televisión, responde a un complejo manejo de la mente humana y su percepción de la realidad, Ferrés identifica tres variables importantes al hablar de la percepción objetiva en el ser humano, en primera instancia los esquemas mentales como la falacia de creer que lo que se percibe es lo auténtico, obviando las limitaciones naturales de la psiquis humana; en segunda instancia los condicionamientos culturales, que llevan al individuo a pensar que su realidad es la única natural, otorgando una visión parcial del mundo, centrada en la cultura propia; y finalmente los condicionantes emocionales, que como su nombre lo indica hacen referencia a cómo los esquemas emocionales modifican el modo en que se percibe la realidad, y es que estas tres variables actúan en la percepción de forma inconsciente (Ferrés, 1996).

Y es que las emociones y el inconsciente juegan un papel fundamental en la televisión y sus productos, cuyo objetivo primordial es el dominar el ánimo del televidente en diversos niveles psicológicos al mismo tiempo (Adorno, 1966), he aquí el éxito de las tramas que mantienen al usuario en una montaña rusa de emociones, pero más allá de lo explícito, el mensaje oculto es el realmente decisivo, después de todo lo inconsciente evade todos los filtros racionales y se planta en la mente de forma directa (Adorno, 1966). La fuerte influencia de la

televisión no solo se basa en su mensaje y su capacidad de transmitir de forma inconsciente, desde una perspectiva más técnica, su carácter audiovisual realza su fuerte atractivo para el espectador, este medio lleva al usuario a implicarse a través de las emociones, penetrando directamente en el hemisferio derecho del cerebro, que acompañado del bombardeo continuo de imágenes dificulta la reacción y filtración racional de la información, llegando en ocasiones a saturar e insensibilizar (Barroso, 2005), después de todo *“El oxígeno de las pantallas es el espectáculo. No interesa reproducir la realidad, ni convertir a los MCM (medios de comunicación masivos) en ventanas abiertas al mundo o reflejos de los que ocurre.”* (Barroso, 2005).

Pero este análisis de la psiquis humana, se evidencia en el efecto socializador de la televisión y en lo que Ferrés llama la inversión del efecto placebo, donde el individuo consciente del hecho que la televisión no le hace daño, abre las puertas de su psiquismo a esta, generando un efecto real en el mismo (Ferrés, 1996), este actuar inverso encuentra su punto en común en las emociones, puesto que tanto la televisión como el placebo *“producen la mayor parte de sus efectos desde las emociones y desde la burla de la conciencia y de la racionalidad.”* (Ferrés, 1996). La socialización es el proceso por el cual un organismo meramente biológico desarrolla la capacidad y se transforma en un ser social (Ferrés, 1996), proceso en el que la televisión juega un papel fundamental, en tanto constata que *“en este proceso de transmisión de ideas, sentimientos y pautas de comportamiento se realiza más desde la emoción que desde la reflexión, más desde lo inconsciente que desde la plena conciencia.”* (Ferrés, 1996).

Este mundo que ofrece la televisión y en general los medios de comunicación constituyen una realidad mediada, en tanto esta es una representación hecha por la cultura, situación que puede llevar al espectador a perderse en ella, este debe tener la capacidad de clasificar los

contenidos como aquellos que le ayuden a conocer mejor la realidad humana y aquellos que solo lo alejan más de esta (Álvarez, Del Rio & Del Rio, 2004). Esta presunción de realidad se vuelve peligrosa en individuos que se encuentran construyendo su mundo, es el caso de los niños que perciben esta representación como realidad y los lleva a imitar actos imposibles y que ponen en peligro su integridad (Álvarez, Del Rio & Del Rio, 2004), pero esto no exenta a los adultos, a de igual forma atribuir algún grado de realidad a esas representaciones, después de todo, en menor o mayor nivel la deben tener en función de su viabilidad (Álvarez, Del Rio & Del Rio, 2004). Según Hawkins (1977) existen dos maneras en que la televisión plasma esa realidad, la primera es la “ventana mágica”, donde la televisión representa cosas que no están en la realidad; la segunda es la “expectativa social”, donde se da una imagen realista independientemente si es ficción o no, Potter (1990) añade una tercera, la de la identidad, donde el televidente se identifica con los protagonistas (Álvarez, Del Rio & Del Rio, 2004).

Independientemente del camino que tome la televisión al plasmar las diversas realidades, esta se ve altamente influenciada por el contexto, ya sea en respuesta a lo que el televidente vive, buscando crear una conexión a través de las experiencias o por el contrario normalizar un cambio en el ambiente del usuario, esto transforma a las producciones televisivas en una vista única de su tiempo, en las cuales se ven plasmadas las problemáticas del momento y a su vez se comunica la solución “correcta” de estas, ayudando a la naturalización de sectores de la sociedad oprimidos, claro ejemplo de esto son las recurrentes temáticas de empoderamiento femenino, migrantes y la comunidad LGBT que en años recientes poseen las series televisivas, esto en respuesta a los cambios efectuados en los últimos años. En el caso específico de la televisión colombiana, se puede observar cómo los avances legales de la comunidad LGBT han repercutido en su representación televisiva, la conocida novela Betty La Fea trajo al primer personaje

abiertamente homosexual a la televisión nacional, pero el nacimiento de Hugo Lombardi fue la respuesta a las sentencias de 1996, 1998 y 1999 (año en que se estrenó la serie), prohibiendo la discriminación por motivo de orientación sexual, la consideración de la misma como “aberración” y como falta disciplinaria en las fuerzas militares, desde ese momento se ha contado con un número significativo de representaciones en la pantalla chica, principalmente de hombres y parejas homosexuales, aun así hay casos en que esta naturalización se ha visto más demorada, si bien en 1993 se realizó el primer cambio de nombre legal por uno del género opuesto no fue hasta 2005, 12 años después que por primera vez hizo aparición en una novela colombiana no solo un personaje trans sino también personificado por una actriz transgénero, Laisa en Los Reyes, donde parte de la comedia y su historia giraban en torno a este aspecto.

En el objeto de estudio, la novela Hermanos y Hermanas, se hace tangible este contexto legal y su repercusión, si bien su producción dio comienzo en el año 2014, esta no vio la luz sino hasta el 2018, dos años después que se aprobara el matrimonio igualitario en el país, haciendo fuerte hincapié en el hecho que ningún juez podrá negarse a casar a una pareja del mismo sexo, este pronunciamiento legal se ve reflejado en la parte final de la novela, donde la pareja homosexual tiene que luchar contra un juez para que los case, situación que los lleva a ser la primera representación de una boda gay en la televisión colombiana, aun así, el bajo rating y polémica detrás de este fallo restó importancia a este hecho. Si bien ya son 3 años desde que se aprobó el matrimonio igualitario en el país, Hermanos y Hermanas ha sido la única telenovela en mostrar la unión legal entre parejas del mismo sexo, lo que posiciona a las producciones del canal RCN como las que poseen el mayor número de representaciones de personajes LGBT, con un total de 10 seriados donde hay por lo menos un personaje de esta comunidad, ya sea secundario o protagonista, y teniendo las más recientes, estas producciones son: Betty La Fea

con Hugo Lombardi, Los Reyes con Laisa Reyes, Casa de reinas con Lucas de la Rosa, Aquí No Hay Quien Viva con la pareja de Fer y Mauri, El Último Matrimonio Feliz con los personajes Alcides Niño y Harold Peralta, Venganza con Grazzia Fontana Visso y Sandra Gúzman, Amor A La Plancha con José Chipatecua, Secretos Del Paraíso con la pareja de Julián y Daniel, Hermanos y Hermanas con los personajes Camilo Soto, Sandro Gabrieli y Martin Arboleda, entre otros, y la más reciente en Francisco el Matemático con Daniel Trujillo.

Estas representaciones cumplen una parte fundamental en la construcción de los individuos, llevando a varios autores a considerarla *“como transmisores de modelos de conducta, de modelos de “yo”, y, en consecuencia, colaboradores de la construcción de la identidad personal”* (Huertas & França, 2001), ofreciendo un universo simbólico llegando a sustituir las experiencias vividas o complementando las mismas (Huertas & França, 2001). Pero en este proceso también forman parte importante las experiencias previas de los usuarios, pues es a través de estas que se consolidan las fórmulas que *“preestablecen la pauta actitudinal del espectador ya antes de que este se vea confrontado con uno u otro contenido específico y que en gran parte determina el modo de que un contenido específico es percibido”* (Adorno, 1966), esta predisposición a través del conocimiento previo hace que el usuario tenga una idea general de lo que está a punto de ver, incluso mucho antes de escuchar la primera palabra, y es lo que lo hace tan importante y que requiera tal atención (Adorno, 1966).

En la televisión se puede llegar a considerar que los estereotipos y los clichés son sinónimos, con la diferencia que los segundos se basan en un uso repetitivo que da una pérdida de fuerza y novedad, llevándolos a ser algo común, a diferencia de los primeros que corresponden a una idea general sobre un grupo específico, aún así en los medios es fácil que un estereotipo se convierta rápidamente en un cliché, y es que el uso recurrente de estas

simplificaciones responde al mismo proceso del medio, en el caso de la televisión con sus cortos tiempos de producción y grandes cantidades de material hacen que el uso de estas fórmulas sea obligatorio (Adorno, 1966), situación que refuerza la idea misma del estereotipo, *“Cuanto más se cosifican y endurecen los clisés en la actual organización de la industria cultura, tanto menos es probable que las personas cambien sus ideas preconcebidas con el progreso de su experiencia.”* (Adorno, 1966). Aquí encontramos un género televisivo muy ligado con el *slice of life*, el melodrama, que comparte esa misma identificación con lo que se muestra en pantalla, *“ofrece a los públicos populares cierta posibilidad de reapropiación de experiencias primordiales (los lazos familiares, la crisis sentimentales, la temporalidad cotidiana...)...”* (Abril, 1995), y es que en Latinoamérica este género se ha transformado en *“una matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masa”* (Barbero, 1992), una representación de mucho de lo que somos y lo que queremos ser, una especie de imaginario colectivo (Barbero, 1992), la situación en Colombia ha hecho que la tele realidad sea fundamental, y una respuesta a los noticieros fantasiosos y tecnológicos del país, puesto que como menciona Barbero, es en la telenovela donde se representa el vivir cotidiano, *“sus mezclas de pesadilla con milagros, las hibridaciones de su transformación y sus anacronías, las ortodoxias de su modernización y las desviaciones de su modernidad”* (Barbero, 1992), esta realidad de la televisión en el país, pone en evidencia la importancia de este medio en la cultura colombiana.

Imagen 5



Fuente: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/medios/las-novelas-colombianas-mas-recordadas-galeria-724280>

Es aquí que el diseño toma responsabilidad al igual que la televisión, como una disciplina que en palabras de Heskett busca dar forma a nuestro entorno (Heskett, 2005), aún más desde el diseño gráfico que según la doctora en Historia del Arte Katya Mandoki lo define como el comunicar un mensaje por medio de imágenes, con el fin de que este sea comprendido por alguien ausente (Hoffman, 2014), este público ausente se convierte en el gran porcentaje de personas fuera de la comunidad LGBT a los cuales como hacedores de formas tenemos la obligación de transmitir el mensaje correcto y a su vez, tomar como referencia lo que se ha hecho para no cometer los mismos errores.

7. El mensaje escondido a simple vista

La comunicación visual se define como “Un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información a través de la vista... El código específico de la comunicación visual.” (Acaso, 2006). Esta forma de comunicación a diferencia de la escrita no requiere de un

aprendizaje, al menos para comprenderla superficialmente, y es que desde el momento en que nacemos de forma automática aprendemos este lenguaje (Acaso, 2006).

Este método de comunicación posee un carácter mucho más universal que el escrito, con sus barreras de idioma y cultura, incluso mucho tiempo antes que el ser humano tan siquiera pensara en la escritura, ya hacía uso del lenguaje visual para transmitir mensajes, y es que su parecido con la realidad nos lleva a pensar que estamos frente a ella (Acaso, 2006). Acaso identifica un número específico de herramientas del lenguaje visual, donde cada una cumple una función importante a la hora de transmitir el mensaje, se dividen en dos grandes grupos, las de configuración y organización, en el primero encontramos el tamaño, la forma, el color, la iluminación y la textura, mientras que en el segundo la composición y la retórica visual (Acaso, 2006), todas estas herramientas responden al proceso básico de la comunicación, que en este caso al ser visual modifica levemente sus componentes, en primera instancia tenemos la realidad, seguida del emisor o creador, *“que es el individuo que lleva a cabo el acto de representación y que lo hace en determinado contexto.”* (Acaso, 2006), más adelante Acaso complementa diciendo *“En la primera fase de construcción de una representación visual, el emisor representa la realidad, en el sentido de sustituir una cosa por otra.”* (Acaso, 2006), para terminar con el receptor o espectador, *“que es el individuo que lleva a cabo el acto de interpretación y que lo hace en determinado contexto.”* (Acaso, 2006).

Este lenguaje gráfico, según Costa es el resultado de la unión de tres modos fundamentales de lenguajes, todos ligados a la forma y son la imagen, el signo y el esquema, la imagen corresponde *“a la forma de las cosas del entorno”* (Costa, 2011); el signo *“a la forma de las notaciones”* (Costa, 2011); y el esquema *“a la forma de las estructuras que subyacen a las realidades invisibles”* (Costa, 2011), también se añade un cuarto lenguaje gráfico, que es el

color, siempre supeditado a la forma que lo contiene, este posee la cualidad de ser un lenguaje tanto icónico como esquemático, en tanto es realista y funciona como signo, al significar por sí mismo sin depender de su contenedor (Costa, 2011). Y es que el color es uno de los elementos más importantes del lenguaje visual, que también pone en evidencia la importancia que tiene este a la hora de transmitir un mensaje, *“El color habla a nuestros sentidos de manera más precisa y más viva aún que la forma.”* (Cañellas, 1979), claro ejemplo de esto son los niños, que normalmente prefieren la luz y lo colorido, pero también hacen uso de colores oscuros y sombras para transmitir su estado de ánimo en el momento, es así como desde el diseño se analiza el significado de estos colores y cómo contribuyen al mensaje total que se quiere transmitir, después de todo *“Cada color provoca en nosotros una reacción espontánea, cada uno tiene un sentido simbólico completo y concreto”* (Cañellas, 1979).

Como principal elemento del lenguaje visual encontramos la imagen, también columna vertebral del diseño gráfico, ha sido parte fundamental del ser humano, incluso mucho antes de tan siquiera pensar en un sistema de escritura, el hombre ya hacía imágenes a fin de transmitir un mensaje a otras generaciones, a las cuales no podía llegar con la oralidad, y es justo esa posibilidad de trascendencia la que aún en nuestros días convierte a la imagen en un recurso tan importante, *“Ya tranquilicen o solivante, maravillen o embrujen, ya sean manuales o mecánicas, fijas, animadas, en blanco y negro, en colores, mudas, hablantes, es un hecho comprobado desde hace varias decenas de miles de años que las imágenes generan acción y reacción”* (Debray, 1998). Toda imagen siempre tendrá algo que transmitir mucho más allá de lo identificable a simple vista, *“Siempre hay un interior en la imagen, incluso en aquellas certificadamente planas”* (Català & Doménech, 2005), pero ese trasfondo de las imágenes se ve modificado a través de su vida, *“si por naturaleza pueden provocar algo distinto a una simple*

percepción, su capacidad –aura, prestigio o irradiación- cambia con el tiempo” (Debray, 1998), es en estas situaciones en que el tiempo, o la misma intención de la imagen ocultan ese interior o mensaje inconsciente, que se deben analizar para conocer cómo será su reacción o que efecto se busca tener con estas, *“en los casos en que ese interior no parecer estar tan a la vista... es de dilucidar si ese interior es explícito o implícito y, en cualquier caso, si permite, y en qué forma, la inmersión del espectador en el seno de esa interioridad”* (Català & Doménech, 2005), estos distintos niveles de lectura de la imagen, varían dependiendo el individuo, siempre bajo una misma tipología o un conjunto de actitudes a pesar de la discontinuidad de sus signos (Barthes, 1986). El significado de imagen es fundamental para esta investigación, en tanto el video es la captura y reproducción de imágenes o fotogramas a gran velocidad, para dar la sensación de movimiento, pero la similitud entre el video y la fotografía se halla en su carácter de registro, donde ambos transmiten información literal sin la necesidad de códigos, pues mantienen esa relación entre naturaleza y cultura, con la distinción que mientras la fotografía da la sensación de haber-estado-allí, el video la transforma en un estar-allí (Barthes, 1986).

Pero el lenguaje visual no se centra únicamente en la imagen misma, pues todo aquello capaz de ser captado por la vista transmite un mensaje, muchas veces más fuerte que las mismas palabras, y es aquí que la comunicación no verbal hace parte de este lenguaje, puesto que transmite a una velocidad mayor que las mismas palabras, incluso llegando a emitir sentimientos, intenciones y emociones (Pons, 2015). La comunicación no verbal se da por medio de la vista, donde el emisor a través de su cuerpo, transmite un mensaje sin el uso de medios lingüísticos o escritos, como por ejemplo las expresiones faciales, los gestos, la postura, el espacio, etc. (Pons, 2015).

Es tan importante que según estudios del psicólogo Albert Mehrabian, solo el 7% de la información que recibimos es a través de las palabras, y el 93% restante es por medio de la comunicación no verbal, al punto que puede llegar a corroborar el conocimiento y experiencia de una persona (Pons, 2015). Elementos como el movimiento de manos, el tono de voz, la postura e incluso la mirada, son determinantes a la hora de juzgar y suponer sobre una persona con solo una mirada, al punto que se crearon “señales” con las que a través de estas características se cree se puede definir la orientación sexual de una persona, por ejemplo si la comunicación no verbal de un hombre es delicada, voz delgada y con un movimiento de manos muy expresivo, se asumirá automáticamente que es gay, independientemente que lo sea o no, situación que a la inversa se presenta con las mujeres, cuya falta de feminidad o tendencias rudas se asocian inmediatamente a la homosexualidad.

Y es que junto a estas categorías, no podemos obviar una que muchas veces pasa desapercibida, pero que al igual que las demás juega un papel determinante a la hora de transmitir y recibir un mensaje, esta es la indumentaria, capaz de comunicar un sinnúmero de información o desinformación, incluso sin la existencia de la palabra. Este lenguaje no verbal, no se basa únicamente en las prendas de vestir, incluye también peinados, complementos, joyas, maquillaje y adornos, que responden a la propia identidad, sueños, deseos, profesión, etc. de quienes los llevan (Alison, 1994).

Ilustración 1



Guía de colores del “código de pañuelo”, medio de comunicación no verbal usado por gays en los años 70 para indicar la práctica y el rol sexual en que se estaba interesado.

Fuente: <https://kinkster.nyc/blogs/news/hanky-code-its-importance-in-gay-culture-1>

La indumentaria toma un papel mucho más importante en sectores de la sociedad perseguidos o discriminados, entre ellos el homosexual, al punto que por muchos años se dictaron unas reglas específicas para los hombres homosexuales, incluso llegando a tener su propio código sexual de vestir secreto (Alison, 1994), convirtiendo lo que parece una prenda decorativa en un mensaje concreto, siendo únicamente descifrado por otros homosexuales, quienes conocían el mismo lenguaje y a su vez los ocultaba de la discriminación (Alison, 1994).

Estas variables hacen parte de ese lenguaje de la comunicación visual, pues todo aquello capaz de ser captado por la vista transmite un mensaje, ya sea intencional o no, y los códigos y reglas de estos son el lenguaje visual (Giacomino, 2013), teniendo como medio de expresión la imagen en sus dos formas, tanto fija como en movimiento (Giacomino, 2013), y es en esta última que el significado tradicional de imagen se expande, dando cabida a las imágenes

cinematográficas, televisivas y animaciones (Giacomino, 2013), después de todo, un video o animación es la consecución de imágenes o fotogramas a gran velocidad, para generar en el espectador la sensación de movimiento. Este carácter visual en medios como el cine y la televisión muchas veces pasa desapercibido, perdiendo relevancia frente a su parte textual, y es justamente esa conjunción de lo textual y visual lo que hace que los medios audiovisuales tengan tal impacto, *“Conjunciones reales de palabras e imágenes... En estos medios nos encontramos con un conjunto concreto dado, una estructura de imagen/texto”* (Rocha, 2017). Esa experiencia visual se ve modificada por factores externos, que determinan la forma en que el individuo codifica el mensaje, *“La cultura permea nuestra experiencia visual de diferentes modos, de los más evidentes a los más sutiles.”* (Rocha, 2017).

Este carácter visual constituye un elemento fundamental en la narración de los productos audiovisuales, especialmente en las producciones televisivas, ofreciendo un nuevo nivel narrativo aparte del textual, *“Entre ellos destaca el estilo visual en el que –entre otros agentes– el director de la fotografía encuentra su ámbito de expresión ofreciendo una narración en paralelo que sirve de soporte a la del director.”* (Cortés 2016), todas estas decisiones responden a una necesidad y a su vez tendrán una repercusión en el espectador, los planos, las luces, los colores, etc., todos hacen parte de ese mensaje codificado en el lenguaje único de lo visual, *“De ahí que a la hora de analizar un filme resulte necesario identificar una decisión o un grupo de decisiones y preguntarse qué consecuencias se derivan de su elección.”*(Rocha, 2017), todos estos niveles se deben entretejer para ofrecer al espectador un mismo mensaje coherente desde sus diversos lenguajes, *“La economía del relato se fundamenta en la cadena que une lo espectacular, lo narrativo y lo visual, estando uno subsumido en el otro.”* (García, 2016), es aquí que la escenografía, el vestuario, el plano, las luces, los colores y todo tipo de elementos visuales

se vuelven tan importantes como el diálogo mismo, *“Aquí se vuelven fundamentales las formas en que se muestra lo que se dice, es decir, el cómo se dice.”* (García, 2016). Pero analizar el mensaje visual que se utiliza en los productos televisivos va más allá de una mirada superficial en concordancia con el guión o la historia, sus elementos tales como el punto, la línea, el color, etc., (Giacomino, 2013) son el resultado de variables externas que modificaron y determinaron su uso, donde el diseño, en tanto maneja el mismo lenguaje de lo visual, puede decodificar esos mensajes y conocer más a profundidad las intenciones y posibles consecuencias que tendrán en el espectador.

Todos estos códigos son los que esta investigación busca decodificar y analizar, para descubrir los mensajes que se transmiten, en las series televisivas de entretenimiento por medio de este lenguaje, y que de forma casi inconsciente el usuario recibe, creando una “idea general” o aceptada de lo que una pareja homosexual debe ser. Una variable que la mayoría de veces pasa desapercibida a la hora de analizar los contenidos de series, películas y casi cualquier medio audiovisual, un componente fundamental, que puede convertirse en un fuerte aliado del proceso de naturalización de las parejas homosexuales, o un duro rival a la hora de combatir los estereotipos que por años han regido estas representaciones. Un enfoque poco común que puede arrojar nuevos panoramas en el análisis de las representaciones de las parejas homosexuales en la televisión colombiana desde una perspectiva del diseño.

Metodología

1. Cae el velo de la familia perfecta, su realidad imperfecta

Imagen 6



Fuente: <https://twitter.com/hashtag/pambele>

El objeto de estudio es la telenovela colombiana *Hermanos y Hermanas*, producida en el año 2014 por Vista Productions para el canal RCN, es basada en la serie estadounidense de 2006 “*Brothers & Sisters*” de la cadena ABC (Figura 8), la novela se estrenó el 12 de septiembre del año 2017 en la franja de las 10:00 pm y después pasó al de las 9:00 pm, horario que mantuvo hasta su final el 10 de enero del 2018. La serie cuenta con una sola temporada de 82 capítulos, de una duración entre 38 y 54 minutos cada uno sin incluir cortes comerciales, con una media aproximada de 42 minutos por episodio, la historia gira entorno a la familia Soto Matiz, compuesta por la madre Nora y sus 5 hijos Catalina, Camilo, Sara, Tomás y Lucas, y como cada

uno de ellos, junto a otros personajes, afrontan los diversos retos de su vida tras la muerte de su padre y esposo Eduardo, con un fuerte énfasis en sus vidas amorosas, la sinopsis oficial es la siguiente:

Luego de un repentino infarto al corazón, la familia Soto Matiz deberá enfrentarse a las consecuencias que dejó la partida de su patriarca, de las cuales las dos más graves son la inminente quiebra de su empresa familiar, Expofrutas Soto Matiz, y la aparición de una relación extramatrimonial de la cual nació una hija. Nora y sus hijos (Sara, Tomás, Camilo, Catalina y Lucas) deberán sortear las situaciones que la vida les atraviesa para aprender a ver a su amado padre y esposo como lo que era: un ser humano que se equivocó. Además, pasarán por diferentes momentos que los harán cuestionarse su papel en la vida y en su familia. Sara, la súper mujer, deberá aprender que todo su esfuerzo por controlar las situaciones a veces es inútil. Tomás, el sucesor de Guillermo, aprenderá que hay circunstancias que ameritan ser vistas con ojos diferentes a los del prejuicio. Camilo, el hijo gay, deberá aceptar su sexualidad en cada uno de los círculos de su vida para encontrar la felicidad. Catalina, la defensora de las libertades, entenderá que a veces hay situaciones que demandan madurez en lugar de una obstinación; como por ejemplo, el amor que encontrará al lado de Alejandro Villegas. Lucas, el menor, caerá a los sitios más bajos para luchar contra sus adicciones y traumas. Rebeca, la ilegítima, transitará por las vidas de sus hermanos hasta aprender a reconocerse como parte de los Soto. Consuelo, la amante, tendrá que pasar por duras circunstancias para enfrentar la verdad y las consecuencias de sus decisiones. Y, Finalmente, Nora, la esposa y madre perfecta, rodará en medio de millones de aventuras para aprender a vivir por ella misma. (Vista Productions, s.f).

Imagen 7

Fuente: <http://hablemosdetelenovelas.blogspot.com/2018/11/critica-hermanos-y-hermanas-rcn-y-vista.html>

La estructura argumental de la serie es lineal, con la forma tradicional de inicio, nudo y desenlace, cada personaje se ve envuelto en varias problemáticas que se entrelazan a lo largo de los 82 episodios, dividiendo el tiempo en pantalla dependiendo de la relevancia y momento en que cada conflicto se encuentra, por lo que hay apartados donde una situación específica posee una mayor duración que otras, incluso llegando a desaparecer ciertas tramas por completo. La serie tuvo un final recortado sin previo aviso, días antes de su fecha oficial de culminación programada para el viernes 12 de enero del 2018, dejando huecos argumentales y molestia en su audiencia, el final dio cierre a todas las historias, resumiendo los capítulos faltantes en uno solo de 50 minutos.

Al tener una gran variedad de tramas y protagonistas, la novela no cuenta con un gran número de personajes secundarios, al contrario hace uso de individuos ocasionales que al

finalizar su participación desaparecen de escena. La telenovela no posee censura, especialmente en temas de drogadicción, alcohol y sexo, más que todo en este último por su fuerte enfoque romántico, también hace uso de palabras que coloquialmente se podrían considerar soeces, como por ejemplo “marica”, cada protagonista se enfrenta a un número de conflictos relacionados con su vida laboral, amorosa y romántica, los cuales por cada personaje son:

Imagen 8



En orden de izquierda a derecha Camilo, Catalina, Lucas, Nora, Sara y Tomás.

Fuente: <http://hablemosdetelenovelas.blogspot.com/2018/11/critica-hermanos-y-hermanas-rcn-y-vista.html>

- 1. Catalina Soto:** Después del fallecimiento de su padre decide regresar a Colombia, donde busca empezar una nueva vida intentando cumplir sus aspiraciones laborales y mejorar la relación con su madre, en ese proceso inicia una relación amorosa con su jefe Alejandro, la cual termina tras descubrir que este tiene esposa y un hijo, de ahí en adelante se mantendrá esta extraña relación

entre ambos, manteniendo los sentimientos pero a su vez intentando reprimirlos por el bien de la familia de Alejandro, esto hasta que llega un nuevo socio a Expofrutas con el que Catalina inicia una relación, la cual prospera hasta que Alejandro finalmente se separa y le propone matrimonio a Catalina. A lo largo de la serie también se ve envuelta en situaciones referentes a su trabajo como periodista, todo el tema de la otra familia de su padre, la situación de la empresa y al ser tan cercana a su hermano Camilo, a todos los conflictos causados por su orientación sexual, especialmente en temas de pareja.

2. **Nora Matiz:** Tras el fallecimiento de su esposo debe soportar la revelación de la otra familia de este, acompañada de las recurrentes mentiras de sus hijos que buscan evitarle más daño, en todo este proceso deberá aprender a ser una mujer independiente y darse la oportunidad de buscar de nuevo el amor, explorando por primera vez terrenos como el sexual y laboral, intentando dejar de meterse en la vida de sus hijos. Al tener el rol de madre y consejera para su familia, Nora juega un papel importante en los conflictos de todos sus hijos, especialmente en los de Lucas, Catalina y Camilo, donde ella tiene mayor relevancia.
3. **Camilo Soto Matiz:** Un exitoso abogado que ha ocultado por muchos años que es homosexual, incluso manteniendo una larga relación en secreto, cuando esto se revela a la familia de forma inesperada Camilo deberá soportar las diversas reacciones de su familia, algunas de aceptación y otras de discriminación, posteriormente iniciará una relación amorosa con el actor Sandro y junto a él vivirá el secreto de su orientación sexual y las posibles repercusiones que la revelación de esta tendrían en su carrera en los medios, luego enfrentará una batalla legal cuando su jefe cometa actos discriminatorios contra él, situación que lo llevará a trabajar de forma independiente en pro de la comunidad LGBT y sus derechos, finalmente iniciará una relación con su mejor amigo Martín y tras una propuesta de matrimonio deberán pelear contra un juez que se niega a casarlos

y contra el propio padre de su prometido con el que lleva años sin hablar. Junto a estas situaciones Camilo hace aparición en los temas referentes a la empresa y en los conflictos amorosos de su hermana Catalina, también en menor medida se muestran algunos de sus casos en la firma de abogados donde trabaja.

- 4. Sara Soto Matiz:** Según los deseos de su padre toma el puesto de presidenta de la compañía donde la rivalidad y los celos con su hermano Tomás desencadenaran en una serie de discusiones, junto a esto los vaivenes de un matrimonio que hace años no funciona y que terminará al descubrirse una infidelidad, siguiendo al mando de la empresa iniciara una relación con un nuevo socio que tras algún tiempo se descubrirá que es un estafador, situación que la lleva a renunciar al puesto y enfrentarse a un mundo laboral completamente desconocido, buscando crear su propio nombre fuera del negocio familiar y dándose la oportunidad de atreverse a nuevas cosas, no solamente en el campo laboral sino también en el sentimental. En compañía de los conflictos de Sara también encontramos los de su hija María Paz y de su esposo Juan Carlos, situaciones comunes de una hija adolescente y los cambios que vive una pareja al separarse.
- 5. Tomás Soto Matiz:** Ha vivido toda su vida en constante rivalidad con su hermana Sara, está se intensifica después que como último deseo de su padre ella tome el puesto de presidenta de la compañía, junto a esto su vida sentimental tendrá un giro cuando a la finca llegue a trabajar un antiguo amor de la infancia, Julia, quien se encuentra comprometida al igual que Tomás, tras un caso de maltrato por parte del prometido de ella se separarán y él dejará Expofrutas para iniciar un negocio propio junto a la amante de su padre, tiempo después regresará a la empresa como el nuevo presidente cuando Sara renuncia, en búsqueda de una forma de sacar la compañía adelante recurre a una multinacional extranjera donde conocerá a Begoña y entablará una relación

sentimental con ella, la cual al final se descubrirá que es solo una estrategia para hacerse con el control total de la empresa, finalmente Expofrutas quedará en la quiebra y Julia regresará para quedar con él. Como con los otros protagonistas, Tomás hace aparición en otras tramas aparte de la suya, principalmente en los problemas de drogadicción de Lucas, como una figura de autoridad y en la orientación sexual de Camilo como un gran opositor junto a Sara.

6. **Lucas Soto Matiz:** Teniendo carrera como militar es el primero que se entera de la doble vida de su padre, recurrentemente es juzgado por sus hermanos, especialmente por Tomás que lo consideran un vago, tras un atentado mientras se encontraba de servicio sufre de estrés postraumático, condición que lo lleva a caer en las drogas, logra salir de este mundo un par de veces hasta que empieza a tener sentimientos románticos con su media hermana Rebeca, recae llegando al punto de convertirse en habitante de la calle, después de un accidente se cree que está muerto, pero tras la búsqueda por parte de Nora logra encontrarlo y rehabilitarse completamente, finalmente tras descubrirse que Rebeca no es hija de Eduardo entablan una relación. Lucas hace presencia en las historias de sus hermanos, pero a diferencia de los demás personajes en ninguna juega un papel determinante.
7. **Otros Personajes:** A lo largo de la serie también se encuentran tramas o conflictos de los personajes fuera del núcleo Soto Matiz, aun así todos estos son ramificaciones que contribuyen a las tramas principales, teniendo como ejes principales las mentiras, los secretos y el engaño.

La telenovela reúne varios géneros argumentales, teniendo como principal el romance también encontramos misterio, comedia, drama, suspenso, judicial y periodístico, tramas que por la naturaleza diversa de los personajes hacen presencia en algunos momentos de la novela. La serie busca retratar las vivencias de una familia y la importancia de la unión y aceptación, también mostrar la diversidad que se haya en estas, si bien el contexto es de un estrato alto

colombiano, a lo largo de los capítulos se hace fuerte hincapié en que lo más importante es la unión, la aceptación y el apoyo familiar que permiten salir de cualquier situación difícil sin importar que, también busca mostrar lo nocivas que pueden ser las mentiras y los engaños, enviando el mensaje que sin importar la intención que tengan siempre terminan lastimando y tarde o temprano la verdad saldrá a la luz. También hace énfasis en la poca prudencia y en el chisme, entablado que en una buena comunicación familiar no son posibles los secretos.

Hermanos y Hermanas tuvo una mala aceptación de la audiencia, con un promedio de 4.3 puntos de rating se posicionó como la peor adaptación colombiana de una serie estadounidense, situación que repercutió en su apresurado y cortado final, cosa que generó fuertes críticas y descontento de parte de los usuarios que seguían la producción primero en su horario de 10:00 pm y luego en el de 9:00 pm, parte de este fracaso se le atribuye a la larga espera entre el inicio de sus grabaciones en el año 2014 y su estreno en la segunda mitad del 2017 (Entretengo, 2018). Si bien la telenovela “Hermanos y Hermanas” no tuvo un buen recibimiento por parte de la audiencia, se posiciona como una de las más recientes series nacionales en representar a un personaje homosexual y sus diversos conflictos de pareja, junto a esto se añade el contexto histórico del país que se vivía en el momento de esta producción, más específicamente en el tema de leyes y derechos, pues para el año 2017, año en que se estrenó esta serie, ya se había aprobado el matrimonio igualitario e incluso la adopción de niños por parejas del mismo sexo, cambios que repercuten en la novela y en su forma de representar a las personas homosexuales.

De esta forma “Hermanos y Hermanas” se posiciona, independientemente de su rating, como un objeto de estudio para analizar cómo la televisión colombiana, representa recientemente

a las personas homosexuales, especialmente después de los cambios que ha tenido el país en materia de leyes y derechos hacia esta comunidad.

2. La realidad del amor diverso en Colombia

La investigación se dividió en 4 fases, cada una con un objetivo fundamental en el proyecto y con sus propios instrumentos de recolección, esta es lineal y cada etapa se cimienta sobre los resultados de la anterior, los objetivos de cada fase son recolectar, analizar y contrastar, cada uno de estos se acompaña de unas fichas específicas de recolección de información y en el último una entrevista semiestructurada realizada a parejas y hombres homosexuales.

- 1. Fase 1 Recolección:** En esta fase se observaron los 82 capítulos de la telenovela “Hermanos y Hermanas” y se identificaron las problemáticas en torno al tema de la homosexualidad, posteriormente se comparó el tiempo en pantalla donde estas se abordaron frente al del episodio completo, este balance se realizó tanto por episodio como por el total de la serie. Para esta fase se creó la Ficha 1: Selección de escenas, donde se consignó el número del capítulo, su extensión sin contar pausas comerciales, los intervalos y la duración individual y total de las escenas donde se desarrolla el tema de la homosexualidad, y finalmente las tramas o conflictos que se abordaron en ese episodio, la consigna de tiempos se realizó en el formato de minutos y segundos (mm:ss).

Imagen 9

Capítulo	Duración total	Escena 1	Escena 2	Escena 3	Escena 4	Escena 5	Escena 6	Tiempo total pareja	Trama
1									
2									

Ficha 1: Selección de escenas

Fuente: Archivo personal

2. Fase 2 Análisis: Una vez recolectadas las escenas y tramas de la novela completa, se seleccionaron los personajes más relevantes en el tópico homosexual, a los cuales se les realizó el análisis de desarrollo y lenguaje visual. Para el perfil de cada uno se utilizó la Ficha 2: Desarrollo de personaje, donde se incluye información básica como el nombre, su rol en la historia, edad, tipo de personaje, si es secundario, protagonista o extra, su trabajo o profesión y el número de parejas que tuvo; de forma más profunda su temperamento, tramas o conflictos a lo largo de la novela, las palabras que más utiliza y sus aspiraciones, metas o sueños personales. Un aspecto fundamental a la hora de analizar a los personajes fue su interacción con los demás, por esta razón la ficha contó con dos apartados centrados en este tópico, uno en sus relaciones afectivo-sexuales y otro en las demás, en el referente a no parejas se hizo hincapié en su relación o parentesco con el otro personaje y el rol que para este cumplía, para el afectivo-sexual se tomaron en cuenta el tipo de relación, sus expresiones de afecto, aspiraciones, metas o sueños de pareja y su argumento.

Imagen 10

Nombre				Rol principal	
Tipo de personaje	Protagonista	Secundario	Extra	Edad	
Trabajo o profesión				Número de parejas	
Temperamento	Tramas o conflictos				
Palabras más usadas	Aspiraciones, metas o sueños (personales)	Principales interacciones (no parejas)			
		Personaje	Relación o parentesco	Rol	
Parejas					
Nombre	Tipo de relación	Expresiones de afecto	Aspiraciones, metas o sueños (pareja)	Argumento	

Ficha 2: Desarrollo de personaje

Fuente: Archivo personal

La Ficha 3: Lenguaje visual de los personajes, se dividió en tres secciones principales, vestuario, gestos o lenguaje no verbal y escenografía; en la parte de vestuario se eligieron escenas clave en que el personaje cambiaba relevantemente su aspecto, consignándolo en cabeza, torso y parte inferior, también el capítulo y escena donde aparecía, una descripción detallada de su *look*, los colores predominantes y las situaciones en que lo usaba; en el apartado de gestos se tuvo en cuenta lo visto en toda la serie; finalmente en la escenografía se tomaron las principales y más recurrentes locaciones del personaje, también con su capítulo y escena, sus colores predominantes y la utilería que aparece en la toma. Esta información permitió identificar los

códigos visuales que maneja cada uno de estos personajes, y el mensaje visual que transmiten tanto de individuo como de pareja homosexual.

Imagen 11

Nombre					
Vestuario	Parte	Escena	Look	Colores predominantes	Situaciones
	Cabeza				
	Torso				
	Parte inferior				
Gestos (Lenguaje no verbal)					
Escenografía	Locaciones	Escenas	Colores predominantes	Utilería	Situaciones

Ficha 3: Lenguaje visual de los personajes

Fuente: Archivo personal

- 3. Fase 3 Contrastar:** En esta fase se buscó conocer si las representaciones de pareja homosexual planteadas en la telenovela “Hermanos y Hermanas” se naturalizan en una muestra de 30 personas de diversas edades, para esto y a partir de los resultados de las fases anteriores se generó un taller dividido en dos partes, en la primera las personas generaron conclusiones de los personajes con base en el lenguaje visual de su residencia y su aspecto físico mostrados a partir de unas imágenes, deduciendo qué tipo de persona vive en cada lugar y la orientación sexual de cada uno. Terminada la primera intervención se mostró un capítulo de la serie, elegido con base a la trama de la homosexualidad y la duración de esta. El episodio proyectado fue el #30, con una

duración total de 42 minutos y 59 segundos, de los cuales en 10 minutos y 49 segundos se trata el tema de la homosexualidad, si bien no es el capítulo donde este tópico tiene mayor duración, se seleccionó basado en su trama, donde se representan situaciones típicamente asociadas a una relación de pareja, un conflicto y una solución, donde también entran algunos factores externos, para culminar el taller ofreciendo a la muestra la posibilidad de elegir, entre un abanico de posibilidades, los conflictos que considera la pareja vivió a lo largo de la novela y un posible final para esta. El taller permitió descubrir cómo la muestra recibe el mensaje transmitido a partir del lenguaje visual antes de acercarse a estos y qué problemáticas y finales asocia a la idea de pareja homosexual.

Fotografía 1



Fotografía 2



Fotografías de los apartamentos de dos personajes para la primera parte del taller

Fuente: *Novela Hermanos y Hermanas*

Imagen 12

Nombre: _____ Edad: _____

1. De las imágenes mostradas, indique que tipo de persona o personas viven en los espacios mostrados.

Imagen 1:

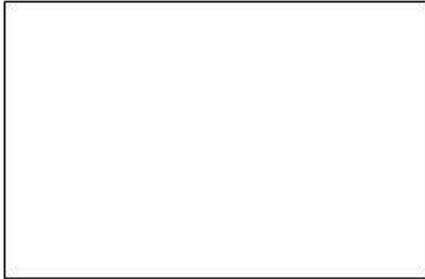
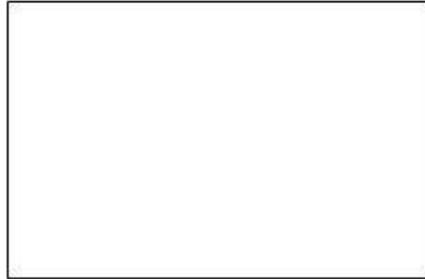


Imagen 2:



2. Por favor observe las siguientes fotografías e intente adivinar la orientación sexual de cada personaje (Heterosexual, homosexual y bisexual) y señale o marque los aspectos que le hacen pensar en que esa es la orientación sexual de la persona.



R/: _____



R/: _____



R/: _____

Taller primera parte

Fuente: Archivo personal

Imagen 13

Después de haber visto el capítulo de la serie o novela, responda a las siguientes preguntas, puede marcar varias opciones.

3. ¿Cuáles cree usted que fueron las tramas o conflictos que la pareja homosexual vivió a lo largo de la novela?
- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Problemas de identidad | <input type="radio"/> Agresión física |
| <input type="radio"/> Depresión | <input type="radio"/> Agresión psicológica |
| <input type="radio"/> Suicidio | <input type="radio"/> Problemas legales |
| <input type="radio"/> Traumas infantiles | <input type="radio"/> Dudas frente a sus sentimientos |
| <input type="radio"/> Suicidio | <input type="radio"/> Problemas de convivencia |
| <input type="radio"/> Violación | <input type="radio"/> Problemas de confianza |
| <input type="radio"/> Mantener en secreto su orientación sexual | <input type="radio"/> Problemas de comunicación |
| <input type="radio"/> Secretos familiares | <input type="radio"/> Enfermedades de transmisión sexual (ETS) |
| <input type="radio"/> Discriminación laboral | <input type="radio"/> Infidelidad |
| <input type="radio"/> Discriminación familiar | |
4. ¿Cuál considera usted que será el final o finales de la pareja homosexual?
- Separados y viviendo con otras parejas
 - Separados y solteros
 - Uno de los dos muere por suicidio
 - Ambos mueren por suicidio
 - Muerte de uno o los dos por discriminación
 - Uno o ambos en prisión
 - Casados y con hijos
 - Casados
 - Se mantienen juntos en unión libre
 - Terminan trabajando en cosas ajenas a su carrera
 - Logran cumplir sus sueños profesionales
 - Se van del país
 - Se casan con mujeres y forman una familia tradicional

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Taller segunda parte

Fuente: Archivo personal

4. Fase Extra Representación: Esta etapa se aleja del análisis netamente visual del proyecto, pues se buscó evaluar el nivel de identificación que hombres y parejas homosexuales tienen con la representación realizada en la telenovela “Hermanos y Hermanas” y así mismo con otras de la televisión nacional, para finalmente conocer su opinión del manejo que los medios han tenido frente a este tema, este enfoque le da a esta fase su carácter complementario. Se le mostró a un total de 5 parejas y 10 hombres homosexuales en diversas edades el mismo capítulo que a la muestra anterior y se procedió a realizarles una entrevista, a fin de conocer si se sienten identificados con alguna situación allí presentada o con alguno de los personajes, inicialmente se tenía previsto que la muestra de parejas fuera un total de 10, pero al momento de su búsqueda a través de diversos medios (redes sociales, fundaciones, ONGs y eventos) la dificultad para hallarlas conllevó a que se redujera a la muestra a la mitad, con un total de 5 parejas entrevistadas. El instrumento para esta fase requirió un método de recolección diferente, la información se recolectó por medio de la grabación de las respuestas dadas por los entrevistados, a fin de conocer la opinión de ellos frente a esta representación y también su nivel de identificación con la misma. Las preguntas realizadas en la entrevista fueron las siguientes:

Para los 10 hombres homosexuales:

- a. Por favor diga su nombre, edad y orientación sexual.
- b. ¿Se siente identificado con el personaje “Camilo Soto”?
- c. ¿Ha vivido una situación igual o parecida a la planteada en el episodio?
- d. ¿Encuentra alguna similitud entre las relaciones amorosas de Camilo y las suyas?
- e. Con haber visto solo este episodio, ¿le interesaría ver la serie completa?
- f. ¿Qué personajes LGBT recuerda haber visto en la televisión colombiana?

- g. ¿Qué opina de que en la televisión nacional se muestre en sus producciones a parejas y personajes LGBT?
- h. ¿Qué opinión tiene del manejo que la televisión y en especial las series o telenovelas han hecho de los temas LGBT?
- i. ¿Qué representaciones de las que se realizan en estos contenidos son erradas o usted considera equivocadas?
- j. ¿Cuáles son los elementos, espacios, artefactos y/o vestuario con los que usted ha visto son representados los hombres gays en estas producciones?, ¿le parecen acertados o no?

Para las 5 parejas homosexuales:

- a. Por favor digan su nombre, edad, tipo de relación y tiempo que llevan juntos.
- b. ¿Han vivido una situación igual o parecida a la planteada en el episodio?
- c. ¿Consideran que la relación allí planteada, guarda similitud con la suya?
- d. ¿Creen que con lo visto en este episodio, esta representación es un buen modelo de lo que una persona o pareja homosexual es o debe ser?
- e. Con haber visto solo este episodio, ¿les interesaría ver la serie completa?
- f. ¿Qué personajes LGBT recuerdan haber visto en la televisión colombiana?
- g. ¿Qué opinan de que en la televisión nacional se muestre en sus producciones a parejas y personajes LGBT?
- h. ¿Qué opinión tienen del manejo que la televisión y en especial las series o telenovelas han hecho de los temas LGBT?
- i. ¿Qué representaciones de las que se realizan en estos contenidos son erradas o ustedes consideran equivocadas?

- j. ¿Cuáles son los elementos, espacios, artefactos y/o vestuario con los que ustedes han visto son representados los hombres gays en estas producciones?, ¿les parecen acertados o no?

La pregunta “a” recoge la información básica de quienes responden, de la “b” a la “e” todo lo referente a la novela objeto de estudio, de la “f” a la “i” abarcan el tema de las representaciones en la tv nacional y finalmente en la “j” se retoma el enfoque visual de la investigación.

Cada una de las fases y herramientas de esta investigación permite descubrir cómo ese mensaje visual llega a los televidentes y a través de este se naturalizan unas representaciones de pareja homosexual, que pueden ser o no cercanas a la realidad de estas.

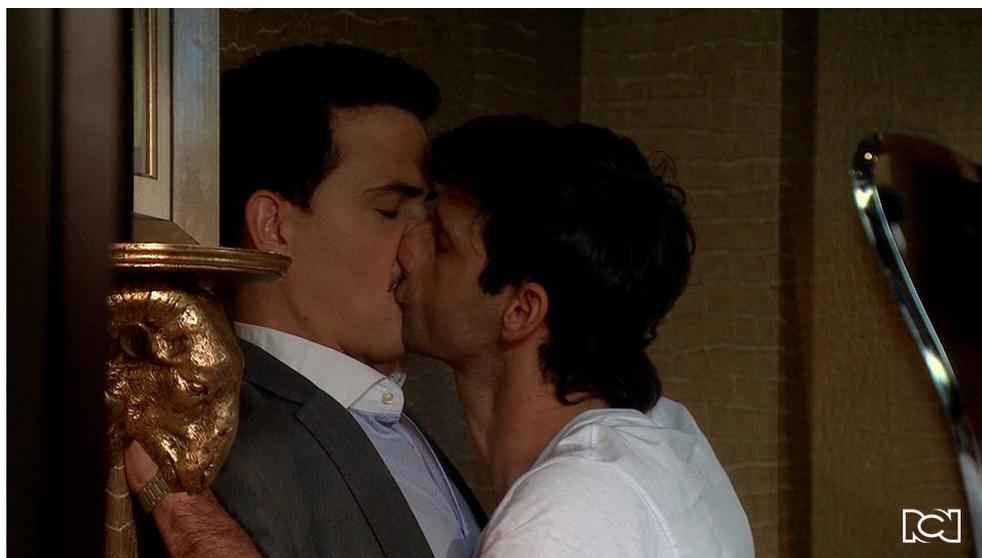
Resultados

1. Camilo y la bandera arcoíris

La telenovela *Hermanos y Hermanas* nos adentra a la vida de la familia Soto Matiz, una familia adinerada colombiana que tras la muerte de su patriarca se verá enfrentada a las diversas mentiras que oculta cada uno de sus miembros, incluido el recién fallecido; si bien la serie aborda una gran cantidad de diversos temas tales como las drogas, la infidelidad, la desigualdad de género, etc., está destinada más de una décima parte del tiempo en pantalla a tópicos relacionados a la comunidad LGBT, teniendo como protagonista a Camilo Soto, un exitoso abogado que por años ha ocultado su orientación sexual a su familia. A lo largo de los 82 capítulos aparecen otros personajes LGBT, exclusivamente hombres gays, donde todos cumplen una misión en la historia de Camilo sin salirse de este único espacio, pues en ninguna de las demás historias se trata algún tema similar.

El personaje de Camilo se perfila como un hombre exitoso y tranquilo, algo temperamental y explosivo cuando se siente acorralado, especialmente en situaciones de su orientación sexual, con los demás protagonistas cumple papeles estrictamente definidos, en primera estancia con su hermana Catalina hace las veces de mejor amigo, confidente y consejero, rol que se mantiene a la inversa, con su madre Nora es el hijo favorito, su profesión de abogado lo lleva también a posicionarse en otros conflictos fuera de su homosexualidad, como asesor jurídico en los temas de la empresa familiar y posteriormente en el divorcio y custodia de la hija de su hermana Sara. Las diversas tramas que presenta el personaje a lo largo de la serie giran exclusivamente en torno a su orientación sexual y la discriminación por esta causa, añadiendo los conflictos de sus relaciones amorosas, en primera instancia el salir del closet con su familia y el rechazo por parte de algunos de sus hermanos, seguida de discriminación laboral en su lugar de trabajo y finalmente la oposición del padre de su prometido y del juez con su matrimonio.

Imagen 14



Beso entre Sandro y Camilo, primer beso gay mostrado en la novela.

Fuente: <https://www.canalrcn.com/hermanos-y-hermanas/noticias/sandro-descresto-camilo-con-un-apasionado-beso-6642>

Junto a Camilo aparecen otros personajes homosexuales, los cuales cumplen la función de ser sus intereses amorosos y futuras parejas, los conflictos que los rodean siempre tienen su punto focal en el protagonista, uno de estos personajes es Gabriel “Gaby” el primer novio de Camilo, su problemática principal se basa en el ocultamiento de su relación a la familia de Camilo; otro es Sandro Gabrieli, segundo novio de Camilo y la relación que más se explora a lo largo de toda la serie, al ser un reconocido actor todo gira con base en el ocultamiento de su relación primero por negación de su orientación sexual y después en pro de cuidar su carrera, al ser el noviazgo más desarrollado del personaje y por consiguiente el de mayor tiempo en pantalla, los actos de afecto son más explícitos, siendo la única relación en que se ven caricias románticas, besos e incluso intenciones sexuales, todo esto convierte a la relación de Sandro y Camilo en la más recordada del personaje en la serie a pesar de no ser la última, ni la más seria; finalmente Martin realiza su aparición en un momento temprano de la novela para convertirse en el amigo de Camilo, su consejero y su compinche, más adelante la relación entre ellos se va haciendo más fuerte hasta el punto de iniciar un noviazgo y posteriormente casarse, en Martin volvemos a presenciar el tema de la discriminación en diversos ámbitos, iniciando con el tema laboral, con una demanda que lo lleva a conocer a Camilo, el rechazo de su padre y del juez que los casa. Si bien la novela busca explorar diversas posibilidades de lo que una pareja homosexual puede ser, carece en bastantes momentos de contundencia al mostrar esto, de las tres relaciones que el protagonista vive a lo largo de la serie, la segunda es la que muestra explícitamente los

actos de cariño, en varias ocasiones besos, caricias y escenas sexuales implícitas fácilmente entendibles por el espectador, así mismo únicamente se ve una escena de cama en toda la serie y como un encuentro de una noche, esta fuerza representativa desaparece en las demás relaciones, incluso en la última que se podría catalogar como la más formal e importante.

Argumentalmente hablando el tópico gay en los diversos personajes homosexuales se proyecta de forma muy cerrada, casi delimitándolos únicamente por su orientación sexual, pues ninguno de estos se muestra con amigos o amigas no LGBT, incluso los familiares o conocidos mostrados, a excepción de los protagonistas, intervienen únicamente como detractores o en apoyo de las diferentes relaciones; así mismo se monopoliza la visibilidad a el hombre cisgénero⁴ homosexual, sin ningún tipo de mención o representación de mujeres homosexuales, personas trans, etc. Junto a esto las problemáticas que muestra la serie giran en torno exclusivamente al tema de la discriminación y a las relaciones, dónde exterior a la pareja solamente encuentran rechazo en diversos ámbitos, como el familiar o el laboral, así mismo en los conflictos internos se ve un recurrente uso del ocultamiento de la orientación sexual, muchas veces justificado por el mismo contexto de la novela, estas situaciones tan limitadas simplifican la complejidad de una relación, dejando de lado conflictos tan comunes como los problemas de convivencia, celos y otros factores que se dan en las relaciones afectivas independientemente de su composición; aun así en la parte final de la serie se intentan explorar estas perspectivas sin lograr mayor trascendencia en la historia, pues levemente se tocan temas como la convivencia, el miedo al compromiso y el ocultamiento de los sentimientos, pero la poca relevancia con que estos son manejados los hacen poco interesantes e irrelevantes para el espectador.

⁴ Cisgénero: “*se refiere a aquellas personas cuya identidad de género coincide con el sexo que le fue asignado al momento de su nacimiento*” (Calderón, 2018)

Las expresiones de afecto varían drásticamente en cada una de las relaciones, el uso de sobrenombres o apodos cariñosos se ve únicamente en uno de los personajes, Sandro quien le dice a Camilo “príncipe”, en los demás casos el nombre del personaje se reemplaza por el diminutivo y cuando este es demasiado extenso mantienen el nombre de pila, así mismo en ningún momento se utilizan palabras como “amor”, “bebé”, “cariño” u otro tipo de expresiones similares para referirse a la otra persona; para expresar sus sentimientos los personajes utilizan bastante “te quiero” y “te amo”, dependiendo de lo estrecho que sea el vínculo. El contacto físico se representa muy limitado, siendo recurrentes los abrazos, las miradas y las caricias como expresiones principales de afecto, solamente en una de las 3 relaciones mostradas hay besos explícitos y en pocas ocasiones, en temas sexuales se hacen unos pocos comentarios implícitos y solo se muestra una escena de cama, fuera de las 3 relaciones del protagonista como una aventura de una sola noche, en la que no se muestra ni el preámbulo ni el acto como tal, sino el despertar del día siguiente donde por medio de elementos como la cama desordenada, ropa tirada en el suelo y ambos personajes desnudos se da a entender que tuvieron relaciones sexuales la noche anterior, esto acompañado de la confirmación del protagonista a través del diálogo.

Imagen 15

Captura de la única escena sexual gay mostrada en la novela, donde usan recursos como la ropa y los personajes desnudos para dar a entender que mantuvieron relaciones sexuales la noche anterior sin necesidad de mostrarlo explícitamente.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=cBEIQTM5dEE>

La serie no presenta una variedad visual en los personajes, pues salvo ocasiones muy específicas estos mantienen una línea estricta de vestuario y look en general que se repite a lo largo de toda la novela y con una misma gama de colores, todos estos elementos responden principalmente a las profesiones de los personajes más que a sus personalidades o gustos, prueba de ello es como Camilo a lo largo de toda la novela se ve mayormente vistiendo un traje de sastre muy ligado a su profesión de abogado, o como su hermano Tomás cuyo contexto laboral se centra en el trabajo de campo se ve repetidas veces vistiendo jeans, camisetas a cuadros e incluso sombrero tipo vaquero, vestimenta asociada comúnmente a este tipo de labores rurales.

Hermanos y hermanas recurre al uso del vestuario y en general al look de los personajes como una extensión más de sus profesiones o sus trabajos, más que a una expresión de sus personalidades o gustos, y es que uno de los principales enfoques en los conflictos de los protagonistas es referente a su vida profesional, al punto que en toda la telenovela solo se percibe un cambio en la línea de vestuario de Camilo, este se da en el paso de trabajar en la firma de Caballero y Asociados a pasar a ser independiente, todo esto después de los sucesos de su demanda por discriminación por parte de su jefe, el doctor Caballero.

Hablando más específicamente de los tres personajes recurrentes homosexuales en la serie, también mantienen esta línea visual en respuesta a su vida laboral. El primero de ellos es Camilo Soto, que como se mencionaba antes mantiene un look general muy ligado a su profesión como abogado, con cabello corto y muy meticulosamente peinado hacia la derecha es el aspecto que mantiene en todo momento, sin olvidar su característico bigote poco poblado y finamente recortado, esta estructura de su rostro se mantiene estrictamente sin importar el contexto o la situación, pues en ningún momento cambia el estilo de su cabello o se ve despeinado, ni siquiera en escenas como al despertarse o hacer ejercicio, tampoco se ve vello facial más allá de su bigote. En el tema del vestuario se observa un cambio determinado por el contexto, mostrando tres líneas principales dependiendo la ocasión, en primera estancia nos encontramos con su ropa de diario, un vestido de sastre completo, camisa, corbata, zapatos formales y como complemento un maletín de cuero, en ocasiones menos formales prescinde de la corbata pero el resto del look se mantiene, este recibe una modificación al cambiar el estatus laboral del personaje a independiente, relegando el traje únicamente a las audiencias y optando por un aspecto un poco menos formal, con camisetas tipo polo o camisas sin abrochar el botón del cuello, chaquetas de cuero, jeans o pantalones de distintos materiales fuera del paño y zapatos de estilos lejos del

clásico negro formal; la novela también ofrece un escenario de clima cálido en bastantes ocasiones, donde Camilo mantiene un estilo formal con pequeñas modificaciones en respuesta al calor, vistiendo camisa de manga corta o en su defecto con las mangas recogidas y fuera del pantalón o bermuda, acompañado siempre de zapatos y en ningún momento observándolo con sandalias o chancletas; su último look es de ejercicio con una camisa o buzo deportivos, pantalones también deportivos y tenis.

La gama cromática que Camilo utiliza en sus tres líneas de vestuario es la misma, un enfoque hacia las tonalidades frías, principalmente los azules más oscuros o neutros, añadiendo toques de púrpura y haciendo uso también recurrente de grises, negros y blancos, aunque estos dos últimos en menor medida, el juego con los colores se da casi exclusivamente en la parte superior, en el torso, pues en prendas como el pantalón no se observa mayor variación fuera de azules bastante oscuros y grises. En el momento en que el personaje cambia su situación laboral se observa una modificación en la gama cromática de su vestuario, pues junto a la implementación de las camisetas tipo polo se añaden tonalidades de azul mucho más claras, incluso llegando a tonos pastel, pero manteniéndose en colores fríos como los azules y los lilas. En las líneas de deporte y clima cálido no se da mucha variación, pues en la primera se mantiene entre el negro y el azul mientras que en la segunda tonalidades bastante claras muy asociadas al calor como azules pasteles, blanco y beige.

Fotografía 3

Fuente: <https://www.canalrcn.com/hermanos-y-hermanas/camilo-soto-matiz-654>

El personaje de Camilo nos ofrece una perspectiva de hombre homosexual bastante alejada de la típica mostrada en la televisión colombiana, no solamente en su construcción narrativa con una profesión distinta a las estereotipadas para homosexuales como el estilista o diseñador de modas, también en su lenguaje visual, dando como resultado un hombre gay, se podría decir oficinista, muy cercano a una realidad poco planteada en este medio, más específicamente hablando, su vestimenta responde exclusivamente a su profesión y no a su orientación sexual, por lo que no se observa en este personaje las conductas recurrentes de otros, como su gusto por la moda, su vestimenta llamativa e incluso la gama cromática muy fría y sobria, totalmente opuesta a los tonos vibrantes y coloridos de otros personajes, así mismo su estilo de bigote que en algún tiempo pudo ser el símbolo del hombre cisgénero heterosexual, va

modificando su construcción social dependiendo del contexto y alejándose de la concepción de que el vello facial es identificador del hombre o figura dominante de la relación, o en el caso de las parejas homosexuales el activo, aun así de los tres personajes Camilo es el único que se ve con esta característica. En otros aspectos del lenguaje no verbal, encontramos que es un personaje sumamente expresivo con sus manos y con su rostro, con un lenguaje corporal que varía dependiendo de la situación, claro ejemplo de esto es como sus movimientos se estilizan al hablar con su hermana Catalina, su confidente y mejor amiga, donde lo vemos cruzando la pierna al sentarse e incluso tomando las cosas sin utilizar todos los dedos de la mano, esto demuestra la confianza y así mismo la libertad gestual y de comportamiento que él puede tener únicamente con ella, estos ademanes se van expandiendo a medida que él va ganando confianza con cada uno de sus familiares y amigos, sin llegar al punto que demuestra con Catalina o a la feminización de otros personajes como Hugo Lombardi en *Betty La Fea* o Harold Peralta en *El Último Matrimonio Feliz*. Esta actitud de confianza contrasta completamente con la actitud seria y poco expresiva que muestra en su trabajo, llegando a dar la sensación que el personaje, a pesar de haber salido del closet, modifica sus expresiones dependiendo el contexto y el nivel de confianza de cada situación.

Imagen 16

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=zC7XLuoMYi4>

El mensaje visual se mantiene de manera similar en los tres personajes homosexuales, hablando más específicamente sobre Sandro, maneja un vestuario y estilo general entre formal e informal, con un aire juvenil y tranquilo como respuesta a su profesión de actor, su look general se compone en su mayoría por camisetas manga corta en cuello v o redondo de colores brillantes y variados, siempre con un estampado prominente en el pecho, sacos de traje o chaquetas con capota formales en colores oscuros, jeans entubados y botines azules o castaños, en su atuendo resaltan dos accesorios, primero unos lentes grandes oscuros que utiliza en casi todo momento y que contribuyen a su personalidad reforzando las emociones del personaje es momentos específicos, pues se los quita al hablar con alguna persona principalmente en situaciones de drama o tensión; y un prominente reloj plateado en su muñeca izquierda. Al igual que Camilo, Sandro se desplaza por diversos espacios a lo largo de la novela, por lo que se puede ver en

distintos atuendos como en el gimnasio y en su ropa de casa, aun así en todos se observa una amplia gama de colores brillantes en una de las prendas del torso y el constante uso de camisetas de manga corta, por ejemplo en su atuendo de ejercicio predominan los azules fuertes y en ocasiones el blanco para la parte superior y negro y azul oscuro en la inferior, teniendo como accesorio unos audífonos blancos alrededor de su cuello, en el de casa se mantiene la diversidad de colores pero mucho más claros llegando a tonalidades pasteles, acompañados de pantalonetas o pantalones tipo pijama, en colores oscuros para el primer caso y grises y azules para el segundo.

El lenguaje no verbal de Sandro se centra en el uso de sus lentes para reafirmar sus emociones, principalmente de enojo o sorpresa, así mismo con una tendencia a sonreír bastante, esto como prueba de su reputación de galán de telenovela tanto dentro como fuera de la pantalla, cabe resaltar que al sentarse no cruza las piernas ni los pies; Sandro es uno de los personajes secundarios que más se exploran a lo largo de la novela, pues llegamos a verlo antes, durante y después de su relación con Camilo, llegando a explorar bastante de su personalidad y su historia centrada en su vida profesional, con un crecimiento personal muy similar al del protagonista y en la etapa final tomando el rol de su mejor amigo, al punto que gracias a él Camilo y Martin consiguen aclarar sus sentimientos. Hablando sobre Martin, guarda bastante similitud con el look de Sandro, con una gama de colores brillantes y estampados en sus camisetas de cuello redondo, chaquetas o sacos elegantes entre azules y marrones, y finalmente jeans y tenis, a diferencia de otros personajes, el look general de Martin no guarda relación alguna con su profesión como chef, pues al tener uniforme se le ve vistiéndolo únicamente en ocasiones en que se encuentra trabajando, ya sea con el atuendo completo blanco o únicamente con un delantal y un pantalón negro, el personaje no se ve a lo largo de la serie en otros ambientes que lo lleven a mostrar otro

tipo de vestimentas, más allá de la laboral y de diario. Su lenguaje no verbal es bastante similar al de Camilo, recurriendo a utilizar sus manos para reafirmar sus emociones, con mayor énfasis el enojo, con movimientos más delicados en sus dedos al tomar las cosas y cruzando sus piernas al sentarse, aun así el personaje es muy poco expresivo con su rostro.

Imagen 17



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=zC7XLuoMYi4>

Hablando del entorno, los personajes no se mueven en muchas locaciones, para los tres encontramos que su principal escenografía es su lugar de residencia, en el caso de Camilo al ser personaje principal, su apartamento es uno de los entornos que más se observa a lo largo de la serie y desde diversos ángulos, pues podemos ver no solamente la sala, sino también otros espacios como su habitación y su cocina, visualmente hablando se mantiene como una extensión más del relato visual del personaje, pues mantiene un estilo muy serio y sobrio, similar al vintage o antiguo, con una gama de colores oscuros, principalmente entre los azules y verdes, con algunos toques de beige, púrpura, naranja, rojo, blanco, gris y marrón. Se observa también un uso predominante de la madera y pequeños toques de metales en tonalidades dorado y plateado,

materiales que complementan el estilo clásico del apartamento en general, los accesorios mantienen la misma estética antigua y gama de colores, sobresalen dos plantas ubicadas en la sala, mientras que en la habitación varias almohadas y fotografías en blanco y negro, estos espacios meticulosamente organizados y con tal nivel de detalle reafirman el carácter del personaje, apoyando no solamente su estilo visual sino también su propio temperamento, logrando asociar ese estilo clásico y vintage de su apartamento con lo sentimental y romántico de Camilo. En otros espacios como la cocina y su oficina se observa una menor construcción visual en pro del personaje, dando mayor respuesta a la misma idea de lo que el espacio debe ser, pues por ejemplo en la primera predomina el color blanco y sin muchos elementos fuera de lo que se concibe comúnmente como una cocina, mientras que su oficina guarda la estructura asociada a una firma de abogados con un estilo mucho más moderno, reemplazando la madera por cristal, pero manteniendo accesorios como libros, un computador, una taza de café y como decoración esculturas y piezas de estilo indígena en tonos tierra.

Al igual que su vestuario, el apartamento de Sandro dista muchísimo del de Camilo, aquí nos topamos con un estilo moderno, donde predominan los colores brillantes y fuertes, principalmente entre las gamas de los rojos, fucsias, naranjas y algunos toques de verde contrastando perfectamente con el blanco predominante en el apartamento, en sus muebles maneja texturas bastante saturadas y coloridas, mientras que en otros elementos de la sala como sillas y lámparas se utilizan colores planos, estas de un estilo contemporáneo y con algunos toques metálicos en plateado, en el tema de accesorios se observan bastante pocos como unos libros y plantas, cabe mencionar que la misma arquitectura del apartamento aporta a ese estilo moderno, colocando la sala, el comedor y la cocina en un mismo espacio, diferente del de Camilo donde por ejemplo la cocina era una habitación aparte del comedor y la sala. De la

residencia de Sandro se observa únicamente este espacio, muy ligado a su personalidad tranquila y amable, su estilo moderno responde a su profesión en los medios y a su aire de superioridad y fama. Finalmente del espacio de Martin únicamente se observa su habitación en una escena, este comparte apartamento con una amiga y su relato visual se parece mucho al de Camilo, similar a una biblioteca está rodeado de estantes con libros, fotografías antiguas y un autorretrato, con tonalidades predominantes de grises y marrones, con toques de rojo y verde, lo único contrastante de la escena es un cubo de rubik, todos estos elementos posicionan al personaje como alguien intelectual e inteligente, muy ligado a su rol de amigo y consejero, también con su personalidad poco explosiva y tranquila, aun así no guarda concordancia alguna con su actitud alegre y fiestera, tampoco con su lado bromista o sarcástico, ni siquiera con su profesión de chef, pues no se observa indicio alguno de esto.

Imagen 18



Fuente: Captura novela *Hermanos y Hermanas* Capitulo 67

2. Hermanos, Hermanas y el mundo

El taller se realizó a una muestra de 30 personas en el rango de edad de los 18 años en adelante, la primera parte de este, previa a la proyección del capítulo de la novela, buscó que a partir de una serie de imágenes los sujetos extrajeran toda la información posible y con esta construyeran el perfil de los personajes, en la primera pregunta tomando como referencia dos fotografías de los apartamentos de Camilo y Sandro, se les pidió que escribieran todos los datos posibles de la persona o personas que allí habitaban, sin limitar las respuestas; la segunda consistió en deducir la orientación sexual de tres personajes (Camilo, Sandro y Martin) a partir del mensaje visual transmitido por tres fotografías, una por cada uno. Al realizar la primera sección del taller a la muestra se observaron distintas reacciones frente a este, una de las más relevantes se presentó en tres sujetos entre las edades de 18 a 25 y 26 a 35 años, que en un primer momento se sintieron reacios a la respuesta del mismo, pues consideraban incorrecto el lanzar juicios de valor frente a los personajes únicamente basados en su aspecto físico en el punto dos, y en el primero no logrando identificar ninguna característica de quienes posiblemente habitaban en esos dos espacios, a pesar de esto los 30 talleres fueron contestados en su totalidad. La mecánica con la que se llevó a cabo esta fase, reuniendo a varias personas y respondiendo las preguntas simultáneamente, abrió la posibilidad a que los sujetos intercambiarán información mientras de manera individual consignaban sus respuestas, en algunas ocasiones generando pequeños debates principalmente entorno a la segunda pregunta, donde a través del diálogo con los otros buscaban reafirmar o contrastar sus respuestas, así mismo el ambiente tranquilo del taller dio como resultado que las personas hicieran comentarios abiertos frente a los personajes y

su manera de vestir, creando en ellos una búsqueda de respuesta correcta, en esta parte solamente una persona, en el rango de edad más alto de 60 años en adelante, requirió que se le explicara la diferencia entre las tres orientaciones sexuales, homosexual, heterosexual y bisexual.

Finalizada la primera etapa del taller se procedió a la proyección del capítulo #30 de la novela Hermanos y Hermanas, en este el tema homosexual se trata por 10 minutos y 49 segundos de la duración total del episodio que es de 42 minutos y 59 segundos, la decisión de mostrar específicamente este a la muestra radicó en la trama del mismo, pues se aleja completamente de los conflictos fuertes de la serie como el ocultamiento de la relación o la discriminación, para ofrecer al espectador una perspectiva más centrada en la pareja de Camilo y Sandro sin intervención externa, en este capítulo se representa un conflicto por falta de tiempo y atención, con una solución a través del diálogo y en la parte final una muestra de apoyo por parte de Nora, la madre de Camilo, de esta manera se le presentó a la muestra una historia lo más alejada posible de los típicos conflictos de las parejas homosexuales en los medios y negando cualquier indicio de las tramas anteriores o posteriores y del mismo final, que pudieran sesgar las respuestas de la segunda parte del taller. El ambiente de las personas en la proyección del capítulo se mantuvo con la misma unidad que durante la fase uno del taller, con algunos diálogos y comentarios al aire donde tomaron como un logro las respuestas acertadas mientras que las incorrectas con jocosidad, cabe resaltar que con la segunda parte las personas se mostraron mucho más serias y concentradas en sus respuestas, desapareciendo los comentarios y el diálogo entre sí, la modalidad de las preguntas pasó de abiertas a selección múltiple, donde los sujetos marcaron entre dos listas los conflictos y final o finales que consideraban más probables tuvieran la pareja homosexual.

Fotografía 4

Fuente: Elaboración propia.

En la primera pregunta se observa una fuerte tendencia a establecer que quienes viven en los dos espacios mostrados son parejas, familias o sencillamente más de dos personas, en la primera imagen quienes consideran que allí vive una persona soltera tienden a pensar que este individuo es hombre (Tabla 1), en contraste con la segunda donde la mayoría de respuestas referencia a una mujer, en ambas situaciones las edades predominantes están entre los 20 y 30 años, cabe resaltar que tanto en las respuestas de solteros como parejas solamente una persona considero la edad de 51 años en adelante para los habitantes de estos espacios, más específicamente el primero, pues la respuesta más recurrente en el tópico de edad tanto para solteros como parejas fue entre 20 y 30 años, seguida de entre 31 y 40 años, por lo que la mayoría de personas asociaron estos ambientes a personas jóvenes, ya sean solteros o parejas de un estrato socioeconómico medio o alto, pues solamente en un caso se presentó un estrato entre 0 y 2, los resultados predominantes fueron en primer lugar estrato medio de 3 a 4 y segundo alto

entre 5 y 6, esto corresponde también con las profesiones indicadas, pues en todos los casos las carreras asociadas a los habitantes de los dos apartamentos fueron de carácter profesional, como por ejemplo derecho, diseño, ingeniería o administración, las más frecuentes en las dos imágenes, pero la respuesta más recurrente fue como tal profesional sin especificar una carrera.

Tabla 1

Frases Imagen 1	Entrevistado
Son sofisticadas, elegantes, les gusta el orden y la limpieza.	E1
Hombre entre 30 y 35 años, es una persona sola, de buen gusto, con un estrato socio económico bueno.	E3
Viven dos personas, pareja heterosexual, la mujer manda, se ve el apartamento ordenado, estrato 4 o 5.	E9
Se ve como una casa de familia, o sea viven papas e hijos.	E15
La casa es de estrato 3-4, es una pareja integrada por mujer, hombre, mayores de 35 años.	E19
Personas de estrato 4 o superior, tienen caro y una pequeña mascota. Se preocupan por lo estético: lucir bien presentados en todo momento, tener todo limpio, tener linda la casa.	E20
Tienen empleada doméstica, aprecian el arte, asisten a restaurantes, a cine, teatros.	E20
En el apartamento vive una persona sola, creo que es una persona de 30 años de edad, profesional, ordenada, pero es poco perfeccionista, clase media, bisexual.	E23
Vive persona sola, estrato 3, persona joven, bastante ordenado, Bogotá.	E24
Vive una mujer entre los 25 a 3, sola, con una vida financiera estable.	E25

Fuente: Archivo personal

En ambas imágenes, de las personas que intuyeron que vivían parejas en los espacios mostrados, sólo un pequeño porcentaje especificaron el tipo de pareja si era heterosexual u homosexual, de las cuales únicamente en un caso se presentó una pareja lésbica, en la categoría de dos o más personas destacan dos respuestas únicas, la primera que asegura que en uno de los apartamentos vive una madre soltera con su hijo universitario y la segunda que viven unos amigos, sin especificar el número. Una variable que surgió de manera no prevista en el taller fue el lugar de residencia, donde asociaron el primer escenario exclusivamente a la ciudad de

Bogotá, mientras que el segundo sin especificar a un lugar de clima cálido (Tabla 2); en el aspecto de los gustos se observa una fuerte tendencia de las personas a ligarlos directamente con elementos del escenario, claro ejemplo de esto son las frecuentes respuestas de gusto por la naturaleza y arte de la primera imagen en los solteros y las familias, asociadas al prominente cuadro abstracto y a las dos plantas del primer escenario, en la segunda imagen al tener un estilo mucho más minimalista las respuesta varían más, siendo la más frecuente el gusto por la naturaleza como respuesta a las dos plantas que se observan en la escena, también se hace mención al gusto por la cocina al mostrarse este espacio en el cuadro y a la lectura con uno de los pocos accesorios que muestra el apartamento, un par de libros sobre la mesa de centro, esto evidencia cómo el lenguaje visual en este caso de la escenografía limita la categoría de gustos a elementos encontrados en el entorno, asociándolos directamente con la personalidad de quienes lo habitan, variables que pueden llegar a ser correctas o no, pues a lo largo de la serie en ningún momento se observa en Camilo un gusto por la naturaleza o el arte, a pesar de que su apartamento comunique esta idea al usuario, esto también se presenta en el aspecto de las profesiones, donde en la primera imagen la frecuencia de la profesión de derecho para las personas solteras fue nula, en contraposición a carreras ligadas con el dibujo como el diseño, las artes o la arquitectura, en el caso de las respuestas de pareja se posiciona como la más frecuente, con una característica bastante interesante y es que son poco los casos donde los miembros de la pareja tienen profesiones diferentes, por el contrario en su mayoría se asocian los dos a una misma; en el caso de la segunda imagen al tener menos elementos asociativos a la profesión del personaje las respuestas varían mucho más, teniendo como resultado mayor el de profesional sin especificar, con más frecuencia que en el primer escenario, cabe resaltar que en ninguno de los casos se hace mención a carreras como actor, director o simplemente ligadas al mundo de los

medios, aun cuando Sandro el personaje del segundo apartamento es un actor famoso en la novela y es la trama principal del personaje.

Tabla 2

Frases Imagen 2	Entrevistado
Mujer, finales de los 20's principios de los 30's, primera vez viviendo sola quiere descubrir quién es a través de la combinación de colores y patrones para sentirse libre y feliz.	E2
En un lugar hermoso, bien dotado y organizado, lindos muebles.	E3
El usuario de la vivienda tiene un desorden de gustos, aplicando así el pop art, el arte contemporáneo, vintage y un estilo más "hippie".	E5
Un apartamento mas grande para una familia diría que un niño y papa y mama con nivel académico profesional de estrato 4 a 5.	E6
Vive una pareja de novios, que no han contraído matrimonio por falta de tiempo, sus planes son cocinar los fines de semana juntos y los padres aun no conocen a la pareja, a causa de que no viven en el país.	E7
Vive una familia, con dos hijos, pareja lésbica, la pareja tiene 33 años, los hijos tienen entre 4y 12.	E9
Mujer, doctora, le gusta cocinar, 30 años, vive sola, trae hombres los fines de semana, estrato 5, lee novelas de drama.	E10
Es un apartamento de tierra caliente, vive una persona soltera, es como de estrato 3, es como el apartamento de una mujer comerciante.	E17
Es un apartamento de clima caliente, en el que viven amigos que son estudiantes, es de estrato 3, de edades entre 20 y 25 años de carrera de ingeniería, trabajo social. La mayor parte de su tiempo están estudiando y rumbeando.	E18
Mujer soltera, sin hijos, si mascotas, estrato 3, recién independizada de sus padres, entre 26 y 29 años.	E22
En este apartamento creo que bien dos personas, son ordenadas, estudiadas, profesionales clase media, joven, y homosexual.	E23
Estrato 6, es una familia de 4 integrantes, los padres son arquitectos, los hijos estudian, casi no permanecen en la casa, esta todo muy organizado, sin mascotas.	E29
Una persona posmoderna, con creencias pacifista y naturalista.	E30

Fuente: Archivo personal

En cuanto a la personalidad se observa una mayor variación en las parejas que en las personas solteras, el resultado con mayor frecuencia es el de ordenado en ambas situaciones, otras respuestas se ligan directamente con aspectos de su personalidad con el exterior más que con su interior, como por ejemplo sofisticado, limpio, perfeccionista, cuidadoso o detallista, en

características mucho más intrínsecas destacan la inteligencia y la alegría, aunque en menor medida que las anteriores, algunas respuestas únicas a destacar son las de vegano y pacífico, que buscan adentrarse en aspectos de la personalidad no mencionados en otras, como lo son los hábitos alimenticios y las creencias. Si bien las respuestas varían en cada uno de los casos, esto demuestra la importancia del lenguaje visual en los escenarios, como el usuario construye una línea narrativa a partir de lo que estos transmiten, más específicamente en el caso de Hermanos y Hermanas, aportan a una parte de la construcción del personaje que por diversos motivos no se trata en su relato narrativo, permitiéndole con una sola imagen al televidente explorar una faceta más del personaje y completar esos aspectos que la trama no puede perder tiempo en abordar, aun así estos espacios se pueden llegar a sentir algo ambiguos y carentes de aspectos que apoyen directamente al personaje en una vista mucho más profunda, quizás justificado en la rapidez con la que el televidente los observa manejan un mensaje mucho más sencillo y directo, por ejemplo en el caso de Camilo su personalidad ordenada y sofisticada, y de un estrato medio alto, mientras que con Sandro su asociación directa con la mujer puede ligarse a su gusto por la moda y la actualidad, también de un estrato medio alto, con un notable orden, donde el minimalismo pudo reducir la contundencia y claridad de su mensaje frente al de Camilo siendo uno de los protagonistas; definitivamente la importancia del mensaje visual es fundamental para la construcción misma del personaje, pero no podemos hablar únicamente de su entorno pues aún carecemos de uno de los aspectos más importantes para contrastar su recepción en los televidentes, este es el lenguaje visual del personaje, donde convergen su vestuario, su expresión corporal y su look, estos aspectos ligados directamente con su orientación sexual.

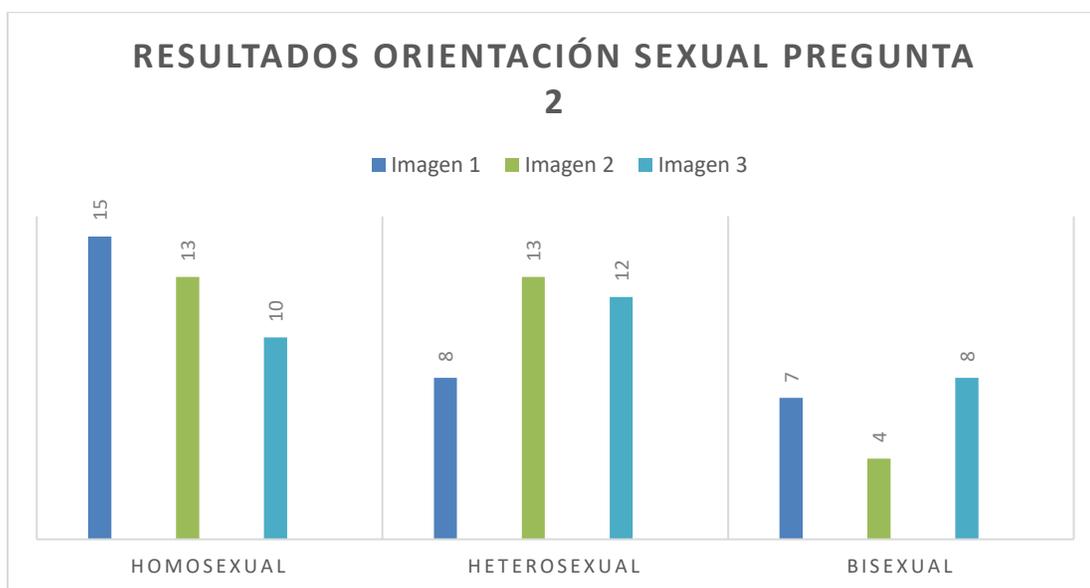
Fotografía 5

Fuente: Elaboración propia.

Al llegar a la pregunta número dos, es importante mencionar que de la muestra de 10 personas solamente dos reconocieron a los personajes y admitieron haber visto la novela *Hermanos y Hermanas* en su totalidad cuando esta fue emitida. En las respuestas de las tres imágenes se puede observar que los sujetos tomaron como referencia elementos muy puntuales de los personajes para a partir de estos basar sus respuestas (Gráfica 1), dando como resultado amplias diferencias entre cada una de las variables visuales de cada personaje (Gráfica 2), al punto que muchas de estas fueron igual a 0; al contrastar las respuestas generales de las tres imágenes podemos observar una decadencia en la tendencia de cada una en comparación con la anterior, por ejemplo si tomamos los códigos con mayor número de repeticiones de cada una, nos podemos dar cuenta que en la primera fotografía, la mayoría de la muestra tomó como referencia elementos como el bigote o la sonrisa para basar la orientación sexual del personaje con frecuencias de 20 y 19, mientras que en la segunda y en la tercera las frecuencias con mayor

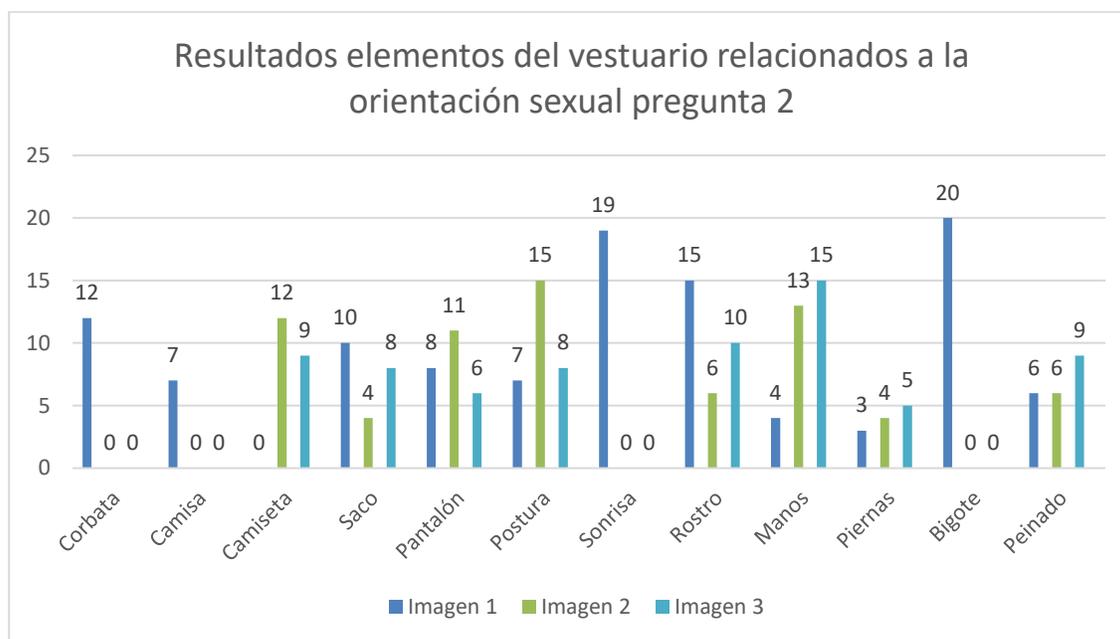
respuestas alcanzan la mitad de la muestra total y en un único código, además la recurrencia en la tercera imagen es mucho menor que en la segunda, esta nos entrega una clara diferencia en el lenguaje visual de los tres personajes homosexuales y en cómo el público lo recibe, donde Camilo se posiciona como el personaje con los códigos visuales más contundentes y de fácil identificación para el usuario, al punto que en la fase de las entrevistas, quienes no recordaban su nombre lo asociaban directamente con su bigote, una característica visual, mientras que a otros personajes como Sandro hacían esa relación con su carrera de actor, con esto observamos una pérdida de contundencia en el mensaje visual de los personajes secundarios en comparación de los protagonistas; también se observa un escasa asociación visual con la bisexualidad, pues en las tres imágenes fue la orientación sexual con menos respuestas de las tres.

Gráfica 1



Fuente: Archivo personal

Gráfica 2

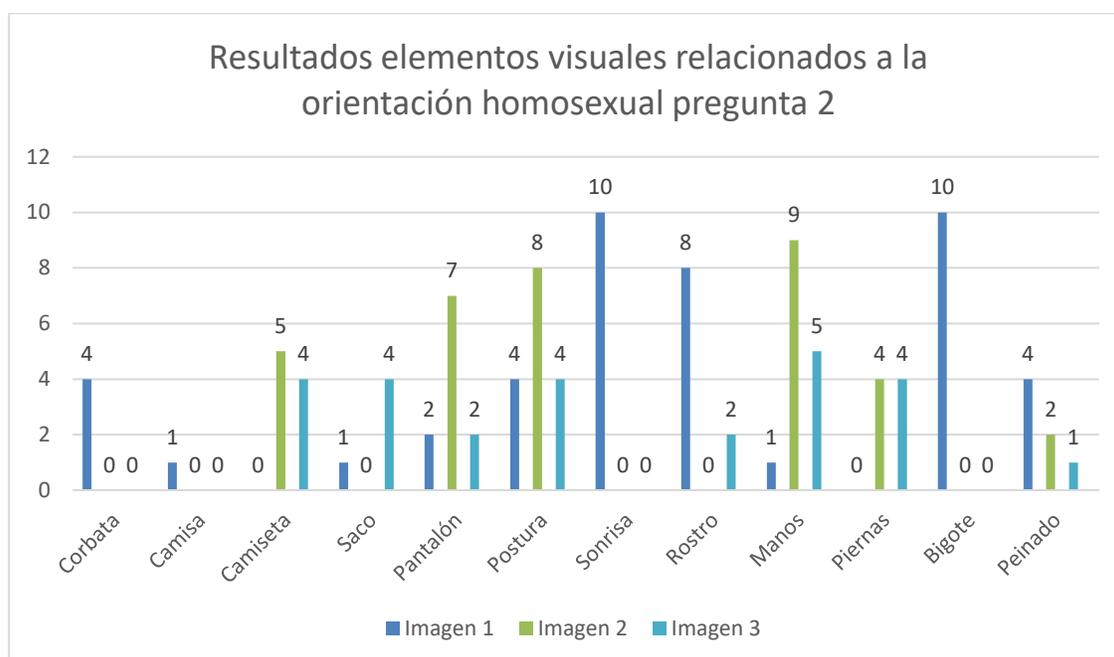


Fuente: Archivo personal

En la primera imagen, concerniente al protagonista Camilo, los usuarios establecieron puntos focales de su vestuario, expresión corporal y look para basar sus respuestas de orientación sexual (Gráfica 3), en el caso del vestuario la corbata fue la variable con mayor número de respuestas seguida del saco, en la expresión corporal con números bastante altos su sonrisa y su rostro, finalmente en el look el bigote tuvo la mayor frecuencia de toda la pregunta 2, lo que posiciona a la sonrisa y al bigote del personaje como no solamente aspectos característicos sino también como puntos focales de su lenguaje visual, llegando a ser más contundentes que su mismo vestuario, donde el elemento de mayor relevancia fue la corbata, aunque muy por debajo de su sonrisa y bigote. La orientación sexual más asociada a Camilo fue la de homosexual, donde al limitar las respuestas a esta, se observa una reducción de la mitad en las categorías con mayor frecuencia, aun así se mantienen como las de mayor puntaje, en contraposición en su vestuario la

corbata presenta una reducción a la tercera parte del total, por lo que podemos analizar que frente al lenguaje visual de Camilo los usuarios vincularon su bigote y su sonrisa con un hombre homosexual, posiblemente por lo delgado y poco poblado de este no lo asociaron con el estereotipo de macho, vaquero y mujeriego, aun así en su vestuario la corbata tuvo mayor relación con la atracción por las mujeres ya sea siendo heterosexual o bisexual.

Gráfica 3



Fuente: Archivo personal

En la segunda imagen se presenta un empate entre homosexual y heterosexual para el personaje Sandro, sus aspectos visuales más votados fueron en el caso del vestuario su camisa y su pantalón, y en su expresión su postura, la de mayor frecuencia de todas y sus manos, pero lo realmente interesante se da al analizar las respuestas de quienes consideraron al personaje homosexual, pues el aspecto con el que lo ligaron más a esta orientación fueron sus manos con

una frecuencia de 9 sobre el total de 13, seguido de su postura. Con Sandro se mantiene la misma línea que con Camilo, donde las personas de la muestra asociaron su orientación sexual con su expresión corporal o con aspectos de su cuerpo, más que con su vestuario, en la imagen de Sandro la postura jugó una parte fundamental para quienes lo catalogaron de esta forma, tal como en Camilo fue su bigote y sonrisa; en casos mucho más puntuales algunas personas detallaron como la sonrisa del primer personaje les daba una sensación de picardía o de estar ocultando algo, por lo que lo describían como un gay en el closet, con la segunda su postura les transmitía una sensación de discusión, este aspecto de sus manos en la cintura, con los dedos abiertos y teniendo como eje central su pelvis transmitieron esa sensación de discusión mucho más suave y delicada que la muestra asoció con un hombre homosexual más que con uno heterosexual o bisexual. En la tercera imagen referente a Martin, se observan unas respuestas menos variables que en los dos primeros casos, la orientación sexual con la que lo asociaron fue heterosexual, sin embargo la diferencia que hay entre las tres es de dos casos únicamente, por lo que se evidencia en este personaje que fue más complejo para la muestra extraer de su lenguaje visual los elementos que lo asociaran a una de las tres, así mismo este fenómeno se repite en su categoría de vestuario donde si bien el código con mayor número de respuestas fue la camisa, no presenta una diferencia considerable con el segundo y el tercero que son el saco y el pantalón, en la expresión corporal las más asociadas fueran las manos seguidas del rostro y la postura, para finalizar en el look con su peinado, al filtrar las respuestas únicamente con la variable de homosexual se observa una menor tendencia que en las dos primeras imágenes, donde las manos fueron el aspecto más señalado alcanzando un tercio del total, pero lo realmente interesante de analizar se da en los elementos de peinado y rostro, que siendo dos de las respuestas más recurrentes en el compendio total, en el tópico gay se reducen a una quinta y una novena parte

aunque este se encuentre solo dos por debajo del heterosexual, esto nos evidencia como la muestra relacionó estos dos aspectos del lenguaje visual del personaje con orientaciones hacia el género opuesto como la heterosexual o bisexual, así mismo los resultados tan poco determinantes del lenguaje visual de Martin, lo posicionan como de los tres el personaje con menor contundencia en su mensaje, esto unido a la poca trama y exploración de su relación con Camilo dio como resultado que aunque fuera la última pareja del personaje, esta quedara relegada frente a lo sucedido con Sandro, perdiendo recordación en los televidentes, prueba de ello se dio en los dos sujetos que recordaron haber visto la serie, pues entre los comentarios que hacían al ver el episodio aseguraban que el final de Camilo y Sandro era juntos, sin mencionar nada de su relación y posterior matrimonio con Martin. Este análisis permitió descubrir cómo cada uno de los tres personajes homosexuales de la serie maneja distintos niveles en su lenguaje visual.

Gráfica 4



Fuente: Archivo personal

Después de haber visto el capítulo de la novela, la muestra dio respuesta a los puntos 3 y 4, en el primero las opciones con mayor respuesta frente a las tramas o conflictos durante la novela, guardan coherencia con lo mostrado en el episodio (Gráfica 4), el mantener en secreto su orientación y los problemas de comunicación encabezan la lista, seguidos por problemas de confianza y dudas frente a sus sentimientos, es interesante como conflictos comúnmente tratados en el cine y las series LGBT como el suicidio, depresión y enfermedades de transmisión sexual se posicionan en los menos votados por la muestra, una situación similar se da en la pregunta 4 (Gráfica 5), donde los finales más trágicos como el suicidio de uno o de los dos, el casarse con

mujeres para ocultar su homosexualidad o la muerte por discriminación obtienen una menor frecuencia en comparación a lograr cumplir sus metas profesionales o separados y viviendo con otras parejas, que son los que más respuestas acumulan, así mismo los dos finales relacionados al matrimonio fueron poco creíbles para la muestra, aun cuando ese es el final para la pareja de Camilo y Martin, considerando más factible la posibilidad de que se mantienen en unión libre. Las respuestas que la muestra presentó frente al argumento de la serie, más específicamente los conflictos y el final, son una respuesta directa a lo mostrado en el episodio, por lo que en aspectos de la trama al no presentar indicios de situaciones más complejas o dramáticas las personas apostaron por conflictos de pareja más genéricos, independiente de su composición, en cuanto a los posibles finales se presenta un aumento en aquellos ligados al dolor o al drama, pero sin llegar a la frecuencia de otros que podrían llegar a considerarse más realistas, aun así se observa una respuesta negativa en aquellos referentes al matrimonio, estas respuestas nos ofrecen un panorama de cómo el televidente percibe la historia homosexual planteada en la novela Hermanos y Hermanas, alejándose de las tramas dramáticas y deprimentes que por mucho tiempo predominaron en las representaciones LGBT y siendo más abiertos a la intención que cada producto ofrece, a pesar de esto se mantiene la concepción del final trágico en una pequeña parte de la muestra que aunque no llega a tener la misma relevancia que otros finales más ligeros, representa un alto porcentaje frente a los del punto anterior, junto a esto se da un fuerte rechazo a la idea del matrimonio o la conformación de una familia entre personas del mismo sexo en comparación a la unión libre, una reacción que se desliga al imaginario común de romance de telenovela que generalmente termina con la unión legal de los protagonistas; estos resultados se observaran con mayor claridad al contrastar con la opinión de hombres y parejas homosexuales

no solamente frente a la historia de Hermanos y Hermanas, sino a la representaciones LGBT en la televisión colombiana.

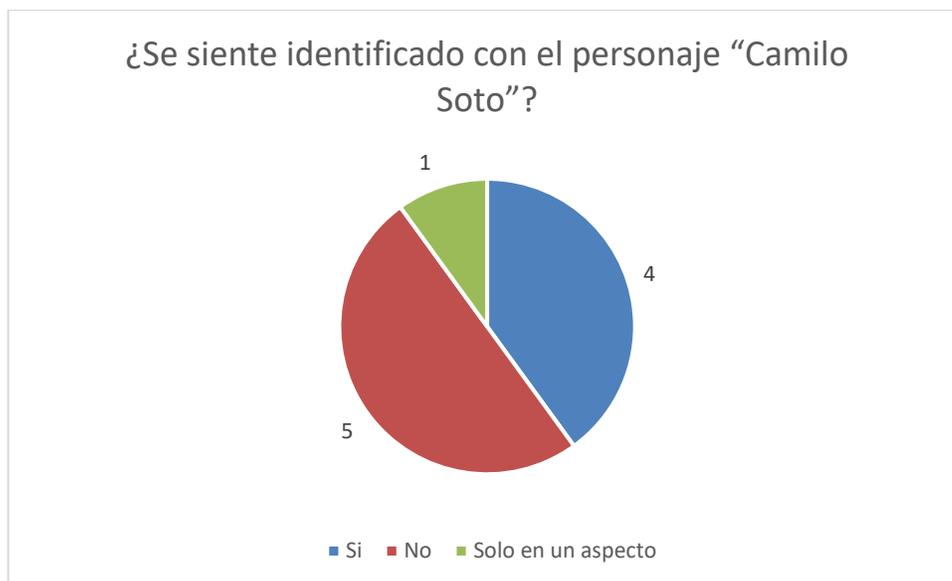
Gráfica 5



Fuente: Archivo personal

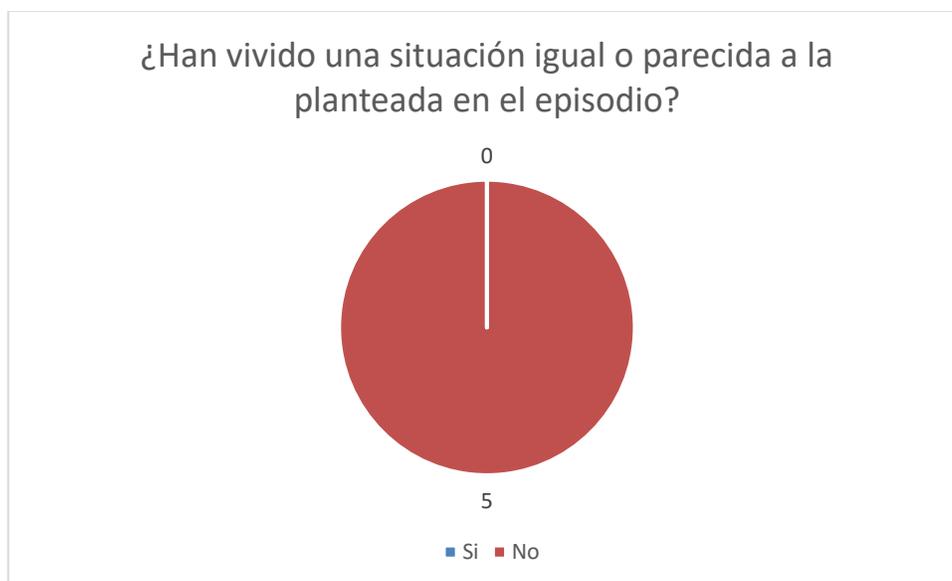
3. Las Múltiples Realidades VS La Realidad Televisiva

Gráfica 6



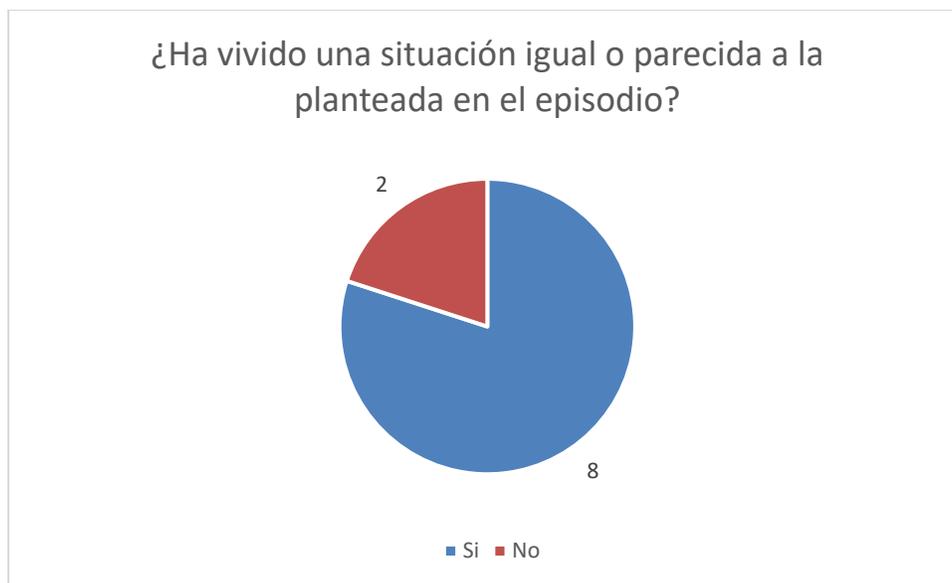
Fuente: Archivo personal

Gráfica 7



Fuente: Archivo personal

Gráfica 8

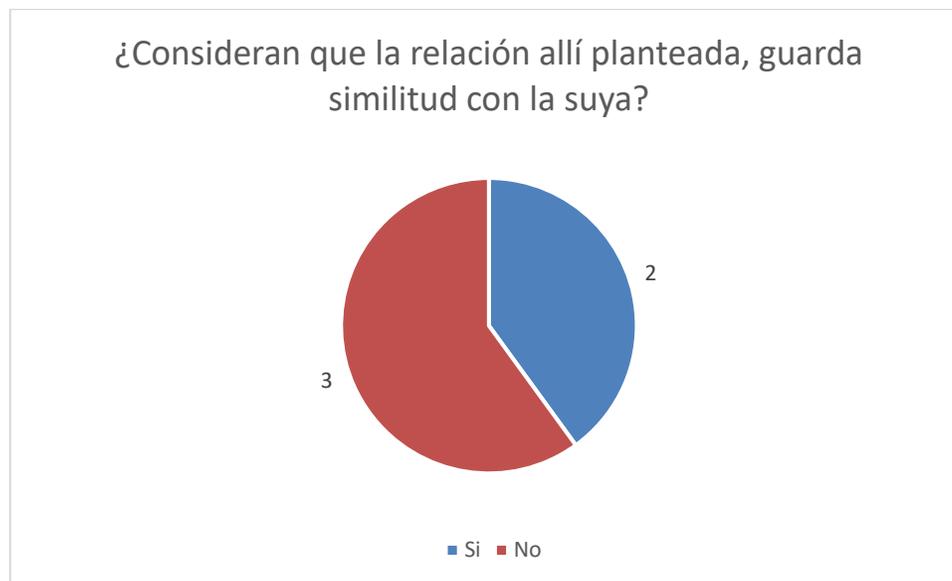


Fuente: Archivo personal

Al realizar las entrevistas a parejas y hombres homosexuales se tuvieron en cuenta dos enfoques, el primero de ellos dirigido al objeto de estudio de la investigación, la novela *Hermanos y Hermanas* y la respuesta de la muestra frente a la representación allí planteada, el segundo una perspectiva general de las representaciones homosexuales que se muestran en la televisión nacional, esto a fin de contrastar los contenidos más relevantes para la muestra con lo presentado en la serie. En el aspecto de la identificación con los personajes o con la situación (Gráfica 6), se observa poca respuesta por parte de los entrevistados, por el contrario se presenta un fuerte rechazo a la situación allí planteada y especialmente con el personaje de Camilo, donde catalogaban sus quejas como justificadas pero así mismo exageradas (Gráfica 7), *“En una relación si buscaría eso como que haya si un diálogo pero no como esa dependencia que quizás llego a ver un poco en Camilo”*, los puntos de mayor atención para la muestra fueron la falta de

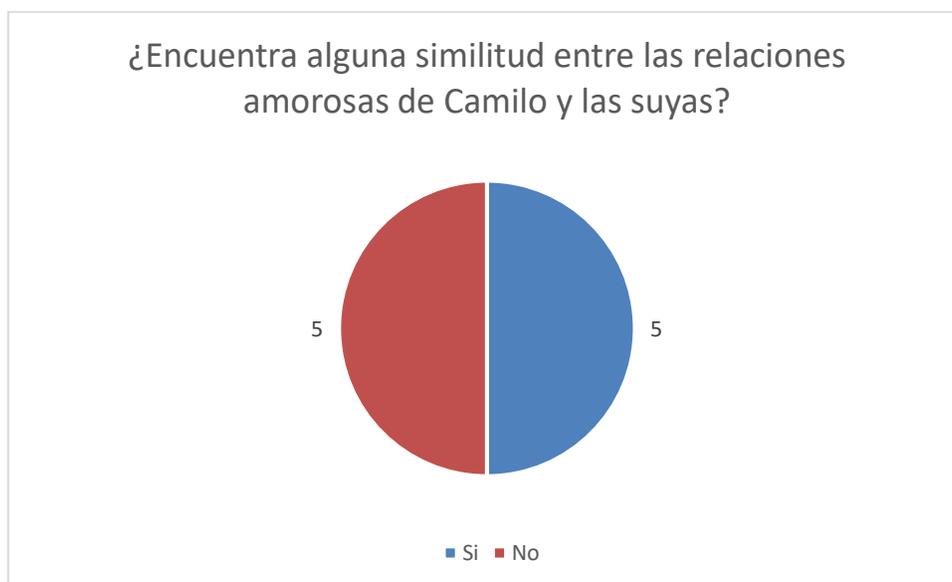
comunicación y la inseguridad, dejando de lado otros aspectos como el descubrir de la mamá o el mismo ocultar de la relación, que si bien no toman una gran relevancia en el capítulo, se perciben claramente, esto demuestra una fuerte conexión de la muestra con la primera problemática (Gráfica 8), siendo esta genérica al aspecto de pareja mientras que las otras consideradas más específicas a la comunidad LGBT pasan mucho más desapercibidas, *“Pues que han habido momentos de inseguridad como en toda relación”*, frente a la construcción de los personajes también se observa muy poca identificación con ellos en el aspecto narrativo (Gráfica 9), *“Esto ya son personas que ya están pues profesionales, se nota que tienen como tremendo cargo el otro tremendo reconocimiento que pues para mi experiencia hasta el momento pues no me identifico con ella”*.

Gráfica 9



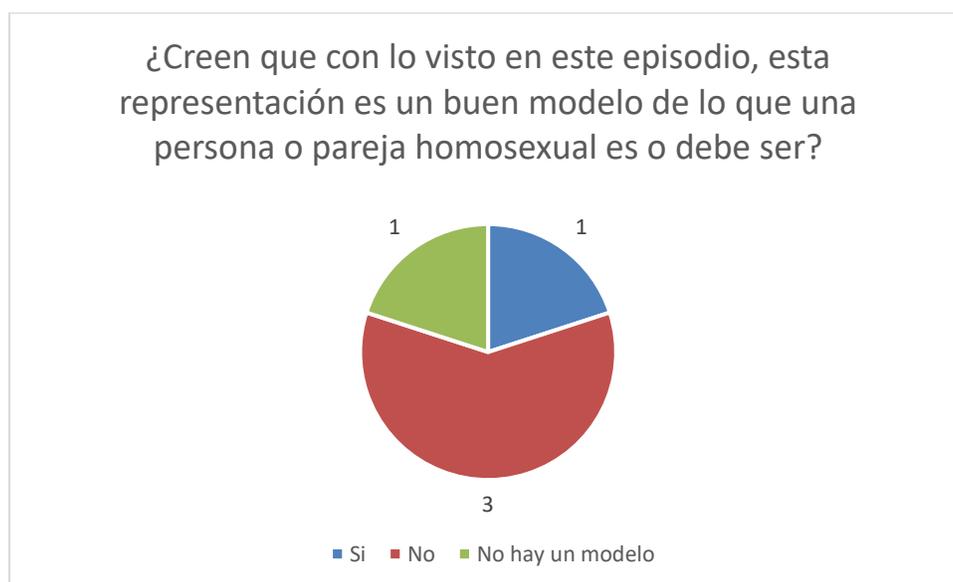
Fuente: Archivo personal

Gráfica 10



Fuente: Archivo personal

Gráfica 11

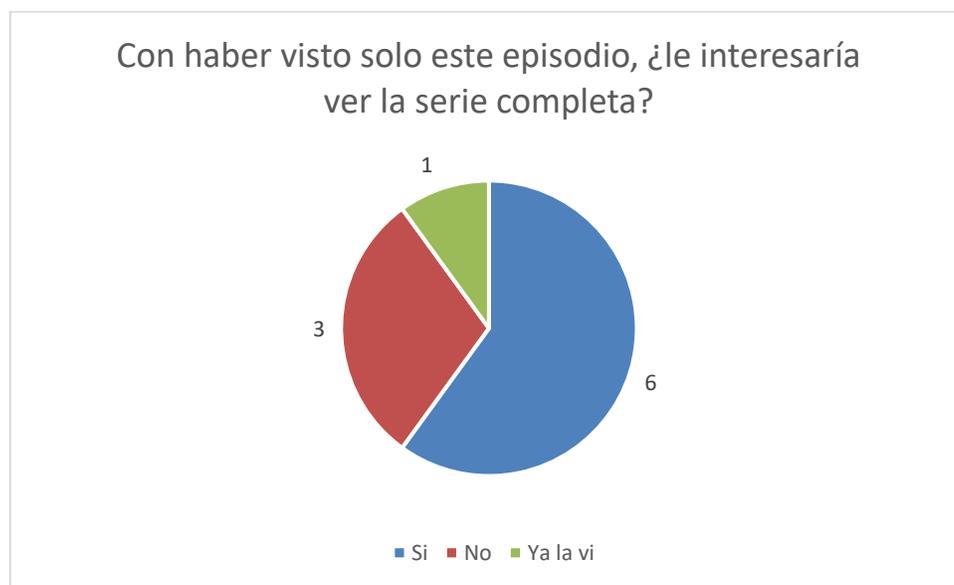


Fuente: Archivo personal

A pesar del poco nivel de identificación (Gráfica 10 y 11), se presenta una fuerte tendencia de apoyo frente a la novela (Gráfica 12 y 13), *“La verdad si me llamó bastante la atención y el drama que hay es muy interesante”*, *“Si, literal, me la quiero ver completa, la voy a buscar por internet”*, donde a pesar de no sentirse identificados con los personajes, consideran las situaciones allí planteadas interesantes y atrapantes, al punto que personas que no consumen televisión nacional o televisión de ningún tipo afirmaron sentirse interesados e intrigados por la serie, *“Pues en realidad si, si tengo tiempo sí, pero se ve interesante a ver cómo termina esa historia porque llama mucho la atención”*, *“Me parece bien, siento que de esta manera las personas al ver esto vean que es más abierto todo”*, junto a esto se presentó una sensación de sorpresa y novedad frente al contenido de la novela, especialmente con la construcción de los personajes y con un alto enfoque visual, según los entrevistados alejándose de los típicos estereotipos con que son representados los hombres gay en las producciones nacionales, *“De hecho me sorprendió que en este capítulo que me mostraste de la novela Hermanos y Hermanas, estos dos personajes no sean de esta manera”*, *“Quizás en Camilo y en la pareja, esté el actor, se ve un poco otro modelo, otra forma de ser gay que no necesariamente es esta de una expresión femenina, exacerbada como generalmente se muestra”*, *“Chévere que se salgan un poco de la escena de la peluquería y de la loca por llamarlo de alguna manera”*, en el aspecto visual los entrevistados recalcaron mucho la expresión corporal y el vestuario de los personajes, principalmente de Camilo, a quien consideraron cercano a las anteriores representaciones de hombre homosexual presentadas en la televisión nacional, *“Fíjate que cuando empecé a ver el capítulo este chico el de bigotito, Camilo, al principio cuando lo vi yo dije ese tipo tan sobreactuado, pero puede que no sea tan así”*, *“Entonces ese sensacionalismo de llamar la*

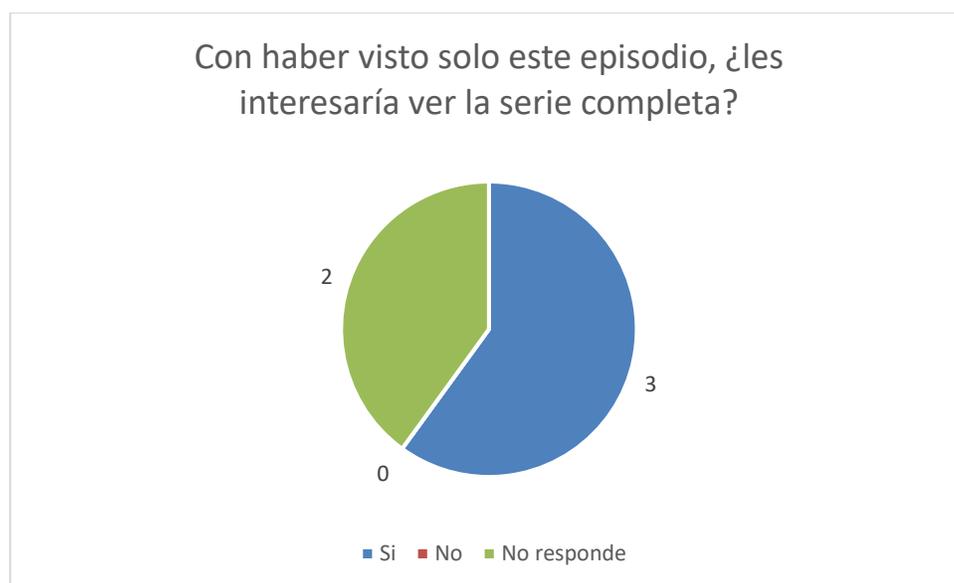
atención con amaneramientos, con caminados extrovertidos, con la debilidad tan pausada y tan marcada como lo muestra este personaje del bigote”.

Gráfica 12



Fuente: Archivo personal

Gráfica 13



Fuente: Archivo personal

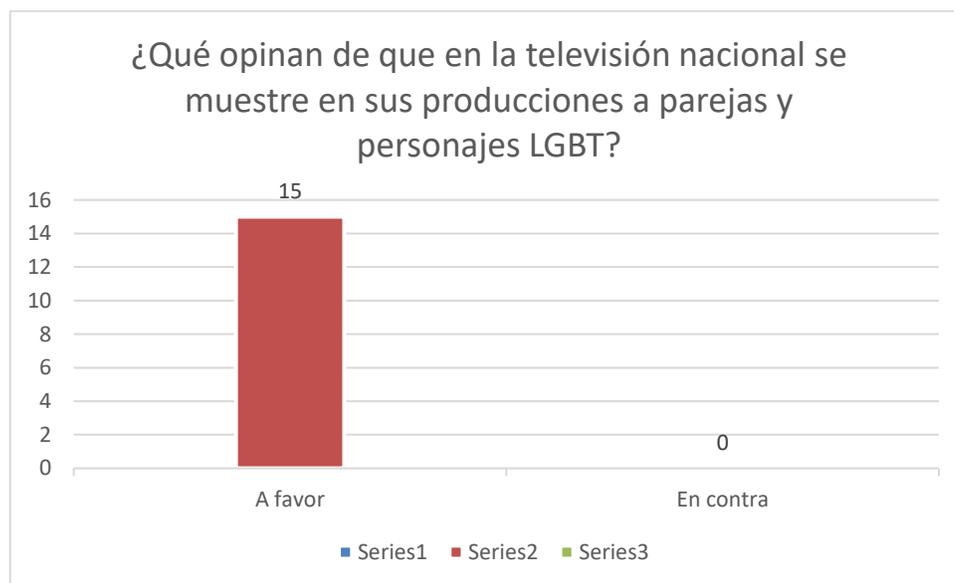
El aspecto con el que el público se sintió más sorprendido fue la construcción visual de los personajes Camilo y Sandro, recalcando su desligue con las representaciones comúnmente aceptadas de hombres gays, haciendo hincapié en su forma de vestir, sus profesiones y como estas no responden directamente con su orientación sexual, *“Este ejemplo de esta serie me pareció interesante porque son dos hombres que están como dentro de lo socialmente acepto de su varonilidad más o menos y son como en otro estilo del personaje pues del que uno siempre como nota”*, esto refuerza la importancia de la comunicación a través de lo visual y como para la misma comunidad, la forma de representar a personajes homosexuales de la serie Hermanos y Hermanas, ofrece una nueva perspectiva más cercana a la realidad de muchos hombres gay, *“En la producción veo a dos chicos con sus diferentes gustos, diferentes trabajos, o sea uno es actor y el otro es un chico como más ejecutivo, entonces finalmente es lo que digo, cómo se sientan cómodos, o como lleven su vida diaria, entonces lo veo normal, lo veo bien, no tienen ninguna señalización de que son gays, o que son diferentes a los demás, o sea, tienen un gusto por la moda muy personal, muy a su estilo, entonces yo lo veo que ahí se ven como dos tipos normales, no necesariamente en la forma en que están vestidos reconocería que son gays o no”*. A pesar que en el enfoque visual la serie logra captar la atención usando un modelo poco explorado en el medio, en la parte argumental carece de esa fuerza, *“Pues para mí son como situaciones de cualquier relación”*, *“Por ejemplo con esta novela que estás mostrando, un sentido romántico, idealista, de relación digámoslo “plena”, pero la realidad es que en una proporción muy grande eso está alejado de lo que se vive”*, este poco interés puede deberse al capítulo seleccionado en cuestión, pues su poco impacto argumental, con una historia más común llevó a la muestra a fijarse aún más en los detalles visuales de los personajes, razón por la cual fue seleccionado para

la investigación, *“Obviamente el tema de ocultarla en el nivel que lo lleva la serie pues es otro tema porque es un poco también novelesco el asunto entonces digamos que es como, hay si no me sacas no nos vemos casi tiempo y luego por arte de magia todo cambia y hay disposición, entonces realmente es como muy ajena a nuestra situación”*, aun así gran parte de la muestra se vio expectante con los sucesos del próximo episodio al ver los adelantos, situación que los llevaba a querer ver más de la serie, no solamente por la historia de Camilo sino también por las demás, solamente en un caso un entrevistado propuso una nueva forma de representación en base a *Hermanos y Hermanas*, *“Sería chévere ver una serie así pero solo de esa temática, porque ya Hermanos y Hermanas vi algunos capítulos y la verdad no me lleno totalmente”*.

En general la respuesta que la muestra presentó frente a la novela fue sumamente positiva, si bien no se sintieron identificados con los personajes o con las situaciones, más allá de ser conflictos genéricos de pareja sin importar su orientación sexual, la tendencia fue a catalogar las representaciones como novedosas y alejadas de los estereotipos (Gráfica 14), así mismo la selección del capítulo llevó a los entrevistados a enfocarse muchísimo más en la comunicación visual de la novela, apoyando esa sensación de novedad en aspectos como la expresión corporal y el vestuario de los personajes, esta sorpresa evidencia la poca relevancia y recordación de muchos personajes similares a Camilo y Sandro, frente a otros más consolidados en la memoria popular y cercanos a la concepción de persona LGBT de hace varios años, este paralelo se verá más claramente cuando se aborden de manera general las representaciones en las producciones nacionales. Al preguntar sobre los personajes LGBT más recordados, se presentó una fuerte tendencia a asociarlos directamente con las producciones nacionales más presentes en la memoria colectiva, así mismo un fuerte desconocimiento de las más recientes que han abordado estos tópicos, esto evidencia el poco interés que la muestra presenta frente a los seriados locales

y la poca relevancia que los tópicos LGBT adquieren en los usuarios, en comparación con otros mucho más antiguos y arraigados en la memoria popular, *“En televisión colombiana sí creo que es la primera que veo”*, *“De pronto no recuerdo nombres pero sí sé que he visto bastantes como situaciones en producciones donde veo que están muy estudiadas”*.

Gráfica 14

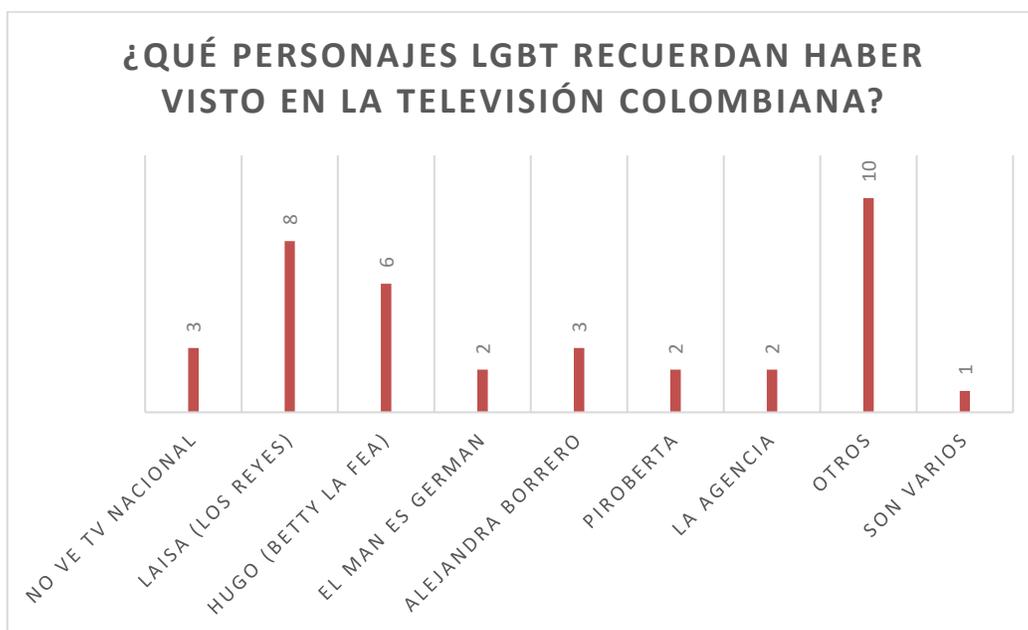


Fuente: Archivo personal

Esta falta de interés y poco atractivo de las representaciones para la misma comunidad, conlleva a una carencia crítica del mismo sector a como es representado en la televisión nacional, además que al no conocer los personajes más recientes, basan su opinión en producciones más antiguas que pueden manejar o no la misma construcción de personaje LGBT, *“No, así no que yo recuerde no, la verdad no”*, *“No veo mucha telenovela porque no me llama la atención porque todas terminan con un final feliz y no se enfocan en la realidad como tal”*, *“Entonces qué pasa con el tema de la televisión colombiana pues si es cierto generalmente las personas de*

los sectores LGBT han estado visibles". En las respuestas se observa una fuerte conexión entre los personajes y los tipos de construcción o estereotipos más recordados (Gráfica 15), la respuesta más recurrente fue la de Laisa de la popular serie Los Reyes, *"Pues la verdad Laisa siempre la vi desde pequeño"*, *"Obviamente Laisa de Los Reyes que esa fue la que llenó totalmente"*, *"Yo creo que la gente es imposible que no sea acuerde de Laisa"*, una respuesta bastante interesante siendo el único personaje trans que se ha visto en la televisión nacional, una frecuencia muy por debajo de las recurrentes representaciones de hombres homosexuales, en segundo lugar estuvo Hugo Lombardi de Betty La Fea, a diferencia de Laisa con este personaje se asoció su recordación a la fama de la novela, más que a su propia esencia o personificación, *"El otro que es pintoresco, chistoso así que recuerde es como Hugo Lombardi, que es icónico pues por Betty que era muy chistoso y pues ahí más o menos creo que toco un tema que tenía pareja o algo así"*, a pesar de la poca permanencia de Hugo Lombardi en la memoria de la muestra, al preguntar sobre las características más recordadas en personajes LGBT, un alto porcentaje responden al lenguaje visual de este personaje, incluso muchísimo más que con Laisa, *"Entonces si había una persona de la comunidad en una producción podía ser una persona muy cliché, que te ves, ves a la loca, entonces mejor dicho ves al que está montada, o el travesti o la persona que es muy expresiva con su hablar porque pertenece a la comunidad"*, *"Lo otro es que los que se me vienen a la cabeza son el estereotipo que tiene la gente del tipo gay súper cómico, payaso, súper reina de belleza, que hace reír a la gente, que es casi como el bufón de la reunión, y digamos que eso no me representa a mí"*, *"Por encimita solamente un personaje de relleno como que y siempre mostraban la persona afeminada me explico, como que pa que se burlaran de ellos"*.

Gráfica 15



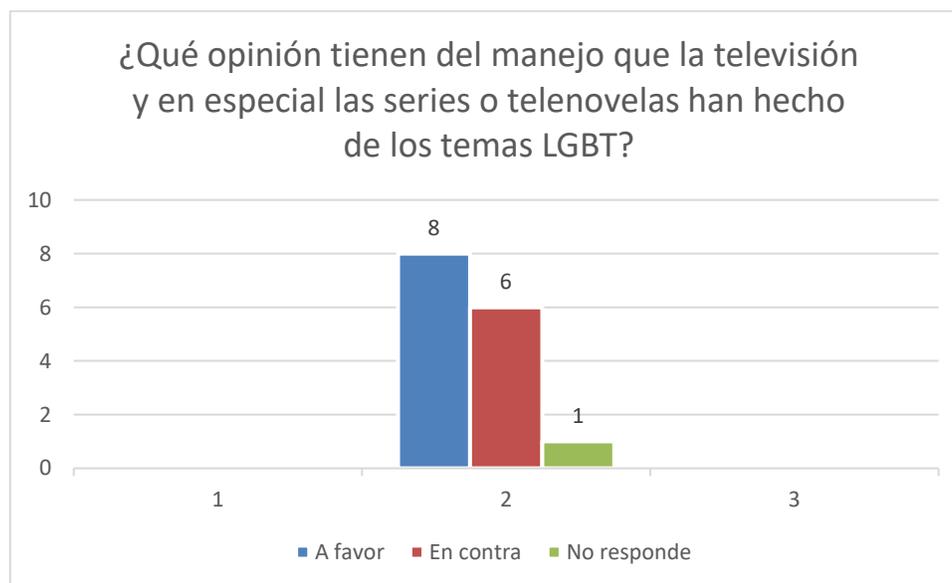
Fuente: Archivo personal

Al indagar sobre las representaciones más recordadas, la muestra presentó un alto nivel de recordación con el lenguaje visual de estos personajes, en muchas ocasiones tomando como único aspecto relevante su vestuario o expresión corporal, *“Por encima solamente un personaje de relleno como que y siempre mostraban la persona afeminada me explico, como que pa que se burlaran de ellos”, “El ser gay no es andar comportarnos como mujeres o ser femenino. Ni tampoco ser una mala persona.”, “En la televisión generalmente era el gordito”,* estos aspectos visuales según los entrevistados siempre ligados a feminizar a los personajes gay, más específicamente a los hombres homosexuales, un estereotipo bastante recurrente en décadas anteriores, limitando aspectos como su profesión o personalidad basados únicamente en su orientación sexual y en varias ocasiones creando confusión entre esta y su identidad de género, *“Ven un personaje de estos LGBT y es como ya referente a que se quieren cambiar de sexo”,*

“Que siempre se ha marcado como ese estereotipo de que el ser gay se dedica a determinadas cosas, se expresa de determinadas maneras y pues van forjando como un imaginario”. Llama la atención como en el aspecto argumentativo las respuestas de la muestra se ubican en tópicos de décadas anteriores ajenos a la televisión nacional, claro ejemplo de esto se presenta en la trama del VIH, la cual nunca ha sido tratada en personajes LGBT en los medios nacionales, aun así fue una respuesta bastante recurrente al preguntar sobre las representaciones más recordadas, *“Cuando yo veía una película o serie o cualquier otra cosas casi siempre era como, eran pareja primero no podían ser novios, perdón primero eran amigos, no podían ser novios porque la sociedad los condenaba, y luego ya por fin eran novios entonces el uno moría de VIH y bueno era como todo muy trágico y muy loco”*, *“Siempre es como el mismo tema relacionada a las personas LGBT con VIH, enfermedades de transmisión sexual, promiscuidad, un sin número de cosas”*, *“Enfermedad y una persona promiscua, y finalmente pues la moda no”*, esto demuestra un fuerte bache entre las representaciones nacionales y su relevancia, cuya causa se podría ligar con el estereotipo cómico tan recurrente por muchos años y la limitación de sus papeles únicamente secundarios, donde casos como el de Laisa en que a pesar de mantener la esencia cómica nos encontramos con un personaje protagonista, cuyo tiempo en pantalla y la relevancia de sus tramas la convirtieron en un icono LGBT nacional. Otras respuestas frente a este aspecto evidencian la hegemonía del hombre homosexual en los medios, *“De hombre me acuerdo mucho”*, *“amanerado o la trans que se prostituye”*, y otras perspectivas no mencionadas anteriormente, *“Pues he visto en algunas series donde hay personas que uno no se da cuenta hasta que ellos lo revelan”*, sin alejarse del recurrente sentido de inconformismo e insuficiencia frente a las representaciones nacionales, *“Ellos lo están haciendo de una forma muy amarillista, o sea lo hacen en pro pero lo están haciendo de una forma muy amarillista ya que siempre*

tratando como de discriminar”, “No se muestra como tal la realidad o esa esencia de ser LGBT porque lo distorsionan de diversas formas, como lo estaba comentando Iván mi pareja, muchas veces hay la segregación y también, el amarillismo, el rechazo por ciertas actitudes y circunstancias que se presentan allí”.

Gráfica 16



Fuente: Archivo personal

La insuficiencia de las representaciones fue una de las quejas más recurrentes dadas por la muestra al hablar de las diversas realidades de las parejas y las personas homosexuales, en algunas ocasiones apoyando las ya existentes (Gráfica 16), *“Digamos lo que me mostraste en el capítulo es algo totalmente normal una persona de oficina mostrada muy elegante muy bien puesta”, “Obviamente digamos en Betty La Fea el que es gay en la oficina, pues hay mucha gente así, cosas de la vida real”,* y en otras proponiendo algunas completamente ausentes, *“No pienso en este momento un gay negro, no pienso en un gay indígena que me haya mostrado la*

televisión”, “Me parece que es importante que nos empiecen a retratar en otros ambientes, con profesiones distintas, abogados, médicos, no sé, eso es importante”. Al hablar de los tópicos o conflictos que envuelven estas representaciones se observan dos fuertes tendencias en las respuestas (Gráfica 17), la primera donde consideran incorrecto establecer ciertas problemáticas de manera exclusiva a la comunidad LGBT, pues afirman que estas se dan en todo tipo de personas independientemente de su orientación sexual, “No creo que las problemáticas LGBT sean más allá de lo social, sean diferentes a otro tipo de relaciones, así que tal vez sucede igual, pasa igual, las relaciones de pareja son iguales, pues iguales y muy distintas pero siempre las situaciones pueden ser cualquiera, entonces no hay porque tal vez encasillar, digo que es tal vez la palabra”, “A mí me representa el amor en pareja el de un ser humano, ya sea hombre o mujer o una pareja heterosexual u homosexual, el amor es universal, entonces los problemas, las diferencias que hay siempre van a estar ahí, en diferentes formas, dependiendo el tipo de persona que seas”, “En cuanto al tema de la promiscuidad bueno, es que promiscuidad ahorita mismo hay en todos lados, entonces es como, que no es propio solamente de las parejas homosexuales sino también heterosexuales”; la segunda argumenta una identidad única de la comunidad que como tal se debe ver reflejada en sus representaciones, “Porque con nosotros, o sea la comunidad LGBT también tiene su misma personalidad, diferentes cosas entonces cada persona actúa diferente, entonces no tiene nada que ver”, “No podríamos por ejemplo desconocer que los hombres homosexuales, o que muchos hombres homosexuales somos muy rumberos, o el consumo de drogas, el sexo casual, eso son realidades que vivimos y que no se representan”, “Me parece como que los hombres homosexuales en Colombia somos muchos más que eso, no todos somos así, no todos estamos preocupados por la moda, o estamos pendiente del chisme de fulanito o del videoblogger”, “Lo peor es que entre nosotros mismos la

comunidad LGBT nos demos tan duro y hasta nosotros mismos nos segregamos por ejemplo con la población trans, ahí es una clara realidad, que se le da muy duro a las chicas transgénero, sabiendo que ellas, son las que más han estado como, ellas y ellos son las que más han estado como protestando, diciendo aquí estamos, somos hijos de Dios, y obviamente las personas a medida que las van rechazando entonces ellas se vuelven personas violentas”, a pesar de la diferencia de estas dos tipologías de respuestas, el sentimiento de inconformidad e insuficiencia con las representaciones se ve latente en ambas, se añade a esta situación la poca recurrencia de personajes LGBT que se ven en televisión nacional, pues como se observaba al comienzo de la investigación, si bien Colombia ha contado con un buen número de ellas, la cifra llega a un máximo de una por año, limitando la posibilidad de ofrecer mayor diversidad de personajes, “Es una realidad que hay que incluir todo, o sea todo tipo de personajes porque somos reales, no somos fantasía o sea, no, debe de demostrar la cultura todo el mundo, culturalmente hablando o sea, que todos sepan que hay de todo tipo de expresiones, de todo tipo de personas, de todo tipo de gustos o de tendencias”, “Para expresar cual es la verdadera comunidad y cuál es el componente real de conglomerado de personas que componen esas letras que llamamos la comunidad LGBT y demás no, no son suficientes”.

Gráfica 17



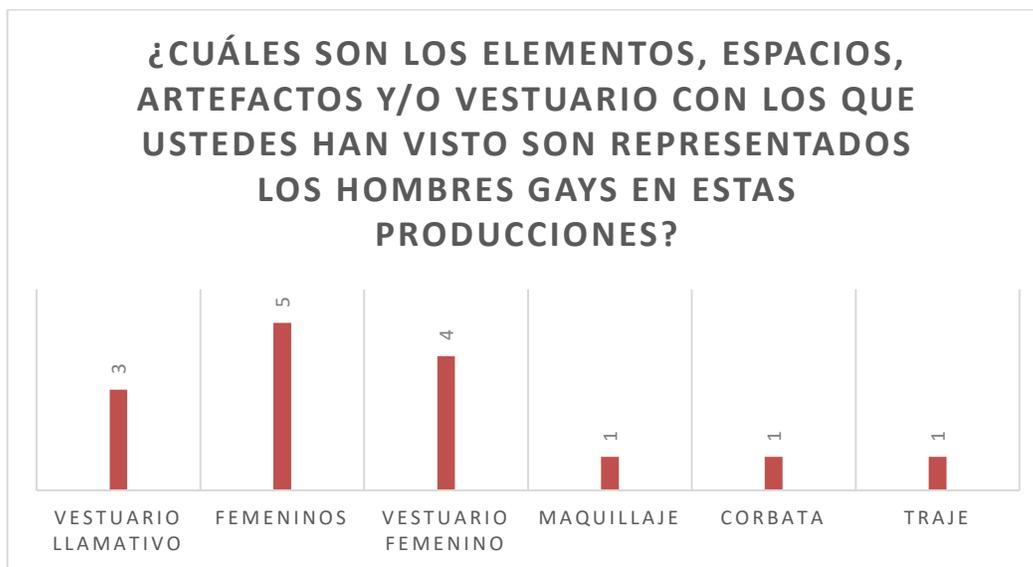
Fuente: Archivo personal

Junto a la casi nula identificación con los personajes de la novela *Hermanos y Hermanos*, la muestra tampoco presentó un alto nivel con otras producciones nacionales, la inconformidad en bastantes ocasiones se acompañó de propuestas basadas en la experiencia propia, demostrando cómo en ninguno de los casos vistos llegaron a conectar de manera personal, “*Yo vivo mi homosexualidad plena, feliz, pero pues yo la manejo de una manera muy discreta, si, no olvidando pues que obviamente todas las personas tienen su libertad de expresión, pero en mi caso yo la manejo de una manera muy discreta con Miguel Ángel, porque no nos gusta que nos mofen, no nos gusta que nos irrespeten, y entonces uno, no es que uno deba ganarse el respeto sino que uno debe darse un lugar ante la sociedad como personas de buenos principios, de buenas bases y especialmente de un amor puro de Cristo, entonces como que de ahí parte toda la situación*”, “*No solemos ir a rumbas, no salimos a ese tipo de cosas, no porque seamos amargados ni porque no nos guste, sino pues porque obviamente disfrutamos más de nuestro*

amor, en casa, haciendo las cosas del hogar, cocinando, lavando y divirtiéndonos aquí, karaoke con nuestros amigos del grupo afirmación”, “Somos una relación totalmente dedicada el uno al otro, y sin importarnos lo que digan algunos nos damos amor en la calle jajaja.”, así mismo muchas de estas respuestas ligadas a la propia experiencia de los individuos nos ofrecen un panorama de cómo en Colombia se ven a las parejas del mismo sexo, entregándonos las nuevas problemáticas que se deben abordar en los medios como respuesta a su misión de representar la realidad, *“En Colombia se ha visto mucha discriminación a personas de la comunidad LGBT”*. Finalmente en el aspecto netamente del relato visual, también se hace presente ese inconformismo con las representaciones en los medios, donde la tendencia conecta al hombre homosexual con la feminidad y para el pensamiento colectivo incluso con una búsqueda de cambio de género, *“Si quieren caer en el cliché entonces van a mostrar el despampanante, los colores, el tipo de vestuario muy llamativo por decirlo de cierta manera”, “Asemejándose a mujer, bufanda, caminan así, y muchos anillos”, “Como tipo de que se quieren cambiar de sexo o que tienen actitudes del sexo opuesto”*, este mensaje de cambio de género no fue mencionado exclusivamente por la muestra para la representación del hombre homosexual, también hizo referencia a la mujer lesbiana, *“Porque si es lesbiana también es como muy camionera, muy hombre, se viste así”*, a diferencia de la fase anterior, la muestra aquí ligó directamente el vestuario con la construcción del personaje (Gráfica 18), dando aspectos muy puntuales como prendas específicas o colores, *“Entonces es gay entonces es súper femenino se viste de rosado mejor dicho, es diva busca mostrarse busca como ser lo exótico como resaltarse”, “El sombrero así cowboy de color rosado, bueno de entrada otro cliché que el rosado para las niñas el azul para los niños, entonces era el color rosado, el vestirse delicado, las plumas, o sea no se dé*

donde lo sacaron pero era como que a veces uno veía personajes en videos y cosas y era como que una boa de pluma en el cuello, uno era como de dónde sacan eso”.

Gráfica 18



Fuente: Archivo personal

En este mismo aspecto del relato visual muchas personas de la muestra propusieron otras realidades de la comunidad LGBT que no se han visto representadas en los medios nacionales, éstas enfocadas a ese aspecto de la construcción visual, “Rara vez que veas un personaje LGBT en la televisión vestido normalmente”, “O sea la mayoría de la gente gay no anda con tacones, no anda con maquillaje”, “En la comunidad homosexual por ejemplo hay personas que son muy gordas, que no se cuidan, no van al gimnasio, entonces como decía Miguel Ángel eso son de gustos”, siempre con gran relevancia a la ausencia de esas otras realidades que no se representan, “Pues con ropas normales, en realidad no he visto como tal”, “Hoy en día no se hay punkeros que pueden ser gay, hay emos, hay personas que son un desastre y cada quien lleva la moda a su gusto”, “De pronto usted pueda ver que hay un hombre que es muy rudo, habla muy fuerte, muy

grueso y puede ser más mujer que una propia mujer". En algunos casos esas respuestas trascendieron el aspecto de la representación, para dejar ver algo de esa interacción de la comunicación visual con el mundo real, *"Porque muchas veces dicen hay es que esa marica se viste hasta mejor que una mujer"*, *"Somos tan tercermundista que si tu vez a un hombre caminando de tal manera, o hablando de tal manera tú dices es gay"*, *"En esto no tengo queja, los hombres gays solemos tener buen gusto para la ropa, y eso se puede apreciar en este tipo de producciones."*

Definitivamente el sentimiento más común de los hombres y las parejas homosexuales frente a sus representaciones en las producciones nacionales, es de inconformismo e insuficiencia, teniendo como únicos referentes a unos pocos personajes ubicados en otros tiempos y con construcciones mucho más antiguas, *"Si no es la corbata, y el traje, y el man súper culto y elegante, es la camisa de flores con el pantalón corto y creo que hasta ahí llega"*, *"La mayoría de personajes que he visto de la comunidad tiendes a ser muy afeminados, muy, perdón la expresión pero muy, mucha pluma"*, se observa un completo desconocimiento de las propuestas más recientes, que acompañado de un casi nulo atractivo por parte de estas, crea una crítica desactualizada y una inexistente retroalimentación, limitando el análisis de estas representaciones y su acercamiento a las diversas realidades de esta comunidad.

4. LGTV

Los resultados que arrojaron las diversas fases evidenciaron fuertes deficiencias en el tema de las representaciones LGBT en los medios colombianos, primero una recordación de personajes obsoleta, basada casi exclusivamente en la popularidad de la serie y no en los personajes como tal; segundo, una total despreocupación y desinformación por parte de la misma

comunidad frente a las representaciones más recientes que se han hecho en Colombia, y finalmente, una construcción visual de estos personajes basada en un único estereotipo anticuado, identificando estas problemáticas se realizó por medio del diseño gráfico un aporte enfocado a estos puntos concretamente. Así nació LGTV (Ilustración 2), un proyecto de redes sociales por el cual se busca a través de las distintas disciplinas del diseño gráfico, abordar las problemáticas y retos de las representaciones de la comunidad LGBT en los diversos medios audiovisuales como el cine y la televisión, con una fuerte atención a los medios colombianos, con esta propuesta se espera que tanto miembros de la comunidad como personas ajenas a ella se interesen y vean desde una perspectiva mucho más crítica las representaciones diversas en los medios nacionales. Los productos LGTV se enfocan en tres aristas de la problemática, primero en la comunidad LGBT, en los resultados de la investigación se evidencio un alarmante desconocimiento de la misma frente a las representaciones nacionales; segundo en los productos audiovisuales, pues estos han presentado un avance a la hora de representar diversas realidades, aun así es importante exaltar estos avances y seguir enfatizando en los retos o errores existentes en estas producciones; finalmente las personas no LGBT, buscando que conozcan la importancia y los retos de las representaciones diversas en los medios y a su vez se continúe con el trabajo de naturalizar a la comunidad. Los distintos productos ofrecen una complementariedad mutua, cada uno aportando nueva información desde las fortalezas de la disciplina del diseño en que se han realizado, siempre sin perder el tópico principal de la investigación.

Ilustración 2

Fuente: Archivo personal

Fotografía 6

Fuente: Archivo personal

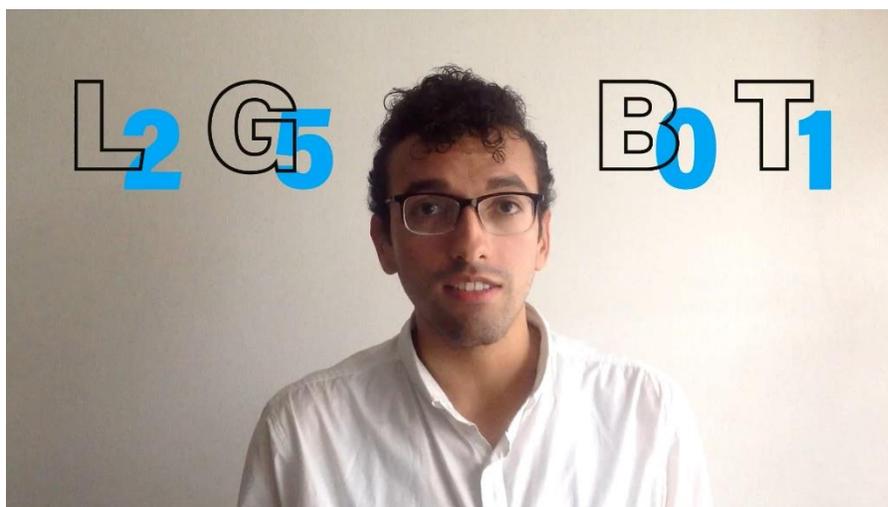
El primer producto es un video de poco más de 5 minutos, cuya misión es resumir de forma sencilla y clara la investigación, primero entregando un pequeño contexto internacional de los contenidos LGBT y su reciente importancia como nicho de mercado, posteriormente se delimita la problemática al contexto colombiano, entregando las estadísticas de las representaciones LGBT entre los años 1988 y 2019 (Fotografía 6) a la par que se mencionan algunos de sus problemas, para finalmente centrar toda la atención en los personajes de hombres homosexuales, resaltando los dos estereotipos dominantes, sus construcciones visuales, argumentativas y las ausencias o realidades que omiten, para concluir el video se enfatiza la importancia de ver, analizar y criticar los productos audiovisuales nacionales, también a través de un código QR se conecta con el siguiente producto que es la cartilla. En el video se utiliza un lenguaje sencillo con un tono de voz neutro y calmado, la mayor parte el locutor se encuentra en el mismo plano excepto en algunas ocasiones para agregar dinamismo dependiendo el tema que se está tratando, así mismo cuenta con una música instrumental de fondo y algunas veces efectos de sonido que refuercen el mensaje y aligeren el tono del video, gráficamente se utilizaron dos elementos, primero los emojis (Fotografía 7) pues dada su universalidad y contundencia a la hora de transmitir mensajes refuerzan la información que se transmite y aportan dinamismo al producto, el segundo elemento fueron los directamente asociados a los resultados de la investigación, como estadísticas (Fotografía 8), números, características, etc., para estos se utilizó la línea gráfica de LGTV, compuesta por la tipografía Acumin Variable Concept en sus distintas variables, los colores negro, blanco y azul en distintas tonalidades, formas minimalistas e iconográficas, y el juego entre rellenos y contornos (Fotografía 9), como es de esperarse esta línea gráfica se utiliza en todos los productos de la marca LGTV. El video se cargó a la

plataforma de YouTube por su fácil distribución y alto flujo de visitantes bajo el nombre Historia de los Hombres Homosexuales en la Televisión Colombiana || LGTV, el objetivo principal de este producto es entregar tanto a personas LGBT como a no miembros de la comunidad un pequeño resumen del contexto de las representaciones diversas en Colombia.

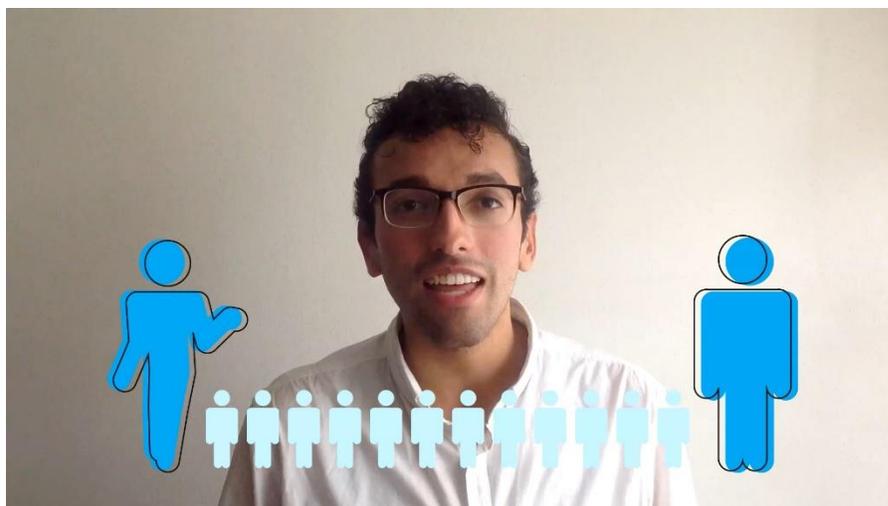
Fotografía 7



Fuente: Archivo personal

Fotografía 8

Fuente: Archivo personal

Fotografía 9

Fuente: Archivo personal

El segundo producto es una cartilla de bolsillo, se eligió este formato por su comodidad y fácil transporte, ofreciendo un tamaño favorable en su versión digital o impresa, consta de 8 páginas incluyendo portada y contraportada donde cada doble página posee información sobre un

mismo tema, el documento guarda la línea gráfica de la marca, añadiendo la paleta de la bandera LGBT en la portada y contraportada, el elemento de diseño que predomina en este producto es la tipografía, donde a través de variaciones de tamaño y estilo se jerarquiza la información y añade dinamismo, a pesar de no contar con ilustraciones o imágenes, también se recurre al uso de iconos, relleno, contorno y la paleta de negro, blanco y azul en distintas tonalidades, pertenecientes a la línea gráfica de la marca y recurrentes en todos los productos de la misma. En la primera parte de la cartilla (Ilustración 3) se omite el contexto internacional y se entregan las estadísticas de las representaciones LGBT en la televisión colombiana entre los años 1988 y 2019 divididas en cada uno de los sectores principales de la comunidad, junto a esto se da una lista por años de cada una de las producciones nacionales que en ese mismo rango de tiempo, añadiendo el año 2020, incorporaron algún referente a la comunidad LGBT ya fuese un personaje, pareja o escena; en las siguientes dos páginas se aborda directamente el tema de las representaciones de hombres homosexuales (Ilustración 4), donde se analizan los dos estereotipos dominantes, el de hombre homosexual muy femenino y muy masculino, resaltando sus elementos visuales, sus características argumentales recurrentes y las problemáticas a las que se enfrentan la mayor parte de las veces.

Ilustración 3



Fuente: Archivo personal

Ilustración 4



Fuente: Archivo personal

En la última doble página (Ilustración 5) se muestran 3 recomendaciones nacionales del tema que se ha tratado en la cartilla, en este caso sobre hombres y parejas homosexuales, recopilando el nombre de las producciones, su año de emisión y una pequeña sinopsis de las mismas, en esta primera edición se recomendaron dos series y una película, entre ellas la novela

Hermanos y Hermanas sobre la cual se realizó esta investigación; en el siguiente apartado se conecta con el producto anterior, el video, donde a través de un código QR las personas podrán dirigirse a este y complementar la información. La cartilla se construyó bajo la primicia de cambiar su información y llegar a sacar más ediciones donde se aborden otros enfoques y perspectivas del tema de las representaciones LGBT en la televisión colombiana.

Ilustración 5

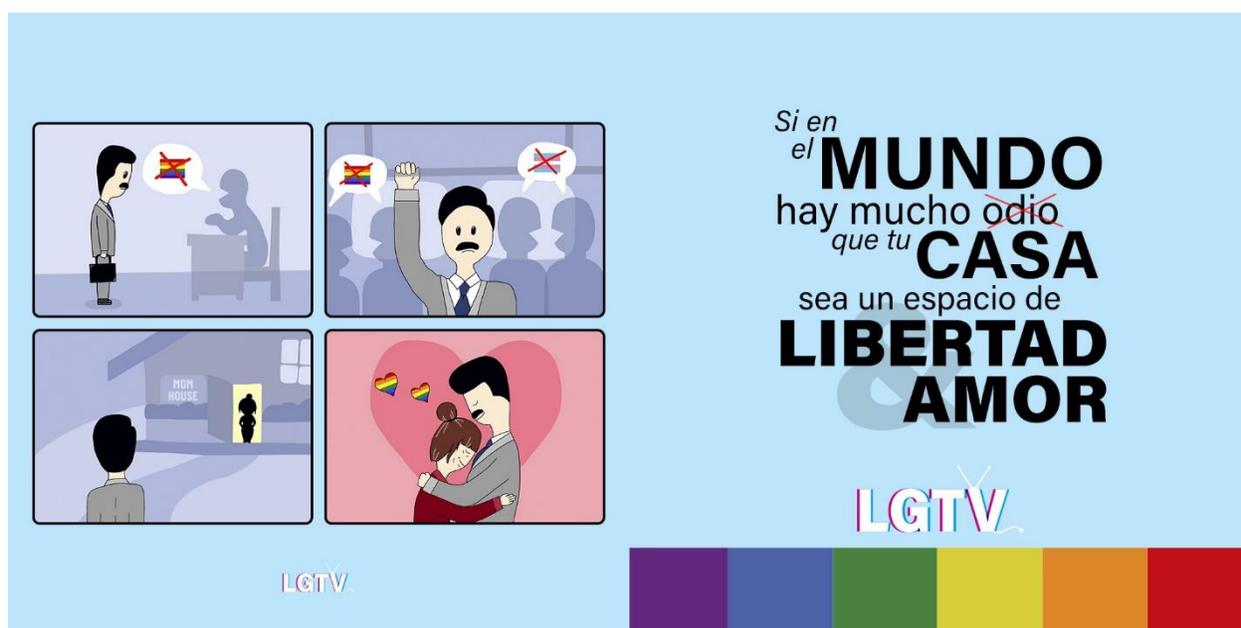


Fuente: Archivo personal

El último producto es una serie de 3 mini comics que buscan continuar con el proceso de naturalización de las personas LGBT, en ellos se abordan algunas de las problemáticas de esta comunidad, en este caso de los hombres y parejas homosexuales, así mismo a través de estas historias se busca resaltar los aciertos y avances de las producciones nacionales pero también criticar sus errores, por lo que los protagonistas de estos comics son esos mismos personajes, en este caso los de la novela Hermanos y Hermanas, el estilo de ilustración usado es 2d, plano, sin sombras ni luces, con contornos en negro, donde el fondo y los objetos en segundo plano se manejan en una misma escala de azules y grises para darle mayor relevancia a los elementos

argumentalmente principales. La historia se maneja en cuatro viñetas y sin diálogos de texto, donde únicamente los elementos visuales como los personajes, los fondos, el color y demás se encargan de contar la historia, cada cómic se acompaña de una frase alusiva a la historia y cuyo fin es sensibilizar frente a la problemática que la historia presenta, estas frases manejan un juego tipográfico similar a la cartilla, donde las variaciones de tamaño y estilo jerarquizan y resaltan los aspectos o en esta caso las palabras más importantes o claves, se maneja la misma línea gráfica de los demás productos, añadiendo el color rojo para algunos elementos clave de las frases.

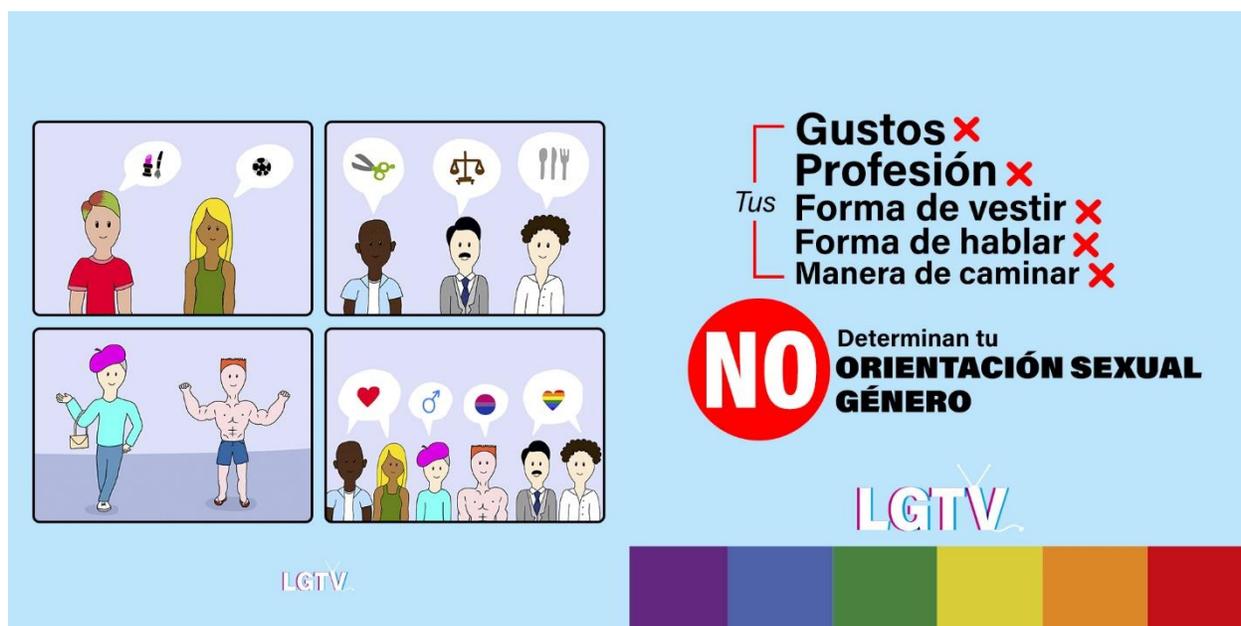
Ilustración 6



Fuente: Archivo personal

El primer cómic (Ilustración 6) tiene como protagonista a Camilo de la serie Hermanos y Hermanas, en este se retrata uno de los conflictos que el personaje vive en la serie y es la discriminación laboral, donde a través de su viaje de regreso del trabajo a su casa experimenta dos situaciones de discriminación, la primera en el trabajo y la segunda en el bus, para al igual que en la novela, encontrar amor y aceptación por parte de su madre, la frase que acompaña este comic es *“Si en el mundo hay mucho odio, que tu casa sea un espacio de libertad y amor”*, en este cómic las figuras de quienes están en contra de la comunidad LGBT no poseen ningún tipo de detalle y se encuentran con algo de transparencia, se utilizaron dos símbolos, primero la bandera LGBT como señal de homofobia y segundo la bandera trans para también hacer énfasis en la transfobia, la mujer que aparece en las dos últimas viñetas es Nora la madre de Camilo y también protagonista de la novela. En este cómic el fondo y el color juegan un papel fundamental a la hora de contar la historia, en las dos primeras viñetas en las cuales el protagonista se siente incómodo y triste por los actos y comentarios de discriminación, el fondo se mantiene en la misma estructura de tonalidades frías, entre azules y grises, sin mucho detalle, en la tercera el punto focal pasa a la luz de la casa que rodea a la madre de camilo, para en la ultima escena colocar a ambos personajes en primer plano abrazándose y teniendo como fondo un corazón en rosado, demostrando el amor y el apoyo que Camilo encuentra en su madre, este comic busca evidenciar problemáticas como la homofobia, la transfobia y la discriminación familiar, en esta última haciendo énfasis en la importancia de un hogar o familia con espacios de libertad y aceptación.

Ilustración 7

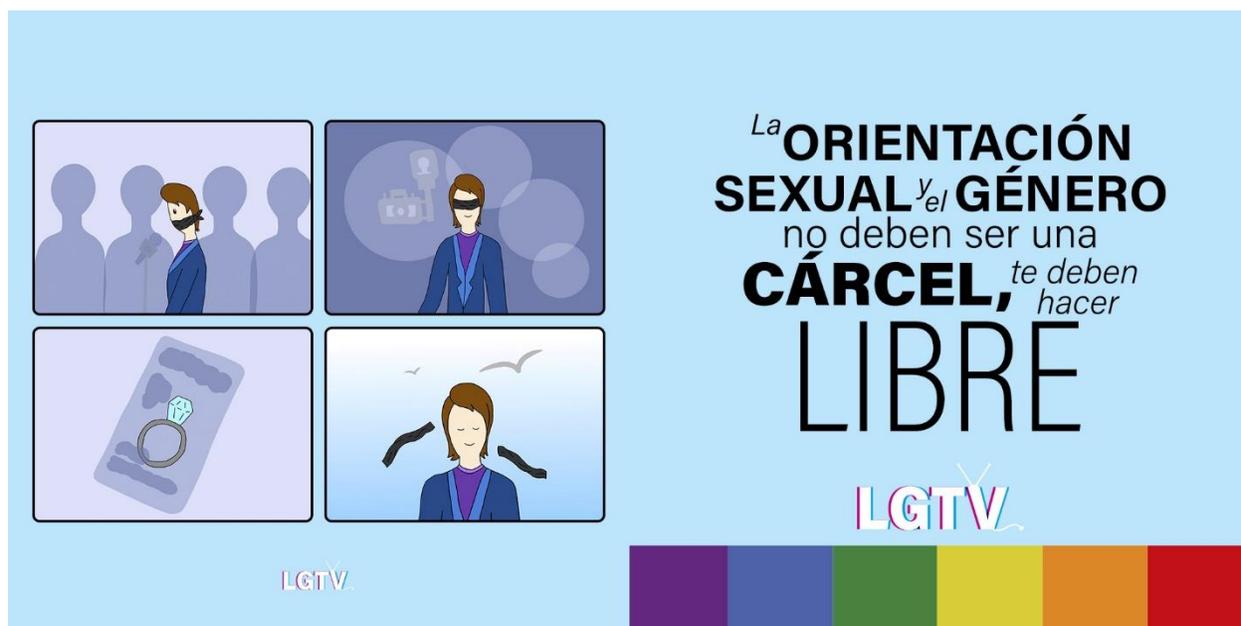


Fuente: Archivo personal

El segundo cómic (Ilustración 7) se centra en la problemática de los estereotipos y la errónea asociación de los gustos, las profesiones, los gestos y el lenguaje corporal a la orientación sexual y la identidad de género, para esto a lo largo de las primeras tres viñetas se muestran a varias personas con distintos tonos de piel, cabello, vestimenta, altura, etc., mostrando sus gustos y profesiones, más específicamente en la primera un hombre pensando en un labial y una brocha de maquillaje, y una mujer pensando en un balón de fútbol, ambos demostrando su gusto por dos acciones por mucho tiempo asociadas al género opuesto; en la segunda se ve a tres hombres, entre ellos dos personajes de la novela *Hermanos y Hermanas* Camilo y Martín, cada uno de ellos pensando en su profesión, en este caso estilista, abogado y chef; en la tercera viñeta se muestra a dos hombres de cuerpo entero, uno de ellos con un lenguaje corporal y accesorios comúnmente asociados al género femenino mientras que el otro

con un cuerpo musculoso y trabajado, asociado a la masculinidad y al concepto de macho; finalmente en la última viñeta se reúnen 6 de los 7 personajes mostrados anteriormente para desligar completamente su orientación sexual o identidad de género de características como sus gustos, profesión, vestimenta, etc., en este comic resalta la utilización de la bandera bisexual, siendo la orientación sexual más invisibilizada en los medios colombianos. La frase que acompaña este comic es *“Tus gustos, profesión, forma de vestir, forma de hablar o manera de caminar no determinan tu orientación sexual o género”*, en esta oración las palabras asociadas a los gustos se distribuyeron como una lista, acompañadas cada una de una equis roja reforzando el mensaje negativo o erróneo de asociar estos aspectos con la orientación sexual y el género, la palabra NO se enmarcó en un círculo rojo y se rellenó de blanco, esto para resaltar el mensaje y centrarlo como punto de alerta y atención.

Ilustración 8



Fuente: Archivo personal

El tercer y último mini cómic (Ilustración 8) retoma la serie Hermanos y Hermanas, tenemos como protagonista a Sandro y relata la problemática más importante que el personaje tiene en la novela y es el ocultar su orientación sexual por motivos y presión laboral, en la primera viñeta el protagonista se encuentra hablando a un micrófono rodeado de personas pero este tiene la boca tapada, en la segunda se observa cómo es fotografiado pero esta vez sus ojos son los que están vendados, en la tercera se muestra una revista con un anillo, recordando el punto clímax de su conflicto con Camilo y es cuando este le propone matrimonio a su novia solo para ocultar su orientación sexual, en la última viñeta se muestra al personaje con una expresión tranquila y con las vendas que le ataban la boca y los ojos desatadas cayendo en símbolo de libertad, este concepto de ser libre se refuerza con las siluetas de dos aves volando a lo lejos, el fondo de esta escena es un degradado de celeste a blanco que apoya el mensaje de libertad y calma que siente el personaje al ya no sentirse atado por su orientación sexual. La frase de este cómic es *“La orientación sexual y el género no deben ser una cárcel, te deben hacer libre.”*, con esta frase e historia se busca crear conciencia de la presión y estigma que vive la comunidad LGBT en muchos ámbitos, muchas veces sintiéndose atados o cohibidos por su orientación sexual, identidad o expresión de género.

Por medio de la creación de la marca LGTV y sus aportes de diseño se busca que más personas tanto dentro como fuera de la comunidad LGBT conozcan la historia de las representaciones diversas en las producciones colombianas y a su vez que se interesen por el tema, pues la única manera de dejar los estereotipos atrás es ver, analizar y criticar lo que se ha hecho, para así exigir otros personajes, otras problemáticas y otras realidades.

Conclusiones

A lo largo de los años la comunidad LGBT ha tenido visibilidad en los medios nacionales, muchos de estos personajes han logrado posicionarse como fuertes referentes en la memoria colectiva, aun así, las más recientes han carecido de impacto y recordación, entregando una nueva perspectiva alejada de la construcción usual de personaje gay, donde temas como el romance, convivencia de pareja, discriminación y situaciones familiares han desplazado a la comedia y los estereotipos. Una de las más recientes se encuentra en la telenovela *Hermanos y Hermanas* a cargo de Camilo, uno de los protagonistas, en la que la misma situación del país llevó a la serie a mostrar una nueva realidad de pareja homosexual, donde la construcción visual de los personajes ya no responde a su orientación sexual sino a otras aristas como por ejemplo su profesión, la respuesta de la muestra fue favorable frente a esta representación, sin mostrarse alarmados y alejándose de la idea trágica, aunque aún sin llegar a una completa igualdad con las parejas heterosexuales, en contraposición la población de hombres y parejas homosexuales se vieron gratamente sorprendidos con la novela, sin llegar a sentirse identificados, con la recurrente exigencia de más diversidad en las representaciones de la comunidad LGBT.

Al seleccionarse el contenido homosexual de la novela, en este caso por tiempo en pantalla, se evidenció un gran avance en los medios nacionales, pues la historia de Camilo no se abordó como una trama secundaria o extra sino como una principal, así mismo la variedad de personajes llevó a que los diversos conflictos se entrelazaran, permitiéndonos en todos los capítulos explorar las historias de todos los protagonistas, entre ellos Camilo. Este gran paso de sacar a los personajes homosexuales de la comedia o de los roles secundarios y explorando otras facetas y perspectivas, abrió los ojos al siguiente avance, un producto audiovisual únicamente

centrado en la temática LGBT, algo en lo que muchos otros países le llevan la delantera a Colombia.

Las representaciones de hombre homosexual que se manejan en la serie Hermanos y Hermanas se alejan de las tradicionalmente conocidas, iniciando por el hecho que aquí sus tramas son protagónicas, por lo que poseen gran tiempo en pantalla, así mismo la construcción de los personajes se sale de los estereotipos planteados en el pasado, desligando la orientación sexual de aspectos como la personalidad, la profesión, los gustos y limitándola exclusivamente al ámbito amoroso, esto se ve fuertemente ejemplificado en el lenguaje visual, donde rompen con las ideas de que un hombre homosexual se debe ver, vestir, hablar y actuar de cierta manera solo por el hecho de ser gay, y el estereotipo de las profesiones que se cree son para esta población. La principal labor de los medios es ahora ampliar ese espectro de representaciones LGBT, sin caer en la invisibilización o desaparición de las que ya existen, por el contrario, incorporar nuevas perspectivas con las que cada vez más hombres y mujeres de esta comunidad se puedan sentir identificados.

La respuesta de las dos muestras frente a la representación mostrada fue bastante favorable, en la primera las personas asociaron los elementos visuales a aspectos como los gustos, la profesión, los pasatiempos y no a sus orientaciones sexuales o vidas amorosas, al momento de centrarse en esta característica buscaron extraer información más del lenguaje corporal que de la vestimenta o el look, sin alarmarse con las respuestas o incluso con las expresiones de afecto, demostrando una clara aceptación. Por parte de las parejas y los hombres gay fue recurrente la sorpresa y apoyo a la representación de la serie, aunque sin llegar a sentirse identificados, justificándose en nunca haber visto algo así en la televisión nacional y teniendo

como únicos referentes a los más conocidos y estereotipados, siempre invitando a mostrar mayor variedad en estos personajes e historias, esto evidencia el poco interés que estas producciones y representaciones locales despiertan en la comunidad LGBT frente a las extranjeras, un sector al que los medios colombianos deberían prestar mayor atención.

Desde el diseño la investigación arrojó diversos campos de acción, primero los productos audiovisuales en sí, donde la mayoría de veces sus avances o nuevas propuestas se ven opacadas por su poca recepción y recordación, cohibiéndolos de una retroalimentación crítica, segundo la comunidad LGBT, en la que se dan dinámicas de discriminación y rechazo internas, además de una notoria falta de preocupación por las representaciones nacionales, finalmente y en menor medida los no miembros de la comunidad, donde continúa el trabajo de naturalización y la disminución del impacto de los estereotipos recurrentes. El diseño ofreció una amplia versatilidad abordándose desde varios enfoques, primero como la base estructural y académica desde la cual se analizaron los diversos elementos de la serie, segundo como el objeto de análisis de las muestras de la investigación, finalmente como la herramienta capaz de minimizar el impacto de las problemáticas identificadas, donde por medio de 3 productos visuales distintos, bajo una misma marca y basados en sus fortalezas, se transmite el mismo mensaje de naturalización en los tres campos de acción, haciendo uso simultáneo de varios elementos del diseño como la tipografía, la ilustración, el color, el diseño editorial, etc., demostrando no solo la pertinencia de la investigación, sino también el fuerte impacto del diseño a la hora de abordar problemáticas de carácter social.

La importancia del mensaje visual recae al ser esa información silenciosa que se transmite al usuario y que contribuye de manera sustancial a la creación de esos estereotipos que

solo limitan las múltiples realidades, esta perspectiva desde el diseño permitió identificar ese mensaje, de por si innovador al alejarse de los clichés e incorporar la realidad nacional, para seguir construyendo sobre los aciertos que la novela tuvo, evitar sus errores y enfrentarse a los nuevos retos que las representaciones diversas requieren, en pro de ofrecer una mirada mucho más amplia de las múltiples realidades de nuestro país. Así mismo arrojó una nueva perspectiva dentro de la misma comunidad LGBT para el diseño, donde a través de la visualidad se puede reducir la discriminación tanto de afuera como en el interior mismo, siempre buscando una mayor igualdad y equidad sin importar la identidad de género u orientación sexual.

Recomendaciones

La investigación y análisis de representaciones LGBT en los medios no es nada nuevo, aun así en Colombia es un tema inexistente, a pesar de la larga historia de personajes de esta comunidad que han estado presente en la televisión nacional y que quizás quedan relegados frente a los números de otros países, analizar estos contenidos del pasado es fundamental para avanzar en el camino de representar las múltiples realidades de esta comunidad y acabar con los estereotipos que por tanto tiempo le han hecho daño, no solamente de parejas homosexuales, de hombres solteros, mujeres lesbianas, personas transgénero, queer, etc., en esta o en las muchas otras novelas, series e incluso películas colombianas. Desde el diseño gráfico y como profesionales de la imagen debemos ser más críticos con los productos visuales, extraer ese mensaje que transmite el color, la textura, la vestimenta, la escenografía y demás elementos en carteles, series, videos, películas, novelas y descifrar el efecto que este tendrá en el público para saber si es correcto o por el contrario debe ser cambiado, también como profesionales de la imagen y lo visual debemos proponer soluciones desde nuestro campo de acción, que reduzcan esas problemáticas y aporten en la lucha de las minorías, siempre buscando que seamos un país más justo e igualitario.

Lista de referencias

- (2010). slice. In Stevenson, A., & Lindberg, C. (Eds.), *New Oxford American Dictionary*. : Oxford University Press,. Retrieved 9 Nov. 2018, from http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780195392883.001.0001/m_en_us1291385.
- Abril, G. (1995). *La televisión hiperrealista*.
- Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual* (No. Sirsi) i9788449319112).
- Adorno, T. W., & Revol, E. L. (1966). *Televisión y cultura de masas*. Eudecor.
- Álvarez, A., Del Rio, M., & Del Rio, P. (2004). *Pigmalión: Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Fundación infancia y aprendizaje.
- Autor (2017). 5 razones por las que “Los pecados de Inés de Hinojosa” rompió esquemas. Colombia. Señal Colombia. Recuperado de: <https://www.senalcolombia.tv/general/5-razones-por-las-que-los-pecados-de-ines-de-hinojosa-rompio-esquemas>
- Barroso, J. A. G. (2005). *Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación*. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (25), 137-146.
- Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen*. *Lo obvio y lo obtuso*, 29-47.
- Blázquez, G. (2015). *Cine, tecnologías del erotismo y homosexualidades masculinas en Argentina*. *Estudios*, 34, 273–287.
- Blázquez, G. (2017). *El amor de l@s rar@s*. *Cine y homosexualidades durante la década de 1980 en argentina*. *Fotocinema: Revista Científica de Cine y Fotografía*, 15(2172-0150), 111–137.
- Brenner, R. E. (2007). *Understanding manga and anime*. Greenwood Publishing Group.
- Calderón, M. A. (2018). *Recensión del libro: Subordinaciones invertidas, sobre el derecho a la identidad de género*. *Derecho y Ciencias Sociales*, (19), 133-137.
- Cañellas, A. M. (1979). *Psicología del color*. Maina, 35-37.
- Català, J. M., & Doménech, J. M. C. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual* (Vol. 42). Univ. Autònoma de Barcelona.
- Colás Bravo, M. P., & Villaciervos Moreno, P. (2007). *La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes*. *RIE. Revista Investigación Educativa*, 25 (1), 35-59.

- Costa, J. (2011). Los tres fundamentos del lenguaje gráfico. I+ Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño, 4(4), 19-30.
- De, B. C. de B. C., Da, A. da A., Silva¹, & Tilio², R. D. T. R. De. (2018). O SEGREDO DE BROKEBACK AIN E B OI NEON : BOI N ORMA GENERO. *Revista de Estudios de Género: La Ventana*, 6(1405–9436), 168–205.
- Debray, R. (1998). Vida y muerte de la imagen. Barcelona: Paidós.
- Del Canto, E., & Silva, A. S. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, (141). Alison, L. (1994). El lenguaje de la moda. Ed. Paidos Barcelona.
- egoCity (2018). Los personajes LGBT en la televisión Colombiana. (Lp): egoCity. Recuperado de: <https://egocitymgz.com/los-personajes-lgbt-en-la-television-colombiana/>
- Entretengo. (2018). ‘Hermanos y Hermanas’ del Canal RCN rompe nuevo récord en Colombia Recuperado de <https://www.entretengo.com/television/hermanos-hermanas-rating-final-86172>
- ESQUIVEL, C. C. S. (2015). *H: HOMBRE, HUMANO, HOMOSEXUAL: LA REVOLUCIÓN GAY 2.0*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD.
- Fanlo, L. G. (2016). El lenguaje de las series de televisión (Vol. 1). Eudeba.
- FERRÉS PRATS, J. (1996). Televisión subliminal. Socialización mediante.
- Fucsia.co (Fecha). 11 Logros de la comunidad LGBTI en Colombia. Colombia. FUCSIA. Recuperado de: <https://www.fucsia.co/actualidad/personajes/articulo/derechos-de-la-comunidad-lgbti-en-colombia-en-la-ultima-decada/63928>
- Fucsia.co (Fecha). 11 Logros de la comunidad LGBTI en Colombia. Colombia. FUCSIA. Recuperado de: <https://www.fucsia.co/actualidad/personajes/articulo/derechos-de-la-comunidad-lgbti-en-colombia-en-la-ultima-decada/63928>
- Galician, M.-L. (2004). Sex, Love & romance in the mass media : analysis & criticism of unrealistic portrayals & their influence. Londres, Reino Unido: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G.; Gross, L y N. Signorielli (1986) “Living with Television: The Dynamics of Cultivation Process”. In: Bryant, J y D. Zillmann. Ed., Perspectives on media effects. Reino Unido, Lawrence Erlbaum Associates.
- Giacomino, P. (2013). EL LENGUAJE VISUAL. INTRODUCCIÓN Y PROCESO CREATIVO. España: EL BLOG DE PATO GIACOMINO COMUNICACIÓN VISUAL

2.0. Recuperado de <http://patogiacomino.com/2013/06/07/el-lenguaje-visual-introduccion-y-proceso-creativo/>

Gómez, M, G (2018). Los hitos en la lucha por los derechos LGBT en Colombia. Colombia. La FM. Recuperado de: <https://www.lafm.com.co/colombia/los-hitos-en-la-lucha-por-los-derechos-lgbt-en-colombia>

Gómez, M, G (2018). Los hitos en la lucha por los derechos LGBT en Colombia. Colombia. La FM. Recuperado de: <https://www.lafm.com.co/colombia/los-hitos-en-la-lucha-por-los-derechos-lgbt-en-colombia>

González de Garay, B., & Alfeo, J. C. (2017). Formas de representación de la homosexualidad en el cine y la televisión españoles durante el franquismo. *L'Atalante*, 23, 63–78.

Heskett, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Gustavo Gili.

Hoffman, R. [Rafael Hoffmann]. (2014, Septiembre 3). ¿Qué es el Diseño Gráfico? (FADU - UBA) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RADcRqfxtvQ>

Hollingsworth, Julia. (2019). Taiwán legaliza el matrimonio homosexual, un fallo histórico que lo convierte en el primer lugar asiático en aprobar esta ley. Lugar de publicación: CNN Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2019/05/17/taiwan-legaliza-el-matrimonio-homosexual-un-fallo-historico-que-lo-convierte-en-el-primer-lugar-asiatico-en-aprobar-esta-ley/>.

Hoskins, A., & Hoskins, A. (2017). *Social Changes Promoted on Television*.

Huerta, R. (2020). Letras de cine: tipografía queer para formar a docentes en diversidad y cultura visual. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 20(1), e-2409. doi:<https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2409>

Huertas Bailén, A., & França Rocha, M. E. (2001). El espectador adolescente: Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. *Zer: revista de estudios de comunicación= komunikazio ikasketen aldizkaria*, 6(11), 331-350.

Ibiti, A. (2015). LA CRÍTICA QUEER EN LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA HOMOSEXUALIDAD. In *En tránsito: voces, acciones y reacciones* (pp. 61–79).

Jarque Soriano, V. (2018). Sobre la historia del arte que nos merecemos. *Estudios de Filosofía*, 58(0121-3628), 197–213. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.n58a09>

Kaur, Harmeet. (2017). Estos fueron los videos virales de YouTube de 2017. Lugar de publicación: CNN Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2017/12/28/estos-fueron-los-videos-virales-de-youtube-de-2017/>.

- Legido, R. M. S. del P. (2017). Homosexualidad latente en el cine del siglo XX. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 2(2530–2442), 99–118.
- LEÓN, M (2002). Representaciones sociales: actitudes, creencias, comunicación y creencia social. En: *Psicología Social*: Buenos Aires: Prentice Hall.
- Loriguillo Antonio. (2016). ¿De qué hablamos cuando hablamos de slice of life? España: La Inercia. Recuperado de: <https://www.lainercia.com/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-slice-of-life/>
- Luis, L. M. R. O. y L. K. N. (2018). Imaginarios del amor en gays , lesbianas y bisexuales de México y España . Una investigación cualitativa. *Margen: Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, 88(0327-7585), 20.
- Manso, V. D. (2015). HOMOSEXUALES DE LA FICCIÓN SERIADA ESPAÑOLA : DE ‘ CUÉNTAME ’ A ‘ SEXO EN CHUECA ’ THE NEW MASCULINITY IN GAY CHARACTERS OF SPANISH FICTION SERIES : *Area Abierta*, 15(1578–8393), 63–75.
- Martín-Barbero, J., & Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.
- McMahon, B., & Quin, R. (1997). *Historias y estereotipos* (Vol. 7). Ediciones de la Torre.
- Menéndez, M. I. M., & Hernández, F. A. Z. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy *. *Anagramas Rumbos Sentidos Comun*, 13, 55–72.
- Mira, A. (2014). Cinefilia gay y el cultivo del yo. *Razón y Palabra*, 18(1605–4806), 24. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5179773&orden=1&info=link>
- Mira, A. (2016). NUEVAS PERSPECTIVAS, NUEVAS CARTOGRAFÍAS: DE LOS GAY STUDIES A LA TEORÍA QUEER. *Secuencias. Revista de Historia Del Cine*, (2529–9913), 1–20. <https://doi.org/10.15713/ins.mmj.3>
- Montero, Yolanda., (2006) *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona, Gedisa.
- MOSCOVICI, S. (1961). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Napo Jefferson. (2018). La Nostálgica Juventud – La Melancolía de Suzumiya Haruhi País: Mi Otaku. Recuperado de: <https://miotaku.com/la-nostalgica-juventud-la-melancolia-suzumiya-haruhi/>
- Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (2013). **ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO EN EL DERECHO INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS**. (Lp): Naciones Unidas Derechos Humanos. Recuperado de

<http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/11/orientaci%C3%B3n-sexual-e-identidad-de-g%C3%A9nero2.pdf>

- Olabuénaga, J. I. R. (2012). Metodología de la investigación cualitativa (Vol. 15). Universidad de Deusto.
- Parra, L. (2015). Dame un beso como en las películas ¿Las historias románticas distorsionan nuestras relaciones amorosas? *Revista Mexicana de Comunicación*, 64–67.
- Polo Sabat Clara. (2016). Queer, intersexual, pansexual y otros conceptos de los que todo el mundo habla y que puede que aún no conozcas. España: La Vanguardia. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/muyfan/20161029/411424860827/miley-cyrus-lgbt-pansexual-orientaciones-sexuales-queer-gay.html>
- Pons, C. (2015). Comunicación no verbal. Editorial Kairós.
- Raiter, A., Sanchez, K., & Zullo, J. (2002). Representaciones sociales. Buenos Aires: Eudeba.
- Raverta Ariel Martín. (2003). La eficacia del cine como medio publicitario: Niveles de recordación inmediata de las publicidades emitidas antes de las películas en jóvenes de 18 a 30 años en cuatro salas de un complejo de cines de la ciudad de Santa Fe. (Tesis de pregrado). Universidad Abierta Interamericana, Argentina.
- Real Academia Española. (2001). Estereotipo. En Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=GqSjqfE>
- Real Zafra, L. (2017). La representación de la Homosexualidad en series de Televisión del Nuevo Milenio, 98. Retrieved from [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/63150/Trabajo de fin de grado - Laura Real Zafra - copia.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/63150/Trabajo_de_fin_de_grado_-_Laura_Real_Zafra_-_copia.pdf?sequence=1)
- Redaccionpr. (2014). La técnica publicitaria ‘slices of life’ recobra fuerza en anuncios audiovisuales España: prnoticias. Recuperado de: <https://prnoticias.com/marketingpr/599-investigacion-mkt-1/20127142-la-tecnica-publicitaria-slices-of-life-recobra-fuerza-en-anuncios-audiovisuales#inline-auto1611>
- Rocha, S. M. (2017). Estudios visuales y estilo televisivo: porque no existen medios puramente visuales. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (135), 297-316.
- Rodríguez, F. (2018). Fuertes críticas a RCN por el inesperado final de la telenovela ‘Hermanos y Hermanas’ Recuperado de <https://www.colombiamegusta.com/fuertes-criticas-rcn-inesperado-final-la-telenovela-hermanos-hermanas/>

- Rojas, V, A (2012). Comunidad LGBTI: dos décadas de lucha. Colombia. El Espectador. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/comunidad-lgbti-dos-decadas-de-lucha-articulo-352524>
- Rufí, J. P. P. (2015). Cine de temática gay y mercado audiovisual : una taquilla en el armario Gay-themed cinema and audiovisual market : a locker in the closet. *Razón y Palabra*, 90(1605–4806), 334–346. Retrieved from www.razonypalabra.org.mx
- Selva, L. C. (2016). Fotografía y series de televisión. Metodología para el análisis del estilo visual televisivo. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6(2), 135-150.
- slice of life. (2018). In: Diccionario Collins. [online] Available at: <https://www.collinsdictionary.com/es/> [Accessed 9 Nov. 2018].
- Título: Imágenes. Sitio: Definición ABC. Fecha: 26/03/2009. Autor: Florencia Ucha. URL: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/imagenes.php>
- TV Guia. (2018). Críticas a RCN por finalizar antes de tiempo Hermanos y Hermanas Recuperado de <https://www.tvguia.co/2018/01/criticas-a-rcn-por-finalizar-antes-de-tiempo-hermanos-y-hermanas/>
- Vázquez Rodríguez, L. G. (2016). Debatiedo la existencia de un mirada lésbica en La Vida de Adèle (2013). *Femeris*, 1(1), 133–146. Retrieved from <http://e-revistas.uc3m.es/index.php/FEMERIS/article/view/3232>
- Vidam, A. (2016). LGBTI en pantalla. *Ventana Indiscreta*, 24–30.
- Villacrés Carvajal, D. S. (2017). *¿Cómo se muestra a los grupos GLBTI en los medios tradicionales ecuatorianos?* *Journal of Personality and Social Psychology*. Universidad De Las Américas. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2010.02280.x>
- Vista Productions. (2014). Hermanos Y Hermanas Recuperado de <http://vista.com.co/producciones/hermanos-y-hermanas>