



Desde mediados del año pasado, las redes sociales no dejan de hablar de una pareja de telenovela: Aristemo, nombre oficial del noviazgo entre Aristóteles y Cuauhtémoc, personajes secundarios de la segunda temporada de *Mi marido tiene más familia* (2017). Es una telenovela mexicana que narra la vida de una pareja heterosexual: Julieta y Robert, quienes nunca han tenido que enfrentarse a las tradiciones de la convivencia. Sin embargo, cuando la pareja se muda a un nuevo departamento, conoce a los dueños del edificio, quienes resultan ser los padres biológicos de Robert, una familia tradicional que espera ver a la pareja viviendo en feliz matrimonio.

La variedad de personajes —como la tía liberal, la abuela conservadora, el tío permisivo, la madre comprensiva— hace casi imposible que quien vea la telenovela no se sienta identificado con alguno de ellos. Pero lo más interesante de esta serie es el alcance que llega a tener en redes sociales, con casi dos mil *tweets* por episodio dedicados a la pequeña historia entre los dos adolescentes, que son quienes conforman un poderoso *fandom*¹.

Foto:
Amar a muerte

A partir de las peticiones y la presión de los fans, se llevó a cabo el *spin-off* *Juntos el corazón nunca se equivoca* (2019), enfocado solo en la relación homosexual de los dos adolescentes. En marzo de este año se ha incluido una gira musical por todo México y otra gira en Brasil, sin dejar de contar los eventos promocionales que se han dado en Estados Unidos. En conclusión, la telenovela es un éxito y no cabe duda de que los seguidores, incluyéndome, estamos muy contentos con la visibilización de este tipo de contenidos, ya que cuando hablamos de una telenovela para televisión con personajes gays, nos referimos a un formato masivo por exce-

¹Expresión inglesa que procede de las palabras *Fan Kingdom*, su traducción al español sería "reino fan" y se refiere a la comunidad de aficionados a un grupo, artista, o actividad.

TELENOVELAS JUVENILES: visibilización ¿con orgullo?

En estos últimos años se han presentado en TELEVISIÓN abierta LATINOAMERICANA producciones dirigidas a un público joven que muestran el AMOR entre dos personas del MISMO SEXO. Estas telenovelas representan un gran AVANCE en la VISIBILIZACIÓN de historias LGBTIQ+ ¿O no? ¿Acaso hemos caído, nuevamente, en una sutil HOMOFOBIA NORMALIZADA?

MICHELLE MUÑOZ

Fuente: Univisión

lencia, a la “normalización” de las expresiones de amor. Por ejemplo, solo es necesario buscar *Aristemo* en redes para encontrar mensajes positivos, así como la difusión de otras producciones latinoamericanas que también alcanzan la misma temática. Esto podría llamarse *una buena visibilización, ¿no?*

Es necesario aclarar que, en la serie, *Aristóteles y Cuauhtémoc*, después de varios meses de noviazgo y de que ya viven juntos, aún hacen el gesto de un choque de puños para demostrar su afecto en lugar de un beso en los labios, como las otras parejas. La novela está dirigida a mayores de catorce años y cuenta con escenas de parejas heterosexuales, protagonistas y secundarias, manteniendo relaciones sexuales de forma explícita. Sin embargo, incluso en su *spin off*, su tiempo en pantalla sigue sin pasar los quince minutos, cuando el programa cuenta con cuarenta minutos de duración por episodio. Esto nos lleva a preguntarnos si realmente están normalizando el mundo LGBTIQ+ o, por el contrario, terminan estigmatizándolo.

El *fandom* “*Aristemo*”, conformado por los miles de seguidores de la historia, ya estaba bastante contento antes de que los personajes fuesen pareja. Sin embargo, luego de mostrar algunos indicios de las dinámicas de “una verdadera pareja”, como tomarse de las manos o declaraciones de cariño, en donde uno le dice “te quiero” al otro, se hacían presentes los comentarios de un público insatisfecho, que esperaba un poco más de esas escenas.

En México, nuevamente, se popularizó otro *shipp*². Se trata de #Juliantina: Juliana y Valentina, de *Amar a muerte* (2018), telenovela que gira en torno a la premisa de “¿qué pasaría si un alma al morir transmigra a otro cuerpo?”. Un contenido alto en melodrama y romance: una historia que sin ningún problema se podría ver en su horario de las diez de la noche en un

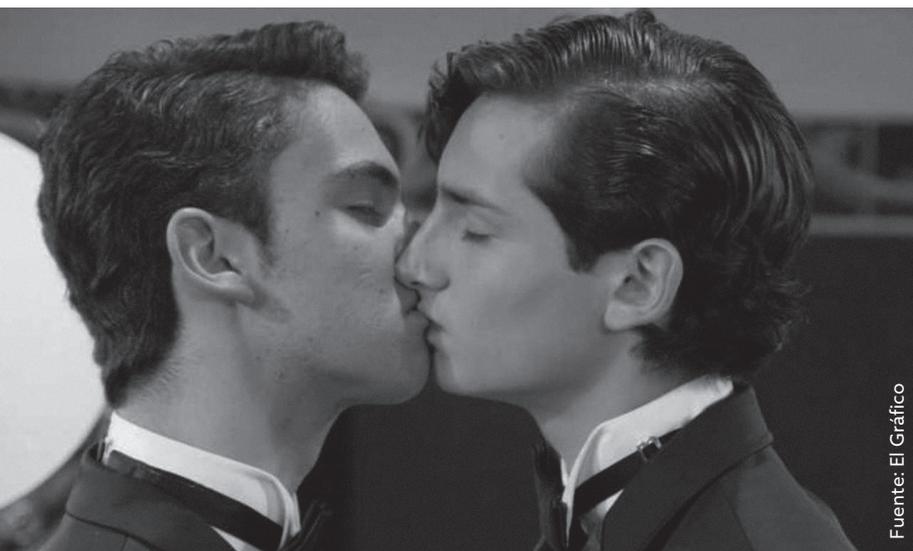
canal de señal abierta. A diferencia de la historia mesurada entre los dos chicos de *Mi marido tiene más familia*, en *Amar a muerte* ya hay un romance entre los personajes femeninos, con tres meses de emisión, además cuenta con tres escenas de besos y una de sexo. Esto último ha servido para justificar que la telenovela no tiene censuras basadas en la homofobia. ¿Pero ello significa realmente que no son homofóbicos, o es otra estrategia de *marketing* porque las relaciones lésbicas y ver a dos chicas besándose siempre va a vender más?

¿Cuándo se llega a saber si estamos consumiendo buen contenido LGBTIQ+ o hemos caído en otra treta de productores que se han dado cuenta de que, así sea algo mínimo el contenido homosexual, vamos a terminar viéndolo?

Sense8 (2015), *Orange is the new black* (2013), *Orphan black* (2013), *Skam* (2015), *Dear white people* (2017), y la reciente *Sex education* (2019) son excelentes ejemplos de una puesta en escena que busca visibilización LGBTIQ+, y no es porque Netflix se preocupe exactamente de las problemáticas en torno a la comunidad, sino porque se ha dado cuenta de que hay un público ansioso por consumir estas historias. Un público que sí nota la diferencia entre una producción audiovisual sin mucha investigación y preparación, y otra que sí cuenta con personas de la comunidad involucradas desde su creación y ese es el caso de *100 días para enamorarse* (2018).

En Argentina se estrenó *100 días para enamorarse*, una telecomedia romántica que narra cómo un matrimonio heterosexual de abogados, al celebrar su aniversario número 20, decide firmar un contrato de separación por cien días con cláusulas muy específicas para poner a prueba su amor. La novela, emitida por Telefé, trabajó desde el episodio 0 sus guiones y desarrollo de personajes con AFDA (Asociación Familias Diversas de Argentina). Cuenta con dos personajes LGBTIQ+ y decidió ir más allá de la L (lesbianas) y la G (gais). La novela narra la transi-

² Término que proviene de la palabra inglesa *relationship*, cuya traducción al español es *relación*. Las comunidades de fanáticos en internet suelen utilizarla para referirse a un romance o vínculo emocional entre sus personajes de ficción o análogos.



Fuente: El Gráfico

Foto:
Mi marido tiene más familia

ción de un chico trans y las dificultades que tiene como parte de una de las minorías más discriminadas en el colectivo.

Maite Lanata, la actriz, fue a la Casa LGBTI en Rosario para conocer y entrar más en su personaje, Juani, un chico trans. En setiembre fue una de las invitadas al Festival de Cine Latinoamericano de Rosario, junto con Dani Vega de *Una mujer fantástica* (2017), para participar del conversatorio “El cine y la TV como expresión de la diversidad”.

“Desde un principio, Juani (*100 días para enamorarse*) iba a ser un chico trans; no se iba a mostrar la transformación, el camino. Pero hablando con AFDA nos contaron cómo eran esos cambios y se decidió mostrar el proceso”, dijo Maite en una entrevista de radio este año. #Basta2019 [Bastatodo] (6 de setiembre de 2018).

Este es un caso en el que la televisión argentina (Telefé) prefirió lo que el público, a través de las redes sociales, le exigía, lo cual significó un gran avance en la visibilización LGBTIQ+, con una versión de los hechos que permitía la participación de la comunidad. Sin embargo, no significa que todas las producciones argentinas sean así. Con el estreno de *Simona* (2018), una telenovela musical que cuenta de la historia de una chica que trabaja como mucama y sueña con ser cantante, se narró dentro de sus líneas de la historia un romance homosexual entre dos adolescentes: Blas y Junior, lo que en redes se conoció como #Blasnior. Al igual que en el caso mexicano, la pareja de 23 años de edad chocaba los puños en lugar de darse un beso en los labios.

No estoy implicando que para que una serie, novela o película tenga verdadera visibilidad LGBTIQ+ deba ser realizada por gente de la comunidad, pero sí es necesario investigar para ampliar esa visión conservadora y estigmatizada para ayudar a comprender que los personajes LGBTIQ+ no se resumen a los mejores amigos peluqueros, los que se visten bien o las machonas que están en una etapa, personajes sin ninguna profundidad que cumplen el rol o cuota de otro adorno de utilería inclusiva. ◻

Referencia

#Basta2019 [Bastatodo] (6 de setiembre de 2018). *Desde un principio Juani (100 días para enamorarse) iba a ser un chico trans; no se iba a mostrar la transformación, el camino. Pero hablando con AFDA nos contaron cómo eran esos cambios y se decidió mostrar el proceso* [tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/bastatodo/status/1037761651372683265>