



**Universidad del Desarrollo**  
Periodismo

# La recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: Elite, Euphoria y Sex Education en estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de Universidad del Desarrollo desde los 18 a los 28 años en 2022

Alumnos:

Simón Ibarra Vergara

y

Macarena Vargas Quiñones

Profesoras:

Paulina Maureira González

y

## **Resumen**

Esta investigación tiene como objetivo general analizar la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: Elite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022. La metodología con enfoque mixto, en base a un cuestionario de preguntas y entrevistas, ayudó a analizar de manera profunda la dieta de entretenimiento de una muestra representativa y la identificación que tiene la muestra con los personajes LGBTQ+ de las series. Si bien, las tres series utilizadas en este estudio tienen un alto nivel de visualización, existe una poca representatividad de las series Élite y Euphoria, la cual es notoria en las tres carreras; sin embargo, es preferida por el género femenino. Siendo contrastada por Sex Education, que tiene mayor nivel en cuanto a representatividad, identificación y recepción por los estudiantes.

Respaldados por la Teoría de la Recepción y la Teoría de Usos y Gratificaciones, se llegó a una conversación en cuanto a los resultados obtenidos.

## **Palabras clave:**

Plataformas de *streaming*, LGBTQ+, recepción de personajes, contenido audiovisual, género, carreras universitarias, diversidad sexual.

## **Abstract**

The general objective of this research is to analyze the reception of the LGBTQ+ characters from the series: Elite, Euphoria and Sex Education by students of the Faculty of Communications of the Universidad del Desarrollo, from the ages of 18 to 28 in 2022. The methodology with the mixed approach, based on a quantitative survey of questions and interviews, helped to analyze in depth the information diet of a representative sample and the identification that the target group has with the LGBTQ+ characters in the series. Although the three series used in this study have a high level of visualization, there is little representation of the Elite and Euphoria series, which is notorious in the three races; however, it is preferred by the female gender. Being contrasted by Sex Education, which has a higher level in terms of representativeness, identification and reception by students.

Supported by the Theory of Reception and the Theory of Uses and Gratifications, a conversation was reached regarding the results obtained.

## **Keywords:**

Streaming platforms, LGBTQ+, reception of characters, audiovisual content, gender, university careers, sexual diversity.

## Introducción

Las diferentes plataformas de *streaming* como Netflix, HBO Max, Disney+, Amazon Prime, y demás, se han amoldado al contexto actual para mostrar diferentes realidades/problemáticas en base al desarrollo adolescente. Lo que ofrece el mercado se basa en lo que generalmente el público destinado pide o está constantemente consumiendo.

Según afirma Raya et al. (2018) la plataforma de Netflix, con tan solo veinte años, se ha posicionado con una alta aprobación por los expectantes de contenido audiovisual en el rating y la competencia. La razón de su triunfo en el mercado se debe a una serie de elementos, relacionado a su buen modelo de negocio orientado a la demanda, una política de relaciones con los públicos, y una estrategia de internacionalización.

Diversos tópicos han sido abordados por las diferentes filmografías mencionadas y, entre ellos, se ha hecho destacar el relacionado con la comunidad LGBTQ+, el cual, progresivamente se ha abierto un espacio cada vez más grande dentro del material audiovisual de las distintas plataformas. Según Ramírez y Cobo (2013) las series que en su paleta de personajes cuentan con identidades LGBTQ+ se han transformado en objeto de estudio. Años atrás los personajes con diversidad sexual solían no tomar roles protagónicos y aparecían eventualmente dentro de las narrativas. No obstante, luego de que la actriz captara la atención estadounidense en su serie “Ellen”, en la cual, se desarrolló abiertamente como lesbiana, los personajes queer empezaron a tener más cabida en la pantalla grande de Estados Unidos y el resto de los países del mundo.

Según Villegas-Simón, Angulo-Brunet, & Liu (2018) la “identificación” con los personajes expuestos en series por parte de la audiencia es considerado un elemento esencial para analizar el impacto social de las narrativas. En consiguiente, la identificación es relevante en los procesos de socialización. Sopesando el rol que poseen los relatos de series, películas y otros contenidos en la identificación de su audiencia con los personajes de estos mismos, cabe destacar, la incidencia que tienen dichos relatos desde el inicio de sus transmisiones, en televisión, hasta su distribución actual, vía *streaming*.

Según Gerbner et al. (1996) los contenidos transmitidos en televisión, como dramatizaciones, noticiarios, publicidad y otros formatos de productos audiovisuales, forman mensajes que llegan y traspasan a los hogares de los consumidores. Dicho sistema es un factor influyente de las predisposiciones y preferencias adquiridas desde la infancia. En consecuencia, la TV y su trayectoria de programación se han transformado en una fuente primaria de socialización, logrando penetrar barreras históricas de movilidad y cultura. Considerando lo anterior, se podría decir que, tal vez, desde las religiones preindustriales, por primera vez, diversos grupos sociales comparten un ritual diario de visualización e interpretación. La analogía anterior, entre el significado social de la religión

y el contenido televisivo, sirve para dar cuenta de la capacidad que tiene este último de definir el mundo y legitimar el orden social.

Teniendo en cuenta la relevancia de la identificación se considera importante el desarrollo de los personajes dentro de los contenidos audiovisuales. En el desarrollo de determinadas series se generan ciertas problemáticas que deben ser replanteadas con la finalidad de evitar tener adversidades con la identificación. Por ejemplo, el “*gaystreaming*”.

Vázquez et al. (2020) asegura que el concepto “*gaystreaming*” trae al análisis el trato de los personajes LGBTQ+ inmersos en la programación de TV. Dicho fenómeno señala la existencia de la costumbre de representar a tales personajes bajo normas de género, desexualizados y ajenos a una identidad política, lo que termina por enraizar aún más jerarquías raciales, de clase y cis-sexista dentro de los contenidos audiovisuales.

Puesto este escenario, la presente investigación tiene como fin analizar la recepción de personajes LGBTQ+ en las series: *Elite*, *Euphoria* y *Sex Education* por parte de universitarios en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo desde los 18 a 28 años en 2022.

A lo largo del tiempo, las minorías sexuales han aumentado su capacidad de organización, por tanto, la comunidad LGBTQ+ ha ido tomando mayor visibilidad en el país. Según Garrido y Barrientos (2018), tras la finalización de los años de dictadura, iniciada en el año 1973 en Chile, se dio paso al debate sobre diversas problemáticas sociales que fueron invisibilizadas en los años anteriores, entre ellas, la ausencia de políticas en contra de la comunidad LGBTQ+, la recriminación social sobre la diversidad sexual y la crisis del VIH-Sida de los años '80. Las movilizaciones generadas por diversas disidencias sexuales, en dicho contexto, generaron que se diera una mayor visibilidad a múltiples tópicos LGBTQ+ en los medios comunicacionales chilenos. En consecuencia, de lo anterior, inició un proceso más marcado del desarrollo del reconocimiento y aceptación de la diversidad sexual en Chile.

Los temas ligados a las disidencias sexuales son abordados por la sociedad cada vez con mayor recurrencia y normalidad. Por añadidura, los productos audiovisuales han tomado dicha temática para nutrir su gama de contenidos, y la comercialización de la oferta y demanda de Netflix y HBO Max se han beneficiado con respecto a lo que pide el público. Por esa razón "esta nueva sensibilidad se pone de manifiesto una vez más en los discursos mediáticos, entre los cuales el cine mantiene aún un estatus de privilegio debido a su capacidad de abordar con profundidad los asuntos más diversos" (Alfeo, González & Rosado, 2011, p. 9).

El objetivo de *Sex Education* es educar dentro del ámbito sexual; Según Pérez (2019) a lo largo de los ocho capítulos que relatan los acontecimientos de las series, Otis, el protagonista se posiciona como un educador y terapeuta sexual de sus compañeros de escuela. Junto a su amiga Maeve crean un negocio de consejos sexuales, a cambio de

dinero, para sus pares. Bajo ese contexto, se desarrolla una dinámica entre los personajes en la que tocan diversos temas de índole sexual y cultural.

Por otro lado, *Élite* muestra la situación familiar de Omar, en la cual, dicha familia se interpone a su relación homosexual mostrando indicios de lo que es la homofobia. Según el Glosario de la Diversidad sexual, de género y características sexuales, esto refleja un “rechazo, discriminación, invisibilización, burlas y otras formas de violencia basadas en prejuicios, estereotipos y estigmas hacia la homosexualidad o hacia las personas con orientación o preferencia homosexual, o que son percibidas como tales” (2016, p. 22). Sin embargo, la problemática entre la homosexualidad/bisexualidad y el comportamiento de la sociedad para la cantidad de personajes LGBTQ+ que contiene la serie, la cual no es menor, existe cuando no se le da un énfasis y muestra una realidad ficticia. Debido a esto, la serie es constantemente criticada por no darle la seriedad suficiente a los personajes que aparecen y sus relaciones con sus pares.

Finalmente, *Euphoria*, cuenta con la exposición de una relación lésbica entre el personaje principal de la serie, Rue y su mujer amiga, Jules. Cabe mencionar, que Jules es una mujer transgénero.

Debido a la cantidad de tópicos LGBTQ+ que abordan las series mencionadas, se considera importante percibir la valoración de recepción, por parte de la audiencia, de los personajes que pertenecen a dicha comunidad en las series mencionadas de las plataformas Netflix y HBO Max, debido a la capacidad que tienen las productoras audiovisuales y sus contenidos de generar impacto en diversos puntos de la estructura social.

Según Raya et al. (2018) la industria de Netflix tiene conocimientos sobre la demanda pluridimensional que tienen los adolescentes en las plataformas de *streaming*. Es por ello que a manera estratégica empezaron a realizar más producciones protagonizadas por adolescentes, abordando temáticas que puedan relacionarse directamente con ellos, como la anorexia, el impacto de las redes sociales, la diversidad funcional, el *bullying* y un sin fin de materias que puedan conectar con el público objetivo.

La responsabilidad que tienen hoy en día las plataformas virtuales audiovisuales, y el apego que tiene la sociedad con los personajes y problemática que se presenta cotidianamente resulta fundamental para el desarrollo cognitivo en cuanto al desarrollo psicológico de la audiencia. Es por ello que según Florit (2019) los medios de comunicación y demás contenidos audiovisuales que logran acaparar una gran cantidad de público resultan fundamentales para las construcciones y configuraciones ideológicas de la sociedad. Los medios de carácter informativo son utilizados como herramienta de difusión para que quien no es parte de determinada realidad tenga la posibilidad de conocerla y comprenderla. Por su parte, las series, películas y otros contenidos ligados a la ficción, pueden ser utilizados para crear nuevas realidades y escenarios sociales según los arquetipos presentados en sus narrativas.

Las problemáticas socioculturales en Chile también abarcan a las minorías sexuales generando un choque cultural en dicho ámbito. Asimismo, existen tendencias menos comprensivas y empáticas con las disidencias sexuales, por lo que la recepción de personas pertenecientes al colectivo LGBTQ+ suele no ser del todo óptima en el contexto nacional. El último estudio de Movilh, muestra la problemática.

Según el Movilh (2021) el 2021 se posiciona en segundo lugar, desde que se realiza el Informe Anual de los Derechos Humanos de la Diversidad Sexual y de Género, como uno de los años con mayor cantidad de casos de discriminación ligada a las disidencias sexuales; agregando que, seguido por el 2020, siempre existe la posibilidad de experimentar nuevas alzas en dicha problemática.

En cuanto al problema puntual, para Zorrozal (2001) contemplar el arte, la literatura o el cine y adoptar una postura receptiva a la realidad que cualquiera de los mencionados presente puede generar permeabilidad en la manera de que un individuo percibe y experimenta su propia realidad. Lo anterior no es debido a que se busque respuesta a carencias propias dentro de una realidad ficticia, sino por el agrado de ser espectador de historias y relatos de otras realidades. Se necesita de dichas historias no para crear una nueva realidad como tal, sino para complementar una ya existente.

Bajo el contexto anterior, es importante entender que tanto el arte, la literatura o el cine pueden presentar realidades que no aportan ideas beneficiosas sobre ciertos tópicos, por el contrario, pueden presentar ideales contraproducentes y sesgados. Centrando esta investigación dentro del mundo audiovisual y su historia, existen un sinnúmero de arquetipos y estereotipos que se han desarrollado a lo largo del tiempo en las diversas tramas tratadas en él. Siguiendo la misma línea, Del Pulgar (2017) afirma que dichos estereotipos hacen que se fortalezcan ciertos estigmas que se tienen sobre temas determinados, lo que puede generar desinformación e ideas erróneas en torno a estos mismos. Uno de los temas que sufre significativamente el fenómeno mencionado es la representación de lo que significa pertenecer a una disidencia sexual.

Teniendo presente la existencia de estereotipos reiterativos en temas particulares que son tratados en producciones audiovisuales, es pertinente tomar en consideración que algunos de estos que siguen presentándose como tópicos en series o películas están cada vez más obsoletos dentro de la misma sociedad, lo que genera que el grupo representado sea encasillado en una posición o lugar no correspondiente.

Es por eso que en el presente trabajo de investigación nace la pregunta: ¿Cómo es la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: Elite, Euphoria y Sex Education en los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo desde los 18 a los 28 años en 2022?

El fenómeno comunicacional de la investigación es la recepción. Esta sitúa dos ejes importantes los cuales se colisionan entre sí, formando una relación en cuanto a creencias y comodidades dentro esta. El primero es la audiencia en la cual se centrará este estudio, siendo el segundo, la comunidad LGBTQ+ en las series Elite, Euphoria y Sex Education.

Existe un vacío investigativo en cuanto a cómo nuestro sujeto de estudio recibe dicha información y la forma en que se relaciona con ella.

Se entiende como recepción “un esfuerzo multidisciplinario por comprender de la manera más integral posible las múltiples interacciones y sus resultados, que se realizan entre segmentos de audiencia siempre situados y referentes comunicacionales” (Gómez, 2003, p. 2).

Es por ello que el sujeto de estudio en esta investigación es la Universidad del Desarrollo, especialmente en el área comunicacional de esta misma, considerando las carreras de Periodismo, Publicidad y Cine. Bajo tal contexto, se utilizarán las variables de las carreras mencionadas, sumado a una división entre los géneros femenino y masculino procedentes de estas mismas.

Existen investigaciones que están relacionadas al presente trabajo de investigación, sin embargo, no se plantearía la manera en la que los personajes LGBTQ+ de serie que se estudió, la cual, coincide con una de las mencionadas en el presente trabajo, se reciben en un sujeto de estudio.

Según Vázquez, García y Zurian (2019), la cantidad de personajes queer que aparecen en la serie Sex Education y sus temporadas realizadas hasta el año 2019, en el cual se concluye detalladamente el transcurso de los mismos a lo largo de las transmisiones, tomando en cuenta diferentes aristas y complicaciones como la homofobia, la idealización de los personajes en cuanto a su comportamiento relacionado a su orientación sexual e identidad de género, sumando el hecho de vivir en plena adolescencia en la cual los adolescentes experimentan la pubertad sexual. En dicho estudio, no habría una recepción de un público vidente de la serie (pp.60-61).

Por otro lado, según Marcos, González y Arcila (2020), en su estudio enfocado a analizar contenido audiovisual narrativo con presencia de personajes pertenecientes a diferentes minorías y, la recepción de estos mismos por parte de la audiencia nacional, en España, se obtuvo como resultado que existe poca diversidad de género, orientación sexual, edad y nacionalidad en los personajes examinados. A su vez, en cuanto a la recepción de dichos personajes, se llegó a la conclusión de que esta depende de las características de la audiencia. Por ejemplo, las mujeres demostraron, estadísticamente, ser más conscientes de la representación de disidencias que los hombres. Por otra parte, los inmigrantes en España se mostraron menos conformes con su representación en las narrativas que los españoles. Bajo el presente contexto investigativo, se señala que el estudio de los autores mencionados, posee limitaciones en cuanto al número de variables en el índice de diversidad. Además, se incentiva a ampliar las características consideradas en los sujetos de estudio, tales como, etnia, tipología de objetivos en función del género, nivel socioeconómico, diversidad funcional, entre otras propiedades.

Según varios autores, la comunidad LGBTQ+ ha sido moldeada en el cine y la vida cotidiana para mostrar un estereotipo de los mismos. Desde hace años atrás, hasta el día de hoy, la comunidad LGBTQ+ ha seguido un estereotipo común en su aparición en pantalla en cuanto a la representación que se les da.

Por ejemplo, para Del Pulgar (2017) el colectivo LGBTQ+, desde su aparición burlesca en pantalla, siempre fue protagonizado de manera estereotipada en cuanto a la actitud que desarrollaba el personaje. Hasta la actualidad, en diversas series y películas, al hombre homosexual se le categoriza como una persona amanerada y débil en comparación a personajes cisgénero heterosexuales; a este personaje se le dominaba como *sissy*.

Siguiendo la misma línea del autor (2017) en la antigüedad la comunidad LGBTQ+, basada en términos cinematográficos, su representación era totalmente nula en Estados Unidos. Existió un código, el cual, se encargaba de la producción de diversos temas que podían o no aparecer en el cine; Código Heys, que contaba con el apoyo y fundación de la Iglesia Católica. Al desaparecer dicho código, el cual, tuvo lugar en los años 60', la poca representación de los personajes LGBTQ+ dejó de ser un personaje cómico, sin embargo, no se les dio un papel serio; desde entonces se convirtieron en los malos, antagonistas, pecadores y personajes que su papel conducía a la muerte.

Bajo el mismo argumento del autor (2017), sobre la noción de que los estereotipos hacen que se refuerce una idea en la que los homosexuales deben seguir un mismo papel o estilo de vida, debido a la falta de información y conocimiento sobre minorías sexuales, por lo que expresa que desde entonces, la comunidad LGBTQ+ empieza, en aquella época, un proceso de exigencia para la visibilidad real del colectivo y para todas las minorías que están siendo abordadas con irresponsabilidad en cuanto a su representación, por lo que se busca un espacio en la sociedad en el cual pertenecer y validen sus opiniones, por lo que la cinematografía entra en dicho espacio.

Según Zavala (2019) la llegada de la película *Secreto en la montaña* de Ang Lee, en el año 2005, causó impacto en el cine, ya que, fue la primera vez que dos actores famosos de Hollywood interpretaron a personajes LGBTQ+ quienes se enamoran a lo largo de la trama, utilizando recursos sexuales como los preservativos, los cuales, exploran la subjetividad y experiencia de personas con orientación sexual diversa. En base a este hito histórico, la década del 2000 significó un gran cambio en temas de representación de la comunidad LGTB.

Si nos centramos en Chile, actualmente el colectivo LGBTQ+ ha logrado avances, tales como nuevas leyes y movilizaciones que han permitido la integración social para las minorías sexuales, por ejemplo, la Ley de Identidad de Género, Ley de Matrimonio Igualitario, entre otras.

**La Ley N° 21.210 (2018), en su artículo 3°, se afirma que:**

Toda persona tiene derecho a ser reconocida e identificada conforme a su identidad de género, una vez realizada la rectificación que regula esta ley, en los instrumentos públicos y privados que acrediten su identidad respecto del nombre y sexo, en conformidad con lo dispuesto en esta ley. Asimismo, las imágenes, fotografías, soportes digitales, datos informáticos o cualquier otro instrumento con los que las personas figuren en los registros oficiales deberán ser coincidentes con dicha identidad. (pr.11)

Por otro lado, según la Ley N° 21.400, (2021), afirma que: “Modifica diversos cuerpos legales para regular, en igualdad de condiciones, el matrimonio entre personas del mismo sexo” (pr.2), en el cual se modificaron 39 artículos para que esta ley sea posible.

Según los artículos expuestos, se evidencia una relación entre las narrativas audiovisuales y su determinada audiencia y, bajo tal contexto, surge la necesidad de abarcar la relevancia de dicha conexión. Para el cometido mencionado, serán utilizadas las teorías de Recepción y de Usos y Gratificaciones.

### **Teoría de la recepción**

Según Hernández (2010) a lo largo de su trayectoria, el mundo del cine, ha desarrollado un sinfín de narrativas que permiten comprender la importancia de los filmes y sus creadores. Sin embargo, la figura del receptor de dichas obras se ha posicionado como un factor infravalorado dentro del proceso cinematográfico. Lo anterior, no significa que se haya obviado la existencia de la audiencia, sino que se le ha calificado como un algo que recibe determinado mensaje de manera inactiva y predeterminada según las propias intenciones de los creadores de los filmes. Elementos como el contexto sociocultural o histórico de los receptores eran dejados de lado y se consideraba que el valor de los productos audiovisuales era fijo. Dicho fenómeno se desarrolló a causa de las evidencias que prueban que las películas u otros contenidos narrativos son percibidos de maneras diferentes según el contexto de su público.

Lo anterior hace referencia a la teoría de la recepción, estudiada por Hans Robert Jaus.

Precisamente, la estética de la recepción y del efecto ya no tiene por objeto rastrear una narrativa desde su "enunciado", hasta un significado oculto tras él, o hasta su "sentido objetivo". Más bien, definen el significado de un texto como una convergencia entre la estructura de la obra y la estructura de la interpretación de esta. Su instrumento no es otro que la reflexión hermenéutica, empleada consciente y controladamente, que debe acompañar toda interpretación. (Robert, 1979, p.85)

### **Teoría de usos y gratificaciones**

Esta teoría fue creada por Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch, debido a la investigación empírica en base a la comunicación de masas.

En el estudio de los autores fundadores de dicha teoría, afirman que se “representa un intento de explicar algo de la forma en que los individuos utilizan las comunicaciones, entre

otras fuentes de su entorno, para satisfacer sus necesidades y lograr sus metas, y hacerlo simplemente preguntándoles” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1973, p. 519).

Ambas teorías guiarán el presente trabajo de investigación en base a los objetivos previos. Entendiendo la finalidad de la teoría de recepción y de uso y gratificación, es clave entender los conceptos que estas principalmente abarcan: audiencia y valoración.

En términos generales, a lo largo de la historia de la investigación en el área de la comunicación, el concepto de audiencia ha sido tratado como objeto de estudio a partir de tres consideraciones: como masa, segmentada en amplios grupos sociales determinados por aspectos socioeconómicos y formada por individuos que conviven en un contexto social constituido a partir de sus relaciones personales más directas. (Huerta, 2006, p. 197)

El concepto de valoración se entiende como valor, por el autor Fabelo como “un concepto que, por un lado, expresa las necesidades cambiantes del hombre, y por el otro, fija la significación social positiva de los fenómenos naturales y sociales para la existencia y el desarrollo progresivo de la sociedad” (Fabelo, 1989, p.58).

Por todos los planteamientos expuestos en el presente estudio, para lograr el objetivo final del trabajo, se plantea una serie de objetivos para llevar a cabo una investigación rigurosa en cuanto a contenido.

### **Objetivo General**

- Analizar la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: Elite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.

### **Objetivos específicos**

- Explorar el consumo de las series juveniles: Élite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.
- Describir la gratificación en el consumo de personajes/escenas LGBTQ+ en las series: Élite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.
- Caracterizar la cercanía cultural con los personajes/escenas LGBTQ+ en las series: Elite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.

Determinar la identificación con los personajes/escenas LGBTQ+ en las series: Élite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.

En el presente trabajo investigativo, el cual, busca respuesta a la pregunta “¿Cómo es la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: Elite, Euphoria y Sex Education?”, se direcciona con un enfoque mixto. Lo anterior debido a la necesidad de aplicar métodos e instrumentos pertenecientes a los enfoques cuantitativo y cualitativo.

El enfoque cuantitativo, en esta investigación, tiene como finalidad reunir datos generales sobre identidad y consumo audiovisual de la muestra. “El enfoque cuantitativo tiene las siguientes características: Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación: ¿cada cuánto ocurren y con qué magnitud?” (Sampieri et al., 2014, p.5).

Por su parte, el enfoque cualitativo es necesario para profundizar en las ideas que tiene la muestra sobre su consumo, preferencias, costumbres y demás, en relación con su dieta de series de *streaming*. Según Sampieri, Fernández y Baptista (2014), los datos que son extraídos desde la mayoría de las investigaciones únicamente cuantitativas, brindan recolección y análisis de estos mismos, por su parte, un estudio cualitativo puede desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. Regularmente, dicho proceso es útil para, en primer lugar, descifrar cuáles son las áreas de la investigación más importantes y luego, perfeccionarlas y responderlas.

Al combinar los dos enfoques explicados con anterioridad se desarrolla un enfoque mixto. Según Arenas (2021), el enfoque mixto de investigación, es una fusión entre algunas características de los enfoques cualitativo y cuantitativo, no obstante, se considera independiente a estos últimos dos, pues el enfoque mixto cuenta con su propio dominio teórico, diseño, propuestas de recolección, procesamiento y análisis de datos.

Por otra parte, el método utilizado es el estudio de casos. Se emplea dicho método, ya que, el trabajo investigativo busca analizar las respuestas, sobre la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series mencionadas, de un espacio muestral inserto en diversos contextos estudiantiles, los cuales, poseen diferencias en cuanto a su estrato socioeconómico y religiosidad. “El Estudio de Casos ha sido considerado como un excelente método de investigación utilizado para comprender a profundidad un fenómeno u objeto, desde su dinámica interna y desde el entorno al que pertenece” (Cubillán, 2009, p. 304).

Considerando el enfoque cuantitativo de este trabajo, el que busca responder al primer objetivo específico planteado, la técnica a emplear será una encuesta. Para Anguita, Labrador y Campos (2003), la encuesta es altamente utilizada en la investigación, pues esta brinda la posibilidad de obtener y elaborar datos de forma rápida y eficaz. Lo anterior debido a que dicha técnica puede ser aplicada de manera masiva, generando la obtención de datos de una amplia cantidad de espacio muestral.

La siguiente técnica empleada en el desarrollo de este trabajo de investigación, que se complementa con la primera, es la entrevista. “La entrevista se enmarca dentro del quehacer cualitativo como una herramienta eficaz para desentrañar significaciones, las cuales fueron elaboradas por los sujetos mediante sus discursos, relatos y experiencias”(Troncoso-Pantoja y Amaya-Placencia, 2017, p. 329).

La primera técnica que se utilizó fue un cuestionario de preguntas, con el objetivo de responder a nuestro primer objetivo específico, centrado en explorar el consumo de series juveniles de la muestra.

Se realizó en la plataforma de Google Forms, en el cual se dio a conocer nuestra identidad junto a una breve introducción que informaba el fin del cuestionario. Se prometió confidencialidad, debido a que introducir el correo electrónico fue requisito para poder contestar, y de esa manera elegir a los mejores perfiles para poder aplicar una entrevista

La muestra es proporcional y representativa según la cantidad total de estudiantes de cada carrera. Para ello se extrajo una muestra en la página SurveyMonkey, la cual nos dio una muestra de 268 estudiantes. En el caso de periodismo, la muestra es de 75 estudiantes, cine 67 y publicidad 126, a encuestar. Posterior a eso, se realizaron dos entrevistas por carrera, dependiendo de las variables de género y carrera.

### Tabla N°1

#### *Muestra encuesta*

Total facultad de alumnos	874
Muestra	268
Periodismo	75
Publicidad	126
Cine	67

Fuente: Elaboración propia.

### Tabla N°2

#### *Muestra entrevista*

		Carrera		
Carrera		Periodismo	Publicidad	Cine
Género	Masculino	1	1	1
	Femenino	1	1	1

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario se dividió en dos secciones: La primera, basada en una variable independiente, la cual brindó información personal de la muestra, como el género y carrera. La segunda sección dio a conocer la dieta de consumo con respecto a las plataformas de *streaming*, y ligadas al consumo audiovisual del encuestado, donde la intención es

reconocer datos sobre las preferencias y tiempo destinado al procesamiento de *streaming* del mismo sujeto.

Luego de alcanzar la muestra, la segunda técnica, con el fin de lograr llevar a cabo los objetivos específicos 2, 3 y 4, fue una entrevista realizada a dos estudiantes por carrera (primera variable) que se identifiquen con el género masculino y femenino (segunda variable), es decir, seis entrevistados en total.

Las entrevistas realizadas tuvieron una duración de 90 minutos aproximadamente, cada una de ellas, y fue vía Zoom. El instrumento utilizado (pauta de preguntas) tuvo una extensión de 24 preguntas en común para los seis estudiantes, y se sumó tres preguntas diferentes a cada uno de ellos dependiendo de sus respuestas en el cuestionario.

La pauta de preguntas fue dividida en cuatro secciones. La primera parte de la entrevista consistió en preguntar a profundidad cómo y de qué manera llevan a cabo su dieta de consumo en plataformas de *streaming*. Las preguntas van direccionadas a sus criterios de selección. La segunda abarca tres preguntas, como máximo, sobre lo respondido en la encuesta para aclarar detalles en base a orden de preferencias, capítulos y temporadas repetidas, y su nivel de deserción de la serie. En la tercera sección se mostró, compartiendo pantalla en la conferencia, cuatro escenas de las series; una escena de *Élite*, una de *Euphoria* y dos de *Sex Education*. En cada una de ellas hay presencia de personajes LGBTQ+ como protagonistas de la escena. Finalmente, en la cuarta y última sección, se realizó preguntas en base a lo que sintió al ver las cuatro escenas, en relación al contenido LGBTQ+

Para que la muestra sea pragmática, es necesario seguir con una serie de criterios de selección, los cuales fueron previamente analizados al realizar una entrevista, siguiendo los datos entregados por la encuesta.

- Deben ser estudiantes de la Universidad del Desarrollo.
- Dichos estudiantes deben pertenecer a la Facultad de Comunicaciones de la universidad.
- Los estudiantes deben tener entre 18 y 28 años de edad.
- Deben estar cursando una carrera de pregrado.
- Los alumnos deben consumir material audiovisual en plataformas de *streaming* (series).
- Deben haber visto las tres series utilizadas en el presente trabajo de investigación (*Élite*, *Euphoria* o *Sex Education*) o al menos haber visto un extracto de cada una de ellas.

## **Resultados**

Al analizar los resultados de las entrevistas y encuestas se llegó a varias aseveraciones que permiten responder a los objetivos planteados en el presente trabajo investigativo.

### **1. Consumo**

- **Tabla N° 3**  
*Promedio de quienes han visto las series*

ÉLITE				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
83%	48%	68%	76%	49%
EUPHORIA				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
72%	35%	52%	56%	60%
SEX EDUCATION				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
77%	65%	72%	71%	70%

*Nota. Presenta los niveles de consumo de las series estudiadas por parte de las variables utilizadas: estudiantes de periodismo, publicidad y cine de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo.*

Fuente: Elaboración propia.

- **Tabla N° 4**  
*Promedio de quienes empezaron y van al día con las series*

ÉLITE (5 temporadas)				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
31%	34%	35%	36%	15%
EUPHORIA (2 temporadas)				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
78%	83%	74%	55%	95%
SEX EDUCATION (3 temporadas)				
GENEROS		CARRERAS		
FEMENINO	MASCULINO	PERIODISMO	PUBLICIDAD	CINE
66%		65%	64%	66%

*Nota. Presenta los niveles de consumo de las series estudiadas por parte de las variables utilizadas: estudiantes de periodismo, publicidad y cine de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo. Se señala el porcentaje de quienes iniciaron la serie y van al día con las temporadas de la misma actualmente.*

Fuente: Elaboración propia.

En tanto al consumo mediático de las series estudiadas, *Élite* es notoriamente preferida por el género femenino. Lo anterior es evidenciable a través de la comparación de porcentajes de visualización de la serie entre género femenino y masculino, con un 83% y 48% respectivamente. Por su parte, con *Euphoria*, se da el mismo caso al descrito en relación a *Élite*. La visualización entre género femenino y masculino es de 72% y 35% en el mismo orden mencionado. En tanto, *Sex Education*, presenta porcentajes de visualización equilibrada entre los géneros femenino y masculino, con 77% y 65%.

Al poner en perspectiva la variable de las carreras de la facultad de comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, las visualizaciones promedio entre periodismo, publicidad y cine de *Élite*, *Euphoria* y *Sex Education* es de 64%, 56% y 71%. A causa de lo anterior, *Sex Education* se posiciona como la serie más visualizada entre las tres carreras. Sumando a lo anterior, al exponerse un porcentaje de visualización general, es decir, de todas las series por todas la carreras, se evidencia un 64%.

## 2. Identificación

### - Tabla N° 5

*Veces que el/la encuestado(a) se sintió identificado(a) con alguno de los personajes tratados*

		SERIE	NUNCA	UNA VEZ	OCASIONALMENTE	REITERADAS VECES	SIEMPRE
G E N E R O	FEMENINO	ELITE	70%	8%	13%	6%	3%
		EUPHORIA	42%	20%	13%	12%	13%
		SEX EDUCATION	46%	17%	15%	13%	9%
C A R R E R A	MASCULINO	ELITE	61%	14%	11%	9%	5%
		EUPHORIA	41%	22%	22%	10%	5%
		SEX EDUCATION	46%	25%	13%	12%	4%
C A R R E R A	PERIODISMO	ELITE	66%	16%	8%	6%	4%
		EUPHORIA	44%	23%	10%	15%	8%
		SEX EDUCATION	48%	24%	11%	9%	8%
C A R R E R A	PUBLICIDAD	ELITE	64%	9%	15%	8%	4%
		EUPHORIA	49%	17%	18%	10%	6%
		SEX EDUCATION	57%	17%	12%	11%	8%
C A R R E R A	CINE	ELITE	79%	6%	9%	3%	3%
		EUPHORIA	28%	25%	15%	10%	22%
		SEX EDUCATION	26%	23%	21%	19%	11%

*Nota. Se presentan los niveles de identificación que señalaron los encuestados con los personajes queers tratados. La tabla se adjudica a la pregunta N° 16 de la encuesta, la cual, responde a la interrogante: "En una escala de 1 al 5, donde 1 es "nunca" y 5 es*

*“siempre” ¿Con qué frecuencia te has sentido identificado con algún personaje queer de una de las siguientes series?”*

Fuente: Elaboración propia.

Pasando a términos de recepción, otro de los resultados destacables dentro del proceso investigativo es el nivel de identificación de la muestra con los personajes tratados.

En relación a los resultados del área cualitativa, particularmente, Elite sobresale por tener los niveles más bajos de identificación en las tres carreras estudiadas. Cuando se preguntó por cantidad de veces en las que él o la encuestado (a) se ha sentido identificado(a) con alguno de los personajes tratados, con respuestas en una escala de 1 a 5, donde 1 indicaba “nunca” y 5 “siempre”, Elite obtuvo un 66% en periodismo, 64% en publicidad y 79% en cine como porcentajes atribuidos a la alternativa que señala “nunca”. Fenómeno similar ocurrió con las variables de género, el 70% del género femenino y el 61% del masculino, indicó “nunca” haberse sentido identificado con algún personaje *queer* de la serie española.

Por otro lado, los estudiantes de cine, con un 23%, cuentan con el porcentaje más alto frente al indicador de identificación. Dicha carrera, según la escala establecida, indica que “siempre” se sienten identificados con alguno de los personajes tratados de Euphoria. En adición, los estudiantes de publicidad, igualmente resaltan entre los porcentajes extraídos con un 18% que apunta que “ocasionalmente” (alternativa 3) se han sentido identificados con los personajes *queer* de Euphoria. Por su parte, los estudiantes de cine destacan con un 19% que señala que “siempre” se sienten identificados con los personajes de Euphoria.

Por último, relacionado al indicador de identificación ligado a la encuesta, el género femenino destaca entre los porcentajes con un 13% que señaló que “siempre” se siente identificado con los personajes de Euphoria.

Al vincular los datos extraídos de la encuesta con los de las entrevistas, resaltan algunas respuestas. En primer lugar, cabe destacar a Erick de Sex Education. Eric es uno de los personajes principales de la serie, considerado el mejor amigo del protagonista. Dicho personaje, es presentado como homosexual y cisgénero. En el total de los 6 entrevistados de este trabajo de investigación, 3 indican sentirse identificados con él.

Uno de los sujetos de estudio, estudiante de periodismo identificado con el género masculino y orientación sexual *queer*, indicó que este personaje presenta similitudes con su vida íntima en cuanto a cómo vivió el desarrollo de su sexualidad, pues señaló que poseen vivencias similares en relacionadas a contextos homofóbicos.

En segundo lugar, la entrevistada identificada con el género femenino, heterosexual y estudiante de publicidad, señaló que se siente retratada con Eric por su forma de expresión y vestir. Por último, la entrevistada de cine, perteneciente al género femenino y heterosexual sostuvo que se siente identificada con Eric, ya que este personaje suele ser directo y decir las cosas de frente.

Siguiendo con los niveles de identificación, algunos de los sujetos de estudios apuntaron puntos claves por los que sienten más cercanía con determinadas series y personajes.

Por ejemplo, la entrevistada de género femenino, heterosexual y estudiante de periodismo, indicó que entre los factores que priman cuando decide consumir determinado contenido se encuentra la similitud de la narrativa y personajes con su propio entorno y círculo cercano. “Si no me identificaba con un personaje, o no compartiera gustos con alguno, dudo que siga viendo la serie”, indicó la entrevistada.

A causa de lo anterior, la misma entrevistada señaló que se siente vinculada con Euphoria, en particular con la protagonista de la serie, Rue, quien dice que tiene rasgos pertenecientes a su propia personalidad. Las palabras que utilizó la entrevistada para describir su identificación Rue fueron “No estoy ni ahí con lo que piensen de mí, como Rue”.

Otra particularidad en relación a las respuestas generadas por los entrevistados, es la dada por uno de género masculino, heterosexual y estudiante de publicidad. Dicho sujeto atribuyó características de identificación con la serie Euphoria, sin embargo, dicho fenómeno le causa rechazo al momento del consumo del contenido.

Según lo explicado por el entrevistado, la última serie mencionada no logró contener su atención debido a que le parece muy densa de procesar. Considera que Euphoria contiene mucha violencia y maltratos muy “reales”, enfatizando que en Élite también, no obstante, esta última los retrata de una forma más lejana a la realidad. “En Euphoria dices esto me puede pasar”, explicó el sujeto.

Siguiendo con Euphoria, una entrevistada de género femenino, autodenominada como bisexual y estudiante de cine, señaló sentir identificación con “Jules”, personaje reconocido como transexual, orientación sexual *queer* y pareja de la protagonista de la serie, Rue.

En una escena de la producción, Jules es parte de un evento en el que sufre violencia por parte de otro de los personajes, Nate, hombre, heterosexual y cisgénero. La entrevistada señaló que ese tipo de escenas le generan sentimientos, entre ellos, rabia. Además, calificó la situación como algo que muchas mujeres, independiente de su orientación sexual o identidad de género, viven.

Retomando la identificación de Élite, se generan vínculos entre los bajos porcentajes de dicho indicador arrojados por la encuesta (resultados cuantitativos) y las respuestas de los entrevistados (resultados cualitativos).

Una de las entrevistadas de género femenino, bisexual y estudiante de publicidad calificó a Élite, como una serie muy lejana de la realidad, pues según su respuesta esta presenta personajes de estratos socioeconómicos muy elevados, a niveles surreales. Además, añadió que le parecía que la serie posee situaciones exageradas en términos sexuales. Para argumentar su respuesta, la entrevistada se sostuvo en particular a una escena en la que personajes de la serie bajo un contexto escolar, utilizan las duchas de su establecimiento completamente desnudos.

### **3. Incomodidad**

- **Tabla N° 6**

*Veces que el encuestado (a) se sintió incomodado (a) con alguno de los personajes tratados*

		SERIE	NUNCA	UNA VEZ	OCASIONALMENTE	REITERADAS VECES	SIEMPRE
G E N E R O	FEMENINO	ELITE	70%	5%	11%	7%	7%
		EUPHORIA	72%	9%	9%	8%	3%
		SEX EDUCATION	75%	15%	4%	4%	2%
C A R A	MASCULINO	ELITE	61%	11%	18%	5%	5%
		EUPHORIA	71%	12%	10%	2%	5%
		SEX EDUCATION	64%	9%	17%	7%	3%
R E A	PERIODISMO	ELITE	65%	4%	19%	4%	8%
		EUPHORIA	74%	13%	5%	5%	3%
		SEX EDUCATION	74%	12%	8%	4%	2%
R E A	PUBLICIDAD	ELITE	71%	7%	10%	8%	4%
		EUPHORIA	73%	10%	8%	6%	3%
		SEX EDUCATION	67%	14%	11%	7%	1%
R E A	CINE	ELITE	61%	12%	12%	6%	9%
		EUPHORIA	65%	10%	13%	7%	5%
		SEX EDUCATION	72%	11%	11%	2%	4%

*Nota. Se presentan los niveles de incomodidad que señalaron los encuestados con los personajes queers tratados. La tabla se adjudica a la pregunta N° 17 de la encuesta, la cual, responde a la interrogante: En una escala de 1 al 5, donde 1 es “nunca” y 5 es “siempre” ¿Con qué frecuencia te has sentido incomodado por alguno de los personajes queer de las siguientes series?*

Fuente: Elaboración propia.

Al responder la entrevistada dijo “No me parece real ¿por qué estarías hablando con alguien mientras estás *en pelotas* en las duchas? exageran todo, eso nadie lo haría”. Sumando a esto, al momento de calificar, se utilizaron definiciones como: televisión basura.

Otro de los indicadores prominentes dentro del presente trabajo investigativo, se encuentran los niveles de incomodidad con los personajes tratados, no por una elevación de estos, por el contrario, su deficiencia.

Una de las preguntas de la encuesta buscaba valorizar numéricamente los parámetros de incomodidad que sienten los sujetos de estudios con los personajes *queers* de las series trabajadas. Para tal objetivo, se planteó la pregunta “¿Con qué frecuencia te has sentido incomodado por alguno de los personajes queer de las siguientes series?”, para la cual las respuesta se encuentran en una escala de 1 al 5, donde 1 es “nunca” y 5 es “siempre”.

Bajo el formato de la pregunta señalada en el párrafo previo a este, la gran mayoría de las respuestas se concentraron en el nivel más bajo de incomodidad, para todas las series y variables posibles. A continuación, se presenta el promedio de los porcentajes obtenidos por cada serie en la alternativa “nunca”, adjudicada a cada variable establecida en este estudio, es decir, las carreras de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo y géneros femenino y masculino.

En primer lugar, *Élite* cuenta con un promedio de 67% en la alternativa señalada entre las tres carreras de periodismo, publicidad y cine. Luego siguen *Euphoria* y *Sex Education* con un promedio de 71% ambas. Por otro lado, según la variable de género, promediando la cantidad de respuestas del género femenino y masculino a la alternativa “nunca”, *Elite* obtuvo un 66%, *Euphoria* un 72% y *Sex Education* un 70%.

Si se genera un contraste con la respuesta señalada en los últimos párrafos con las alternativa paralelas a ella, es decir, en las que se indica alto recurrencia en el sentimiento de incomodidad al consumir los personajes *queers* retratados en las series, se encuentran porcentajes, en su mayoría, bajos.

Pese a lo anterior, existen porcentajes que sobresalen dentro de la media. Por ejemplo, en el caso de la respuesta que indica que ocasionalmente el encuestado ha sentido incomodidad con algunos de los personajes tratados (alternativa 3), los porcentajes que destacan son los de *Élite*, con un 13% promediado por la variable de carreras y un 15% entre los dos géneros estudiados.

Al analizar las respuestas adjudicadas a haberse sentido reiteradas veces incomodado por alguno de los personajes *queer* (alternativa 4), se extrae un promedio de un 5% entre todas las variables. *Élite* promedia un 6% entre el género femenino y masculino, mientras que entre carreras se posiciona con un 7%, superando en los dos casos el promedio general.

Por su parte, *Sex Education* igualmente logra superar el promedio general señalado con un 6%, al promediar las respuestas de género femenino y masculino. Por su parte, el mismo caso ocurre al promediar las carreras y sus respuestas ante la serie *Euphoria*, pues se extrae un 6%.

Finalmente, en cuanto a la respuesta que apunta al nivel más alto de incomodidad (alternativa 5), se evidencia que la gran mayoría de los porcentajes obtenidos están por debajo del 5%. Excepción de lo anterior es *Élite*. Dicha serie alcanzó un 7% en esta última alternativa analizada en la variable de género femenino, un 8% en la de estudiantes de periodismo y un 9% en cine.

Al generar un vínculo entre el indicador de incomodidad arrojado por la encuesta con las respuestas de los entrevistados, llama la atención el término de “sexualización”, el cual, se utiliza en más de una ocasión para describir aspectos que generan rechazo o disgusto con algunas de las series y personajes estudiados.

La serie que destaca por ser descrita con el adjetivo anterior es *Élite*. Tres de los entrevistados, señalaron no tener incomodidad con los personajes *queer* en sí, es más, a manera general indican sentir agrado o compartir gustos con alguno. Sin embargo, estos tres sujetos de estudio dicen que les parece muy alto el nivel de sexualización en algunas escenas en las que se encuentran estos personajes.

Ejemplificando, el estudiante de cine, de género masculino e identificado como heterosexual, señaló que en general no siente rechazo hacia los personajes LGBTQ+, sin embargo, le molesta que se sexualice y sobre exageren situaciones de esta índole con ellos. El fenómeno descrito, ocurre no tan solo con *Élite*, sino también con *Sex Education* en

algunas ocasiones. El entrevistado utilizó una escena de la última serie mencionada para argumentar. Dicha escena expone a una pareja lésbica de la serie teniendo relaciones con prácticas estigmatizadas como poco convencionales a nivel social.

Otro ejemplo es la entrevistada de periodismo, quien haciendo referencia a una escena de desnudos en las duchas de la serie *Élite*, donde dos de los personajes *queer* interactúan de manera romántico, señala que lo le molesta la situación de dos varones cortejándose, sino que el hecho de que estén desnudos en un baño escolar, le parece sexualización. Por su parte, la entrevistada de publicidad señaló lo mismo que la de periodismo en relación a la escena descrita. Sumado a los dos sujetos anteriores, el entrevistado de cine indicó tener la misma percepción.

## **Discusión**

Las tres series estudiadas poseen altos niveles de consumo, tanto por la variable de carreras como por la de géneros, sin embargo, es evidenciable un desnivel entre el género femenino y masculino, donde el primero sobrepasa al segundo en *Euphoria* y *Sex Education*.

Los niveles de identificación son destacablemente más bajos en la serie *Élite*. Como motivación de lo anterior se adjudica la incomodidad reflejada en la encuesta y entrevistas con los personajes estudiados de dicha serie. Al dar razón de tal incomodidad, según los dicho por los entrevistados, se encuentra el concepto de “sexualización”, el cual, el 50% de los muestra utilizó dicha palabra para describir factores que les generan rechazo dentro de los contenidos audiovisuales y sus personajes *queer*. Por otro lado, de la mano de lo anterior, otros de los términos utilizados para describir la producción española son: “televisión basura” “morboso” e “irreal”.

En relación a este último adjetivo señalado, “irreal”, se vincula a la teoría de la recepción y su subtema de “identificación con los personajes”. Según Hernandez-Santaolla (2010) para la audiencia es importante sentirse parte de la historia y reconocerse dentro de la pantalla. Lo anterior, según el mismo autor es algo que pudiese ir desarrollándose a lo largo de un filme, es decir, no es estable durante todo el tiempo en el que el contenido es reproducido. Además, la identificación puede ser meramente manipulada por los directores que trabajan en el contenido, sin embargo, estos no pueden someter toda la identificación a sus pretensiones, ya que, esta también está ligada al contexto de la audiencia.

Por razonamiento propio, se establece que *Élite*, al ser una serie contextualizada en un colegio que supone ser perteneciente a un estrato socioeconómico extremadamente alto, casi inalcanzable para el común de la población es que en muchas ocasiones se presentan o se generan situaciones en las que los personajes están insertos o gozan de beneficios, circunstancias, celebraciones o formas de relacionarse acordes a contexto socioeconómico muy específico y puntual, lo que dificulta aún más la identificación popular.

Otro punto relevante dentro de los resultados recatados se considera la reiterada mención a Eric de *Sex Education* como personaje vinculado a la identificación con los entrevistados. La situación anterior atribuida a la personalidad, vestimenta y vivencias relacionadas a la homofobia por parte del carácter.

En consiguiente, igualmente se expone el buen nivel de identificación logrado por la serie Euphoria, tanto en porcentajes obtenidos en la encuesta como por las respuestas extraídas de las entrevistas. La identificación lograda por los personajes tratados de esta serie, según los casos de los entrevistados, se genera por personalidad, actitudes, similitudes de condiciones mentales y vivencias crudas, tales como, la violencia de género.

A modo de inferencia, se puede razonar que la recepción, incomodidad o identificación con los personajes *queers* tratados, resulta independiente de su condición sexual, orientación de género u otros factores que engloba la concepción de lo que significa ser *queer*. El total de los entrevistados, nunca señaló sentir incomodidad con la expresión de género, identificación del mismo u orientación sexual de los entrevistados. No obstante, los aspectos relevantes que se atribuyeron a una mala recepción son las condiciones o contextos en lo que se presentaba a estos personajes en algunas ocasiones, primando conceptos como “sexualización”, “morboso” o “irreal”.

## **Conclusión**

### **1. Explorar el consumo de las series juveniles: Élite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.**

En términos generales, se concluye que las tres producciones audiovisuales son altamente visualizadas por la muestra establecida. Todos los promedios de consumo, tanto de carreras como los de los géneros utilizados se encuentran por sobre el 50%.

Entre los hechos a destacar en este objetivo, está que el género femenino presenta un consumo elevado al masculino en relación a las series Élite y Euphoria, con un contraste de un 35% en el promedio de la primera mencionada y un 37% en la segunda. Por su parte, Sex Education posee un consumo bastante equilibrado entre ambos géneros. En relación a las carreras estudiadas, los promedios de visualización de las tres series son similares, con 56% Euphoria, 64% Élite y 71% Sex Education en orden creciente.

### **2. Describir la gratificación en el consumo de personajes/escenas LGBTQ+ en las series: Élite, Euphoria y Sex Education por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.**

En relación a las gratificaciones recibidas por los personajes *queers* estudiados se establece que pese que ciertas circunstancias en las que estos se encuentran inmersos a lo largo de las tres narrativas, las cuales, generan incomodidad o leve rechazo en la audiencia, este fenómeno no alcanza a perturbar a la audiencia a tal punto como para que esta deje de consumir las series. Lo anterior es evidenciable a través de los porcentajes de consumo expuestos en el objetivo anterior.

Ejemplo de las incomodidades o rechazo previamente mencionado, es la “sexualización” existente que sostienen los entrevistados por sobre algunas escenas de Élite, o lo alejada de

la realidad que es la narrativa de esta misma en algunas ocasiones. Ahora bien, reflejo de este rechazo o incomodidad, a manera de razonamiento, se puede considerar el porcentaje de encuestados que mantiene una visualización actualizada de la serie. 33% como promedio del cruce de géneros y 29% por parte del cruce de carreras.

### **3. Determinar la identificación con los personajes/escenas LGBTQ+ en las series: *Élite*, *Euphoria* y *Sex Education* por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.**

A modo de resumen, la identificación por parte de los encuestados con los personajes estudiados se establece que: la serie *Élite* posee porcentajes de identificación muy deficientes. Lo anterior, se ve reflejado en los porcentajes arrojados en las encuesta y, además, lo expresado por los entrevistados. Se hace énfasis en que el fenómeno anterior, pareciera ser generado no por la orientación sexual, identidad de género o representación de este mismo por parte de los personajes, sino por circunstancias en las que se ven involucrados, las cuales, es más de una ocasión son consideradas “sexualizadas” o “irreales”.

Por otro lado, se destaca a Eric como el personaje con mayor adjudicación a la identificación dentro de la paleta de personajes estudiados. Tal conclusión se establece por el número de entrevistados que lo señala como el personaje con el que se sienten identificados dentro de las posibilidades de las tres series.

Finalmente, en relación al presente objetivo, se señala que las series *Euphoria* y *Sex Education* poseen niveles de identificación meramente destacables dentro de los porcentajes obtenidos en las tablas. Además, cabe destacar que Eric es perteneciente a *Sex Education*. Por su parte, Jules y Rue fueron señaladas por dos entrevistadas como personajes con los que se sienten identificadas. Ambos caracteres son parte de la narrativa de *Euphoria*.

### **4. Analizar la recepción de los personajes LGBTQ+ de las series: *Élite*, *Euphoria* y *Sex Education* por parte de estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, desde los 18 a 28 años en 2022.**

Para concretar, se establece que la recepción de los personajes *queer* de las tres series, poseen una recepción meramente positiva para la muestra estudiada. Al analizar los porcentajes de consumo de las series es evidenciable que estos no son menores en las tres. Por otro lado, la serie menos valorizada dicho sentido es *Élite*, no por la cantidad de muestra que indica haberla visto al menos una vez, sino por la cantidad que va al día con la serie o se siente identificada con algún personaje. Sumado a lo anterior están los adjetivos de “sexualización” e “irreal” adjudicados a esta serie por parte importante de los entrevistados.

Por otro lado, pese a lo anterior, es decir, las críticas recibidas por la serie mencionada, esta sigue siendo comentada y valorada por otra parte de sus personajes. En la misma línea de lo anterior, a modo de reflexión, se establece que en general, la condición sexual o de género,

tanto de identidad como representación, no significa una incomodidad para el general de los encuestados y entrevistados, ya que, en ningún caso se manifestó tal fenómeno de forma representativa. Sin embargo, sí es una problemática para ellos el trato que se le da a los personajes. Por ejemplo, que estos se vean involucrados en situaciones muy ajenas a la realidad, exageradas, morbosas o sumamente violentas.

### Referencias bibliográficas

- Álvarez, J. C. A, de Garay Domínguez, B. C, & Millán, M. J. R. (2011). Adolescencia e identidades LGBT en el cine español. Evolución, personajes y significados. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 9(3), 9. <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556582005.pdf>
- Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D., Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Atención primaria, 31(8).
- Arenas, A. C. (2021). Métodos mixtos de investigación. Investigar Magisterio.
- Barrios, S. González, B. Ramos, M. (2021). Representación de género en las series españolas de plataformas de streaming. Revistas Universidad de León, (16), 300. <http://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/6304>
- Cubillán, L. G. (2009). Estudio de casos bajo el enfoque transdisciplinar. Multiciencias, 9(3), 304.
- Del Pulgar Legido, R. (2017). Homosexualidad latente en el cine del siglo XX. FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género, 2(2), 101-105. <http://salutsexual.sidastudi.org/resources/inmagic-img/DD44541.pdf>
- Del Pulgar Legido, R. (2017). Homosexualidad latente en el cine del siglo XX. FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género, 2(2), 115. <http://salutsexual.sidastudi.org/resources/inmagic-img/DD44541.pdf>

- Domínguez, A. F. (2005). Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (25), 19. <file:///Users/nn/Downloads/Dialnet-UsosYGratificacionesDeLaTelevisionSegunLosReceptor-2925028.pdf>
- Fabelo, J. R. (1989). *Práctica, conocimiento y valoración*. Editorial de Ciencias Sociales, 1989. <https://philpapers.org/archive/CORPCY.pdf>
- Froit González-Sandoval, S. L. (2019). Mirada cis: cuerpos y narrativas trans en la ficción seriada de Netflix y Amazon Studios. *Revista de Ciencia y técnica*. 13(1), 3. [https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19890/anio13\\_nro\\_1\\_sar\\_a\\_luna\\_florit.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19890/anio13_nro_1_sar_a_luna_florit.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Garrido, J. C., & Barrientos, C. (2018). Identidades en transición: Prensa, activismo y disidencia sexual en Chile, 1990-2010. *Psicoperspectivas*, 17(1), 4. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-69242018000100017&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-69242018000100017&script=sci_arttext&tlng=en)
- Gómez, G. O. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto*, 2(9), 2. [file:///C:/Users/Hola/Downloads/3629-Texto%20do%20artigo-21914-1-10-20081205%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Hola/Downloads/3629-Texto%20do%20artigo-21914-1-10-20081205%20(2).pdf)
- Hernández-Santaolalla, V. (2010). De la Escuela de Constanza a la Teoría de la Recepción Cinematográfica. Un viaje de ida y vuelta. *Frame*, 6, 197. <https://idus.us.es/handle/11441/30079>
- Hernández-Santaolalla, V. (2010). De la Escuela de Constanza a la Teoría de la Recepción Cinematográfica. Un viaje de ida y vuelta. *Frame*, 6, 196-218. <https://idus.us.es/handle/11441/30079>
- Huertas, A. (2006). Sobre la construcción ontológica del concepto de audiencia. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 8(3), 197. <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6134>
- Igartua, J. J. (2008). Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica. *Escritos de Psicología (Internet)*, 2(1), 42.

[https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1989-38092008000300006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1989-38092008000300006&script=sci_arttext&tlng=pt)

- Igartua, J. J. y Muñiz, C. (2008). Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica. *Comunicación y sociedad*, 7(12), 27. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8472/1/20090630140131.pdf>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 510. <https://www.jstor.org/stable/2747854?seq=1>
- Ley 21120 de 2018. Reconoce y da protección al derecho a la identidad de género. 10 de diciembre de 2018. D.O. No. 42225. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1126480>
- Ley 21400 de 2021. Modifica diversos cuerpos legales para regular, en igualdad de condiciones, el matrimonio entre personas del mismo sexo. 09 de diciembre de 2021. D.O. 43124-B. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1169572>
- Marcos Ramos, M., González-de-Garay, B., & Arcila Calderón, C. (2020). Grupos minoritarios en la ficción televisiva española: análisis de contenido y percepciones ciudadanas para la creación de un índice de diversidad. *Cuadernos.info*, (46), 330-331. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2020000100307&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2020000100307&script=sci_arttext)
- Movilh. (17 de marzo de 2021) Informe Anual de Derechos Humanos. <http://www.movilh.cl/documentacion/2022/XX-Informe-Anual-DDHH-MOVILH.pdf>
- Pérez Lence, F. (2019). Sex education: La ESI en Netflix. *Comunicación y Género*, 2(1). <https://revistas.ucm.es/index.php/CGEN/article/view/64528/4564456551494>
- Ramírez Alvarado, M. D. M., & Cobo Durán, S. (2013). La ficción gay-friendly en las series de televisión españolas. *Comunicación y sociedad*, (19), 215. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n19/n19a9.pdf>

- Raya, I., Sánchez-Labela, I. y Durán, V. (2018). La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix por trece razones y Atípico. *Comunicación y medios*, (37), 135.  
<https://www.scielo.cl/pdf/cym/v27n37/0719-1529-cym-27-37-00131.pdf>
  
- Raya, I., Sánchez-Labela, I. y Durán, V. (2018). La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix por trece razones y Atípico. *Comunicación y medios*, (37), 135.  
<https://www.scielo.cl/pdf/cym/v27n37/0719-1529-cym-27-37-00131.pdf>
  
- Robert, H. (1979). An Interview with Hans Robert Jous/ Entrevistado por Rien T. Segers and Timothy Bahti. *New Literary History*, 85.  
[https://www.jstor.org/stable/pdf/468872.pdf?refreqid=excelsior%3Ab84522c2890a4e16916200ac82eb42d9&ab\\_segments=&origin=](https://www.jstor.org/stable/pdf/468872.pdf?refreqid=excelsior%3Ab84522c2890a4e16916200ac82eb42d9&ab_segments=&origin=)
  
- Rodríguez, E., Megías, I. y Menéndez. (2012). Consumo televisivo, series e Internet: Un estudio sobre la población adolescente de Madrid. *FAD*.  
[https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/TV\\_madrilenos.pdf](https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/TV_madrilenos.pdf)
  
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*, 11-1.
  
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*, 11-1. p.5.
  
- Straubhaar, J. D. (2007). *World television: From global to local*. SAGE publications.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=OP10AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=world+television+from+global+to+local&ots=9bHAdUvBqy&sig=BQ5klMA0bFxCIDgWF1-BHxhBcME#v=onepage&q=world%20television%20from%20global%20to%20local&f=false>
  
- Suárez, J., Ramírez, A. D., Ojeda, O. B., Flores, L. P., Santana, R., González, S., Estrada, K. M. (2016). Homofobia. *Glosario de la diversidad sexual, de género y características sexuales*. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. México. Recuperado el, 28.  
[https://www.conapred.org.mx/documentos\\_cedoc/Glosario\\_TDSyG\\_WEB.pdf](https://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/Glosario_TDSyG_WEB.pdf)
  
- Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 65(2), 329.

- Vázquez-Rodríguez, L. G., García-Ramos, F. J., & Hernández, F. A. Z. (2020). La representación de identidades queer adolescentes en 'Sex Education' (Netflix, 2019). Fonseca, Journal of Communication, (21), 47. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc2020214364/24474>
  
- Vázquez-Rodríguez, L. G., García-Ramos, F. J., & Hernández, F. A. Z. (2020). La representación de identidades queer adolescentes en 'Sex Education' (Netflix, 2019). Fonseca, Journal of Communication, (21), 60-61. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc2020214364/24474>
  
- Villegas-Simón, I., Angulo-Brunet, A., & Liu, K. (2018). Homofobia y recepción de personajes lésbicos en narrativas audiovisuales. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 11(1), 95. <https://www.redalyc.org/journal/5115/511554775007/511554775007.pdf>.
  
- Zabala Kahn, S. (2019). La representación de personajes LGBT en el cine. Ventana Indiscreta. Revista de cine de la Facultad de Comunicación, (022), 16. [https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana\\_indiscreta/article/view/4652](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/4652).
  
- Zorroza Huarte, M. I. (2007). Ficción, experiencia y realidad. ¿Qué tiene que ver el cine con la vida?. Revista de comunicación, (6), 77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=38707>.