

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

REPRESENTACIONES QUEER/QUIR ASERTIVAS COSTARRICENSES POR MEDIO
DEL DOCUMENTAL FALSO INTERACTIVO

Trabajo final de investigación aplicada sometido a la consideración de la Comisión del
Programa de Estudios de Posgrado en Comunicación para optar por el grado y título de
Maestría Profesional en Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

Juan Ignacio Rodríguez Loría

Andreína Quirós Vásquez

SUSTENTANTES

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2023

Agradecimientos

Agradecimientos de Juan Ignacio Rodríguez Loría

A mis padres y hermanas, cuya fuerza y apoyo propulsó esto.

A Daniel, por todas las cenas y trabajo extra que hizo mientras yo me conectaba en zoom.

A Sierra, por acompañarme en las noches hasta tarde.

A Richy, Alondra, Jimena, Fer y Ana Lucía por sus increíbles talentos actorales.

A Luisa, por su invaluable guía y consejos.

A Andreína, por su profesionalismo y temple durante estos 3 años.

Agradecimientos de Andreína Quirós Vásquez

A mi mamá, Gemma, siempre gracias.

A mis amigas por su ternura. Son un tesoro.

A Nat, gracias por darme el último impulso con tanto cariño.

A Alondra, hermana, pilar, gracias por el maquillaje, la actuación y el afecto.

A Elena por prestarnos su casa para la grabación.

A Olivia por recibirme, darme hospedaje y alimento.

A las actrices, actor y personas expertas que dieron aportes únicos.

A las personas he conocido en mi camino profesional que me han permitido acercarme a las realidades de las personas con VIH.

A Luisa por su acompañamiento cercano, la mirada crítica y sensibilidad.

A Mar y Mich por potenciar este proyecto.

A Ignacio, por la dedicación, por compartir sus saberes y el compromiso hasta el final.

«Este trabajo final de investigación aplicada fue aceptado por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Comunicación de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar por el grado y título de Maestría Profesional en Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia»



M.Sc. Diana Acosta Salazar

Representante de la Decana del Sistema de Estudios de Posgrado



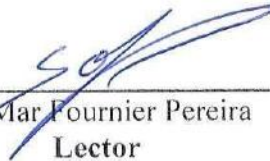
Dra. Luisa Ochoa Chaves

Profesora guía



Dra. Michelle Ferris Dobles

Lectora



Dr. Mar Fournier Pereira

Lector



M.Sc. José Luis Arce Sanabria

Representante de la Directora del Programa de Posgrado en Comunicación



Andreína Quirós Vásquez

Sustentante



Juan Ignacio Rodríguez Loria

Sustentante

Tabla de contenidos

Agradecimientos	ii
Hoja de aprobación.....	iii
Resumen.....	ix
Abstract.....	ix
Lista de figuras.....	x
Lista de cuadros	xi
1. Introducción.....	1
2. Costa Rica y lo queer/cuir en 2023.....	4
3. Historias queer/cuir para la juventud.....	7
4. Representaciones queer/cuir ¿asertivas?.....	13
5. Documentales cuir, falsos e interactivos: ¿qué se ha grabado antes?.....	19
6. ¿Cómo se documenta? Documental, documental performativo, falso documental y documental interactivo.....	22
7. El documental que nunca se grabó: una propuesta de representaciones queer/cuir asertivas	29
7.1 Técnicas del documental aplicadas en el documental falso interactivo cuir.....	30
7.2 Técnicas de ficción aplicadas en el documental falso interactivo cuir	32
7.3 Técnicas de la interactividad aplicadas en el documental interactivo cuir	34
8. El documental falso interactivo cuir y sus aportes a la alfabetización mediática.....	36
9. Conclusiones	42
1. Ficha técnica	47

2. Resumen ejecutivo:.....	48
3. Carta de intención	49
4. Perfiles de usuario.....	52
4.1 Público meta.....	52
4.2 Descripción de la población	53
4.3 User persona.....	54
5. Estructura del proyecto	58
5.1 Requerimientos funcionales y no funcionales.....	58
5.3 Arquitectura de la información	61
5.4 Mapas de YouTube y landing page.....	62
Landing page	68
5.5 Journey Map de la persona usuaria	72
5.6 Estructura narrativa	73
Sinopsis.....	73
Estructura narrativa interactiva: fish bone.....	74
5.7 Escaleta de largometraje	78
5.8 Diseño de interacción.....	94
Uso de redes sociales: Instagram y YouTube.....	94
Interacción con el documental falso interactivo	94
Escenario de interactividad.....	97
Gráfico de escenario de interactividad	98
6. Propuesta gráfica y visual	100
6.1 Tratamiento audiovisual.....	100

6.2 Referencias visuales	101
Paleta de colores	102
Referencias de tratamiento visual del documental falso	104
Narrativa principal:.....	104
Desvíos:	107
6.3 Prototipos funcionales interactivos	110
6.4 Prototipo de baja fidelidad	110
Propuesta de interactividad en YouTube.....	114
6.5 Prototipo de alta fidelidad	115
Fotogramas del prototipo de alta fidelidad:	115
7. Validación	118
7.1 Validación del prototipo de baja fidelidad	118
7.2 Resultados de la validación del prototipo de baja fidelidad.....	121
7.3 Validación del prototipo de alta fidelidad	123
7.4 Resultados de la validación del prototipo de alta fidelidad.....	124
Contenido narrativo:	124
Funcionalidad de la interactividad:	125
Representaciones asertivas mediante el documental falso	125
8. Cronograma tentativo	126
8.1 Resumen de cronograma	128
9. Requerimientos	129
9.1 Equipo de trabajo	130
Desarrollo	130

Producción	130
Postproducción	131
Landing page	131
Distribución	131
10. Presupuesto y plan de financiamiento	131
10.1 Presupuesto	132
10.2 Plan de financiamiento	135
10.3 Plan de recuperación	136
10.4 Flujo de caja	137
11. Plan de mercadeo y distribución	140
12.1 Definición del producto.....	140
11.2 Situación actual de la comunicación del proyecto	145
11.2.1 Preproducción	145
a) Objetivos específicos.....	145
b) Público objetivo	146
c) Mensajes clave	146
d) Canales de distribución (digital)	146
e) Estrategia por canal	147
11.2.2 KPI de medición por estrategia	151
11.2.3 Producción.....	153
11.2.4 Postproducción.....	153
12. Lista de referencias	155
13. Anexos	161

13.1 Anexo 1. Guiones desarrollados	161
13.2 Anexo 2. Guion de entrevistas grupales.....	172
13.3 Anexo 3. Cuestionario de validación de prototipo de alta fidelidad	180

Resumen

El presente escrito está dividido en dos partes. En la primera se aborda la importancia de las representaciones audiovisuales queer/cuir para las poblaciones sexualmente diversas, y el vacío histórico que existe de estas representaciones en el audiovisual costarricense. Se analiza y propone cómo se puede representar de forma asertiva a las poblaciones sexualmente disidentes en el audiovisual desde el contexto costarricense. En la segunda parte, se describe detalladamente la propuesta de un documental falso interactivo como una posibilidad viable para representar de forma asertiva a las personas cuir/queer.

Abstract

This paper is divided into two parts. The first addresses the importance of queer/cuir audiovisual representations for sexually diverse populations, and the historical void that exists for these representations in Costa Rican audiovisuals. It also analyzes and proposes how sexually dissident populations can be represented assertively in audiovisuals from the Costa Rican context. In the second part, the proposal for an interactive mockumentary is described in detail as a viable possibility to assertively represent cuir/queer people

Lista de figuras

Figura 1 Queer kids need stories about happy adults	11
Figura 2 Queer kids need stories about happy queer adults	49
Figura 3 Gráfico de user persona 1	56
Figura 4 Gráfico de user persona 2	58
Figura 5 Mapa de canal de YouTube	63
Figura 6 Prototipo de página principal del canal de YouTube	64
Figura 7 Prototipo de página de video explicativo	65
Figura 8 Prototipo de página del docu-falso-interactivo	66
Figura 9 Prototipo de página de desvíos	67
Figura 10 Mapa de sitio de la landing page	68
Figura 11 Prototipo de baja fidelidad, landing page para teléfono móvil	69
Figura 12 Prototipo de baja fidelidad, landing page para computadora	71
Figura 13 Journey map de la persona usuaria	72
Figura 14 Imagen de estructura tipo fish bone	75
Figura 15 Acercamiento de la imagen 1	76
Figura 16 Acercamiento de la imagen 2	76
Figura 17 Acercamiento de la imagen 3	77
Figura 18 Ejemplos de visualización de interactividad	96
Figura 19 Mapa del recorrido de la experiencia del cliente	98
Figura 20 Definición de esquemas de navegación	99
Figura 21 Versión borrador 1 para logotipo de prototipo de baja fidelidad	101
Figura 22 Versión borrador 2 para logotipo de prototipo de alta fidelidad	101
Figura 23 Paleta de colores	102
Figura 24 Storyboard escena inicial parte 1	111
Figura 25 Storyboard escena inicial parte 2	112
Figura 26 Storyboard escena desvío 3	113
Figura 27 Propuesta de interactividad en YouTube	114

Figura 28 Propuesta de interactividad seleccionada	123
Figura 29 Funcionalidad de la interactividad	125
Figura 30 Cronograma tentativo	127

Lista de cuadros

Cuadro 1 Escaleta de largometraje	78
Cuadro 2 Referencias de tratamiento visual de la narrativa principal	104
Cuadro 3 Referencias de tratamiento visual de los desvíos.....	107
Cuadro 4 Fotogramas del prototipo de alta fidelidad de la narrativa principal	115
Cuadro 5 Fotogramas de desvíos del prototipo de alta fidelidad.....	116
Cuadro 6 Fotogramas de desvíos del prototipo de alta fidelidad.....	117
Cuadro 7 Características del entrevista grupal 1	119
Cuadro 8 Características del entrevista grupal 2	120
Cuadro 9 Resumen de cronograma.....	128
Cuadro 10 Requerimientos	129
Cuadro 11 Equipo de trabajo	130
Cuadro 12 Resumen presupuesto.....	132
Cuadro 13 Desglose del presupuesto	134
Cuadro 14 Plan de financiamiento.....	136
Cuadro 15 Plan de recuperación	137
Cuadro 16 Resumen de flujo de caja 1	138
Cuadro 17 Resumen de flujo de caja 2	139
Cuadro 18 Ventajas competitivas con respecto a productos similares costarricenses.....	142
Cuadro 19 Estrategia por canal.....	148
Cuadro 20 KPI de medición por estrategia.....	151
Cuadro 21 Preguntas del sondeo de prototipo de baja fidelidad.....	173
Cuadro 22 Guía de preguntas de entrevista grupal en torno al prototipo de baja fidelidad	178
Cuadro 23 Cuestionario de validación del prototipo de alta fidelidad	180

1. Introducción

A raíz de la democratización audiovisual digital en la década de 2010, el cine costarricense experimentó un auge en la cantidad y diversidad de historias que retrataban las realidades del país. Antes de esa fecha, los esfuerzos cinematográficos realizados en territorio costarricense eran, a lo sumo, escasos e implicaban una logística de producción, postproducción y distribución engorrosa. Cortés (2012) se refiere al repunte del cine tico y sus dificultades actuales cuando señala que «las nuevas tecnologías y la reducción de los costos han permitido el crecimiento de nuestra cinematografía. No obstante, no podemos hablar de una industria. El mercado es muy pequeño y no existe una distribución en otros países» (p. 5).

Se puede hablar de una democratización de la producción y el consumo audiovisual a raíz de los avances tecnológicos, debido a que los costos de producción, postproducción, distribución y consumo de un audiovisual se han abaratado considerablemente, como por ejemplo, el acceso a dispositivos que pueden grabar imágenes en movimiento (iPhone, cámaras DSLR o *mirrorless*), a dispositivos que pueden editar estas imágenes digitalmente (*laptops, smartphones, tablets*) y a plataformas donde colgar o consumir ese contenido (YouTube, Netflix, Stremio, Instagram, TikTok).

Lo anterior, claro está, no es un fenómeno estrictamente costarricense; al contrario, es una tendencia global que está cobrando cada vez más fuerza. Específicamente en Latinoamérica, se ha experimentado un repunte en la realización cinematográfica durante la última década, y esto ha traído consigo una diversificación de las temáticas abordadas; entre ellas, se encuentran las narrativas *queer* o cuir. Bertrán (2012) se refiere a esta nueva exploración temática de lo *queer* en Latinoamérica:

Ha pasado por multitud de etapas. De ser tema apenas tratado a convertirse en uno de los lugares de preferencia de la discusión cultural de cine [...] Se ha nutrido gradualmente de fuentes varias. Ante todo, se ha nutrido de la producción de cine misma en Latinoamérica, que pide con fuerza nuevos acercamientos. (p. 1)

Es a partir de este nuevo crecimiento que se vuelve necesario y urgente impulsar, de una forma crítica y asertiva, representaciones de historias y personajes *queer*/cuir en la gran pantalla. Sin embargo, Costa Rica, aparte de su lenta evolución cinematográfica, es una sociedad en gran parte religiosa y es aún un Estado oficialmente católico (Díaz, 2017). Lo anterior ha permeado no solamente sus proyectos políticos y políticas públicas, sino también otros ámbitos del país como su cultura y el consumo de esta. Ambas situaciones en conjunto han ocasionado que el audiovisual cuir costarricense tenga limitaciones y obstáculos para desarrollarse y consumirse.

Por ejemplo, la primera película costarricense que tuvo una protagonista sexualmente diversa fue *Nina y Laura* (2015) de Alejo Crisóstomo. Este filme aborda la maternidad y las relaciones de una pareja de mujeres lesbianas. A partir de ahí, solamente otras tres propuestas de largometrajes, *Abrázame como antes* (2013) de Jurgen Ureña, *Callos* (2019) de Nacho Rodríguez y *En algún sitio* (2023) de Frayser Navarrete, han explorado personajes principales pertenecientes a las comunidades LGBTQ+.

Estos filmes han propuesto mayoritariamente narrativas tradicionales o lineales del documental o la ficción dramática, sin adentrarse particularmente en narrativas alternativas, interactivas o cine de género. Se puede afirmar, entonces, que también hay una limitante en la diversidad de opciones que el ya de por sí escaso cine LGBTIQ+ presenta a la audiencia costarricense.

Para salir de este molde tradicional narrativo, visibilizar y legitimar experiencias sexualmente diversas, y así impactar positivamente la alfabetización mediática en el audiovisual dirigida a las comunidades LGBTIQ+ y, específicamente, a las personas jóvenes cuir, el presente trabajo propone el subgénero del documental falso interactivo como una posibilidad para representar lo cuir de forma asertiva y territorializada. Craig Hight (2015) enmarca específicamente el género del documental falso como una narrativa contemporánea y vigente en el abordaje de representaciones de la realidad, cuando establece que este posee:

Un enfoque innovador para contar historias en una amplia gama de medios, incluido el cine popular (como con los géneros de ciencia ficción, terror y superhéroes) [...] y cualquier cantidad de formas experimentales de producción de medios que persiguen un objetivo más amplio y crítico hacia las representaciones de la realidad. Se ha establecido como un enfoque distinto y, en ocasiones, innovador en el *storytelling*. (p. 28)

Este género del documental falso ya ha sido utilizado con anterioridad para visibilizar, reflexionar y criticar diversas problemáticas sociales, poblaciones específicas y situaciones políticas. Hablando específicamente de Latinoamérica, destacan piezas audiovisuales pertenecientes a este género como *Agarrando Pueblo* (Carlos Mayolo y Luis Ospina, 1987) y *Fake news: La era del Ñandú* (Carlos Sorín, 1987). La primera visibilizó y criticó la manera en la que las poblaciones de escasos recursos colombianas son representadas audiovisualmente afuera de Latinoamérica. La segunda plantea una crítica sobre la manipulación mediática ejercida por los medios de comunicación argentinos en la década de los 80.

En el presente trabajo, buscaremos aproximarnos a las representaciones *queer* costarricenses a través del audiovisual. A partir de la revisión de la teoría sobre el documental, el documental performativo, el documental falso y el documental interactivo, así como de sus respectivos elementos narrativos y técnicos, se buscará construir una propuesta de documental falso interactivo. Esta tendrá el objetivo de vincular, usando modelos interactivos, a las personas jóvenes costarricenses con representaciones *queer* asertivas audiovisuales, las cuales históricamente no han podido ver la luz del día debido a limitantes de producción y a la tónica conservadora de la sociedad costarricense.

2. Costa Rica y lo *queer*/cuir en 2023

La población *queer* o cuir costarricense no es solamente la población meta del producto audiovisual, sino que también posee un rol protagónico en la narrativa misma del producto. Para empezar a comprender esta colectividad cuir, hacemos la aclaración de que en el presente ensayo se entiende lo *queer* como un concepto amplio, que puede tener múltiples lecturas. Desde Latinoamérica, este concepto se ha adaptado a una mirada situada desde esta misma región, América Latina, donde se hace referencia a lo *cuir*. Valencia (2015) sostiene el uso del vocablo cuir desde una mirada situada, decolonial, territorializada desde el sur global y las periferias:

Cuir es un movimiento de autocrítica y agenciamiento radical que hace alianzas con los (trans)feminismos y con los diversos procesos de minorización dados por etnia/raza, diversidad funcional, migración, edad, clase, etc., y que reconoce los logros y las multitudes queer del tercer mundo estadounidense, así como los

diversos feminismos. En suma, cuir es un proyecto geopolítico y ético, no sólo estético y prostético. (p.35)

Aunado a esto, en el artículo de Schramm, Teorizando *queer* desde las Américas (2017) se reconoce que, en la Quinta Conferencia Internacional Paradigmas Queer en Quito, Ecuador, «lo queer formaba parte del lenguaje de muchas ponencias. Sin embargo, en lo que concernió al activismo LGBTIQ sudamericano, observé que “lo queer” se convirtió en “lo cuir” (...) como conocimientos situados, se mantuvieron críticos ante el predominio lingüístico anglosajón» (p.111).

Para efectos del presente trabajo, se decide usar los distintos vocablos como una acción estratégica comunicacional, reconociendo la mirada crítica del concepto cuir y también entendiendo que son términos que no necesariamente están incorporados en el lenguaje popular de los jóvenes de Costa Rica, por lo cual se opta por ampliar el rango del mensaje y usar distintas terminologías. Así, a lo largo del ensayo nos referimos tanto a lo *queer* como a lo cuir. Asimismo, se utilizarán las siglas LGBTIQ+ para hacer referencia a la población sexualmente disidente y que desafía los mecanismos heteronormados que sostienen un sistema capitalista y patriarcal, reconociendo que son conceptos vivos que están en constante diálogo y transformación.

En lo que se refiere a Costa Rica específicamente, la investigación de Rojas (2020) presenta un escenario de la situación de las personas LGBTIQ+, en el que se exponen datos estadísticos actualizados. Costa Rica es un país en donde al menos trecientas mil personas forman parte de la población sexualmente disidente (Rojas, 2020) y donde aproximadamente hay quince mil niños y niñas LGBTIQ+ (Benach *et al.*, 2008). No se encuentra disponible un dato exacto de cuántas adolescentes forman parte de este número.

Por otro lado, en Costa Rica existen acciones afirmativas y antidiscriminatorias dirigidas a la población cuir. Por ejemplo, en 2013, se estableció la Política Integral Migratoria, la cual protege los derechos de personas migrantes y refugiadas LGBTIQ+ (Schramm, 2017, p.108), mediante estrategias para capacitar sobre la adecuada atención a migrantes y refugiados. Por otro lado, el decreto 38999 del 15 de mayo de 2015 (Política del Poder Ejecutivo para erradicar de sus instituciones la discriminación hacia la población LGBTI, 2015) indica que la orientación sexual y la identidad de género son categorías protegidas y que el Poder Ejecutivo costarricense debe erradicar dentro de la institucionalidad la violencia y discriminación hacia las personas sexualmente diversas.

Asimismo, para el año 2017 existían 37 cantones declarados libres de discriminación hacia las personas LGBTIQ+ (Frente por los Derechos Igualitarios, 2017). Esto ha traído consigo que las municipalidades de cada cantón generen normativas antiestigma y antidiscriminación y procuren que el espacio público sea un espacio seguro para las personas de la diversidad sexual.

La aún reciente opinión consultiva oc-24/17 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH, 2017), en donde se determina la inconstitucionalidad de la prohibición del matrimonio igualitario, provocó que en el año 2020 en Costa Rica se aprobara el matrimonio de personas del mismo sexo. Además, esta opinión consultiva llama a los gobiernos a hacer cambios en sus marcos jurídicos para reconocer la identidad de todas las personas. En Costa Rica, esta última medida no fue acatada en su totalidad, por lo que, actualmente, las personas trans no pueden cambiar su género en su identificación. Sin embargo, sí se permite el cambio de nombre para esta población y la cédula de identidad no indica el sexo asignado al nacer.

Como se puede observar en esta breve recapitulación, existe un avance en términos de reconocimiento de derechos. Sin embargo, es necesario problematizar la aplicación efectiva de estos avances. Para lograrlo, es imperativo seguir construyendo puentes entre la diversidad, no con el afán de crear un movimiento con un solo tono de voz, sino de reconocer el dinamismo y la sinergia de la diversidad y el presente cambiante, para que la representatividad de estas poblaciones no sea una receta. En ese sentido, nuestro producto buscará aportar una mirada plural creando un producto audiovisual asertivo y consecuente con la diversidad de poblaciones.

3. Historias *queer*/cuir para la juventud

«Es importante saber de dónde venimos, quiénes fueron los pioneros y quiénes caminaron para que podamos correr» (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023).

A partir del contexto anterior sobre lo cuir y su relevancia en nuestro entorno costarricense, planteamos algunas preguntas vigentes que como comunicadores buscamos solventar: ¿cómo se puede representar lo *queer* por medio de un proyecto audiovisual? ¿Cuál género audiovisual nos permite dialogar con las juventudes de manera interactiva y representar estas comunidades de forma asertiva? Estas interrogantes son el motor de la investigación; se responden a lo largo de este escrito y están acompañadas de un trabajo práctico.

Este trabajo práctico estará dirigido a una audiencia de adolescentes *queer* entre 15 y 19 años. Escogemos este público por varias razones: debido a la falta de educación histórica diversa en el sistema educativo del país y a que este público suele estar

alfabetizado en narrativas interactivas y digitales.

Sobre este último punto, el informe de la encuesta Kids Online (Pérez, 2019) indica que el 78.8 % de las niñas, niños y adolescentes encuestados de Costa Rica usa Internet varias veces al día, y el teléfono es su principal dispositivo de acceso. Lo anterior evidencia que la juventud costarricense tiene un sinfín de contenido audiovisual digital al alcance de sus manos y que podría poseer una alfabetización audiovisual elevada. Por tanto, proponer en nuestro trabajo práctico un audiovisual de un género todavía no explorado en el país es viable, y le daría un valor agregado a la propuesta, pues se diferencia de otro tipo de contenido. De esta manera, se interpela a nuestro público meta mediante una propuesta fresca y se atraen más ventanas de distribución.

Por otro lado, en Costa Rica no existen datos exactos de las experiencias y características de las poblaciones cuir adolescentes. Sin embargo, sí existen datos disponibles en otras latitudes. Por ejemplo, el *2018 LGBTQ Youth Report* realizado por Human Rights Campaign (2018), concluyó que

Las disparidades de salud mental entre los jóvenes LGBTQ y los que no lo son continúa siendo una tendencia alarmante. Los jóvenes LGBTQ de hoy se enfrentan a una variedad de factores de estrés: acoso, rechazo de la familia y de compañeros, el acoso de sus compañeros, el aislamiento y la falta de sentido de pertenencia tienen un gran impacto en su bienestar general. (p.6)

Este estudio plantea una diferencia clara entre las experiencias de las personas LGBTIQ+ y las que no pertenecen a esa población, y muestra cómo la población joven *queer* sigue siendo vulnerable a la discriminación y estigmatización por el solo hecho de enunciarse *queer*. También, en Estados Unidos se realiza periódicamente un estudio

nacional sobre las experiencias de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales en los centros educativos. En el año 2019, fueron entrevistados un total de 22 298 de estudiantes entre 13 y 21 años de todo el territorio estadounidense (Kosciw *et al.*, 2019). Se identificó que el 81,8 % de los estudiantes LGBTIQ+ afirman sentirse inseguros en la escuela debido a al menos una de sus características personales reales o percibidas. Asimismo, sólo a un 16,3 % de los estudiantes LGBTIQ+ se les enseñó representaciones positivas sobre personas, historia o acontecimientos LGBTIQ+ en sus escuelas.

Las cifras mencionadas son alarmantes. Según este mismo estudio, los estudiantes de escuelas cuyas clases incluían representaciones positivas de la historia tuvieron mejores resultados de aprendizaje y se sintieron en un espacio seguro para conversar sobre temas LGBTIQ+ y, en general, de identidad sexual con sus pares (Kosciw *et al.*, 2019). A raíz de lo anterior, se concluye que las personas adolescentes pertenecientes a las comunidades LGBTIQ+ necesitan historias con referentes de poblaciones diversas, positivas y locales para generar espacios seguros de desenvolvimiento de su identidad y sexualidad de forma positiva.

Sumado a lo anterior, en Costa Rica, según las entrevistas grupales realizadas con la audiencia para el presente trabajo, los adolescentes costarricenses participantes son críticos con respecto al contenido de las historias que consumen, y son capaces de identificar mensajes problemáticos e identificar estereotipos o una falta de representación en pantalla. Por ejemplo, uno de los participantes del entrevista grupal mencionó:

Lo que yo veo en esto es la oportunidad de generar un vínculo histórico que no tengo; por ejemplo, es común ver en redes sociales que se habla de Stone Wall y de estos *landmarks* históricos, mayoritariamente en Norteamérica, nosotros no tenemos

eso, o sí han sucedido esas cosas, pero no tenemos la educación. (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023)

El participante pone en evidencia que existe una carencia cultural y educativa en el conocimiento de narrativas e hitos históricos LGBTIQ+ en el territorio costarricense y centroamericano, y que los referentes históricos más reconocidos nacen en el norte global.

Otra participante de la entrevista grupal reforzó la necesidad de contar con historias narradas desde protagonistas LGBTIQ+:

Sobre el encuentro de lesbianas, siempre que se menciona este dichoso encuentro, de lo que se habla es de la oposición que tuvo y la polémica política... pero a mí me llama la atención. ¿Qué pasó en ese encuentro? ¿Cómo fue? Lo que me llama la atención es el aspecto bonito que no siempre se habla. (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023)

Para esta participante son importantes las referencias LGBTIQ+ positivas.

Aunado a lo anterior, en las entrevistas grupales realizadas se hace notar que también es relevante hablar de las experiencias de agresión y de discriminación o sobre la violencia policial que ha sucedido en nuestro país. Sin embargo, es importante representar estas situaciones de una forma no revictimizante, y que existan personajes que también disfrutaban de la fiesta y del placer: «A Neon Ice nunca va a entrar un policía o queremos creer que nunca va a entrar un policía a hacer una redada, pero al mismo tiempo, así como disfrutaban, ellos disfruto yo» (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023).

Identificamos que es de interés de las personas jóvenes participantes tener referentes LGBTIQ+ reales, localizados y presentados de forma positiva:

Desde que salí del closet, siempre me ha interesado mucho aprender más sobre la historia, de cómo llegamos a tener más derechos ya que antes [...] Se decía que era más difícil, ahora no es que es facilísimo, pero no es tan difícil como antes. (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023)

Esta frase nos recuerda un *trend* en la red social Instagram en 2021, donde varias personas y organizaciones empezaron a compartir una imagen referente a la importancia de representaciones *queer* afirmativas para la niñez y adolescencia:

Figura 1

Queer kids need stories about happy adults



Nota. Tomado de de atribecalledqueer, 2021

(<https://instagram.com/atribecalledqueer?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>)

El texto en la imagen se traduce como «La niñez *queer* necesita historias sobre adultos *queer* felices». Algo tan simple como la historia de una persona adulta sexualmente diversa feliz, exitosa o plena en su vida se convierte en un producto trascendental debido a la falta de estos textos en los espacios públicos. Sin embargo, no pretendemos idealizar el

hecho de ser una persona sexualmente diversa ni tampoco apuntar a la felicidad como único objetivo en la vida de estas poblaciones.

Crecimos en los años 90, cuando ver a una persona sexualmente disidente en la pantalla era tabú. Los personajes se construían de manera que su preferencia e identidad sexual no eran explícitas, y cuando se sugería implícitamente que un personaje era LGBTIQ+, no tenía un carácter positivo, sino que reproducía estereotipos que desencadenaban en discriminación y autodiscriminación. No tuvimos acceso a contenidos que visibilizaran las posibilidades placenteras de lo que significaba ser una persona sexualmente disidente. Personalmente, nos hubiese encantado crecer con más historias así.

En nuestro caso, en Costa Rica recordamos a Ricky, el personaje gay de *La Pensión*, interpretado por César Meléndez. Era un personaje que continuamente era motivo de burla de los demás protagonistas. Esta burla era naturalizada y utilizada como un gancho cómico para el público costarricense. No recordamos a ningún otro personaje *queer* costarricense en nuestra infancia: la primera película con tintes cuir costarricense se presentó hasta el año 2015.

Se puede establecer, con total seguridad, que hay un vacío histórico en cuanto a las representaciones *queer* audiovisuales costarricenses y que hay jóvenes que mantienen el interés y la necesidad de contar con esos referentes históricos. Como profesionales de la comunicación, deseamos aproximarnos a esta problemática, con el fin de aportar desde la narrativa y las técnicas audiovisuales, y ayudar a subsanar esta notoria falta de representación histórica.

4. Representaciones *queer/cuir* ¿asertivas?

Es común, en espacios diversos, escuchar la frase «eso no me representa». Ya sea en movimientos sociales, publicidad, literatura, música, narrativas audiovisuales o cualquier otro espacio o medio, las personas cuya existencia particular ha sido subrepresentada o representada de forma estereotípica o errónea pueden poseer sensibilidades con respecto al término «representación». Por ello, en este apartado, haremos un recuento de la importancia de la representación de las audiencias *queer*. Iniciamos con Kaur (2017), quien hace referencia al rol que toman las representaciones audiovisuales en las sociedades:

La proyección de estereotipos de género en las películas forma la percepción de la sociedad sobre los roles de género. La sobresaturación de estereotipos de género en las películas da como resultado la tergiversación de los roles de género que se incrusta en la mente humana y se transmite de generación en generación como una visión aceptable. (p. 22)

Como se observa, todo lo que se representa ante un público interactúa con las percepciones que este público tiene con respecto a sus realidades subjetivas. Si durante décadas a la población LGBTIQ+ se le ha negado su existencia en pantallas o se le ha representado con base en estereotipos o suposiciones erróneas, es posible que las nuevas generaciones posean exigencias y sensibilidades mayores en cuanto a la manera en que se representan sus vivencias. Lo que no se ve, no existe. Lo que no se escucha, no existe. La pluralidad de diversas representaciones *queer* nutriría las discusiones personales e interpersonales de los diferentes espacios sociales. Pérez (2018) ahonda sobre la importancia de las historias *queer* en espacios sociales cuando dice que los «textos queer

ofrecen oportunidades para explorar distintos niveles de identidades ya forjadas, inscribiendo en ellas nuevas historias que transformarían nuestra visión del colectivo LGBTIQ» (p. 128).

Es común que se hable en singular de la comunidad LGBTIQ+. Es decir, no se toman en cuenta las diferencias abismales entre las comunidades lésbicas, gays, bisexuales, trans, inter o *queer*. Inclusive, dentro de cada comunidad hay muchísimos matices con cientos de singularidades que hacen que lo que para una persona es una representación cercana a su realidad, para otra puede ser una representación totalmente alienante. Por ello, en el presente trabajo se hablará sobre representaciones y comunidades, en plural.

Entonces, al hablar de forma plural, nos referimos a representaciones de la colectividad, grupos, personas e individualidades y a la heterogeneidad de identidades y relaciones que componen estas comunidades. Fournier (2014) se refiere a estas diferencias que existen dentro de lo diverso:

No es lo mismo autodenominarse lesbiana feminista en Matagalpa, Nicaragua, que en Montevideo, Uruguay, ser lesbiana feminista campesina en el Aguan, o ser migrante nicaragüense feminista lesbiana en Upala, Costa Rica; como no es igual ser trans en Tegucigalpa que en Buenos Aires, en los barrios del sur de San José de Costa Rica o en San Paulo, Brasil. Aunque compartan una misma raíz, las opresiones se materializan de formas distintas, y las herramientas para afrontarlas varían según el contexto. (p. 81)

En este entorno en donde las particularidades locales de lo cuir toman relevancia, las nuevas tecnologías de información han permitido que las mismas personas pertenecientes a todas estas comunidades diversas, creen y comuniquen sus propios

mensajes, imágenes y representaciones al mismo tiempo que consumen una gran cantidad de contenido dirigido hacia ellos, ellos y ellas. Como establece Alexander (2002), en su texto *Queer Webs: Representations of LGBT People and Communities on the World Wide Web*:

¿Qué podría significar esa representación cada vez mayor, y específicamente la representación internacional, para la organización social, cultural y política LGBTQ? La diversidad de la representación exige un análisis de cómo los queers negocian tanto las identidades como las comunidades a través de la frontera de la Web, lo que ha expuesto a las personas queer a mayores variedades de representación e identidad como nunca antes. (p. 81)

Con base en lo anterior, en el mundo globalizado donde las representaciones *queer* tanto personales como colectivas abundan dentro de las nuevas tecnologías de información, es imperante fomentar las representaciones locales positivas y asertivas, tomando en consideración las particularidades de cada región geográfica en su realización. El audiovisual, como medio poderoso de representación artística de las realidades sociales, es un actor innegablemente prominente. Ya lo dice Kaur (2017) en su texto *Gender, Sexuality and (Be) longing: The Representation of Queer (LGBT) in Hindi Cinema*, cuando menciona: «La representación de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, hijras y otras personas que se identificaron como “queer” en las películas de manera positiva ha actuado como un bálsamo para la comunidad» (p. 22).

Sin embargo, no todos los audiovisuales con personajes LGBTIQ+ que buscan posicionar representaciones positivas lo logran con éxito. Algunos, como es el caso del videoclip *Same Love* (2012) de los artistas Macklemore y Lewis, nos muestran

representaciones *queer* que buscan emular la heteronormatividad, al mismo tiempo que tratan de igualar lo *queer* con lo heterosexual. Ese audiovisual aboga por que los individuos homosexuales y lesbianas encajen dentro de las sociedades heteronormativas. Estratégicamente hablando, el video enfatiza la semejanza para convencer a una audiencia heterosexual de las similitudes que comparten con los hombres y mujeres homosexuales. Sin embargo, ideológicamente, la representación homonormativa del video puede fortalecer una convicción ampliamente compartida de que muchos principios heteronormativos son válidos y cruciales para la existencia de las sociedades neoliberales contemporáneas y que la igualdad debe basarse en la incorporación de estos principios por parte de las personas LGBTIQ+ (Dhaenens, 2016).

Es decir, por más buenas intenciones que tenga un audiovisual de parte de sus respectivas creadoras y creadores, se puede caer en más estereotipos que retroceden los avances en materia de representatividad, si no se realiza una investigación consciente y que tome en cuenta de manera fundacional la mirada de las personas a las cuales el audiovisual busca representar.

Para romper con esto, encontramos un referente académico revelador para el abordaje asertivo del tema *queer*: el estudio de tesis doctoral desarrollado por Rosa Sánchez del Pulgar (2017). En este estudio, se analiza la construcción y representación de personajes *queer* en el cine del siglo XX, en 54 películas donde la temática de la diversidad sexual está presente.

Algunas conclusiones apuntan a que es indispensable actualizar las narrativas y los conocimientos generales en torno al abordaje de las disidencias sexuales en el cine. Se defiende la importancia que ha tenido la construcción de los personajes *queer* desde la

manifestación de su orientación sexual. Es decir, se fomenta que la orientación, la identidad sexual o la expresión de género de los personajes sean expuestas en el producto audiovisual de forma explícita y no latente:

El punto de inflexión es con respecto a dicha representación y el modo de retratar a los gays y lesbianas. Sólo un discurso latente permitía que aquellos de sexualidad dudosa optaran por un lugar en la cinematografía y, de hacerlo, sería cumpliendo unas normas. (Sánchez, 2017, p. 367)

En este texto, se reconoce, a la vez, un avance en la historia del cine. A mediados del siglo XX, se producía cine en el que la diversidad sexual era sugerida, solapada u oculta. Contrariamente, al final del siglo, la narrativa gay se representa de forma evidente no sólo a través de los personajes, sino también de los componentes musicales, la iluminación, la fotografía, el arte y demás elementos audiovisuales (Sánchez, 2017). Esta investigación evidencia la importancia de la representación de personajes explícitamente gays o lesbianas en el cine, pues el hecho de aludir a una parte de la población que ha sido excluida y discriminada históricamente la valida, la nombra.

Sin embargo, entre los años 1980 y 1990, la diversidad sexual manifestada también reprodujo estereotipos negativos:

no será hasta los años setenta u ochenta, que el cine se atreva a nombrar [la homosexualidad]; lo hará relacionándola con tipos marginales o promiscuos, cuya única ocupación es el sexo libre o consumo de drogas. El SIDA también ocupará un lugar importante en los relatos explícitos. (Sánchez, 2017, p. 371)

Como se puede observar, hay una evidente necesidad de representar lo cuir en pantalla para visibilizar a estas comunidades históricamente invisibilizadas. Al mismo

tiempo, se subraya el hecho de que las representaciones pueden llevar a reforzar estereotipos reduccionistas o revictimizantes o tratar de homologar lo heterosexual con lo *queer*. A raíz de lo anterior, es de suma importancia no solo visibilizar lo *queer* en pantalla, sino buscar que esas representaciones sean asertivas.

Con base en la teoría expuesta anteriormente, entendemos el concepto de representaciones asertivas cuir enfocadas en la juventud como todas aquellas representaciones que toman en cuenta la amplia diversidad y el sentido de localidad dentro de las comunidades sexualmente disidentes, alejándose de rastros de homonormatividad¹ y heteronormatividad² y celebrando más bien los matices que amplían y retan nuestro entendimiento de lo diverso. Al mismo tiempo, estas representaciones asertivas buscan celebrar lo «desviado» en las narrativas, proponer más allá de las narrativas opresivas, obsoletas o revictimizantes, y proporcionar a las nuevas generaciones historias poderosas y vigentes. Estas historias abordan lo diverso no solo desde la problemática social o la carencia, sino desde la celebración y reivindicación individual y colectiva.

Nuestra propuesta nace dado el elevado uso de Internet de la población joven costarricense a través de dispositivos móviles y su necesidad de consumir contenido histórico local cuir fuera del molde tradicional o predominante. Las personas jóvenes están constantemente expuestas a un sinfín de contenido audiovisual, y es necesario proponer narrativas y formatos alternativos que sobresalgan por su singularidad y les interpele como

¹ La homonormatividad la entendemos «como [...] una política que no impugna los supuestos y las instituciones heteronormativas dominantes, sino que los defiende y sostiene, al tiempo que promete la posibilidad de un electorado gay desmovilizado y una cultura gay privatizada y despolitizada anclada en la domesticidad y el consumo» (Duggan, 2002, p. 179).

² La heteronormatividad se comprende «como el conjunto de normas que rigen lo social y culturalmente aceptado en la forma de vida de las personas heterosexuales dentro de un contexto políticamente liberal, económicamente capitalista y socioculturalmente occidental» (López, 2015, p. 138).

personas cuir. Queremos grabar el audiovisual que nunca se grabó. No podemos devolver el tiempo y grabar una película cuir en los años 80, pero sí podemos utilizar herramientas técnicas y narrativas actuales que, mediante un género híbrido, emulen un audiovisual de esa época, que pueda representar a las poblaciones cuir de manera asertiva y permita posicionar referentes e hitos históricos LGBTIQ+ en la juventud de Costa Rica. Se trata de una propuesta digital que sea accesible para las personas adolescentes y que, además, utilice elementos interactivos para profundizar en la narrativa y atraer a la persona usuaria. Proponemos un audiovisual que sirva como bálsamo para personas jóvenes, ante el enorme vacío histórico cuir audiovisual costarricense: **El Documental Falso Interactivo**.

5. Documentales cuir, falsos e interactivos: ¿qué se ha grabado antes?

Sin duda alguna, en las últimas dos décadas, el audiovisual ha seguido mutando y transformando las formas de presentar temáticas vinculadas a las comunidades LGBTIQ+. En Costa Rica, existen pocos ejemplos de documentales que abordan de forma central y explícita la diversidad sexual, como el cortometraje llamado *Cálido afuera* (2021), dirigido por David Ulloa y Sofía Corrales, el cual muestra el momento histórico en el que tres personas LGBTIQ+ estaban aspirando a ser diputadas en las elecciones presidenciales de 2018. También en el contexto electoral costarricense de 2018, en el que se dio de forma evidente una discusión pública sobre los derechos de la población sexualmente diversa, el director Nacho Rodríguez retrata las vivencias de tres muchachos *queer* en el documental *Callos* (2018).

Estos son referentes temáticos en la medida en que retratan personas que forman parte de la disidencia sexual; no obstante, no retratan la época que se busca en el presente

proyecto. Además, en Costa Rica se sostiene aún una narrativa de homosexualidad latente de forma generalizada, en contraste con el contexto social de 2023 en donde se vive una homosexualidad en auge, permeada por la cultura del cine europeo y estadounidense, en donde lo *queer* es palpable y lo cuir centroamericano está deseante de protagonismo.

Por otro lado, como antecedentes relevantes en términos del documental, podemos encontrar referentes latinoamericanos de falsos documentales vinculados a una temática social. Además de los documentales falsos latinoamericanos mencionados anteriormente – *Agarrando pueblo* (Carlos Mayolo y Luis Ospina, 1987) y *Fake news: La era del Ñandú* (Carlos Sorín, 1987)–, tenemos también la investigación *Migrantes: guion y diseño de producción para falso documental* de Alejandro Fierro (2020). Este proyecto retrata la vivencia de la población migrante latinoamericana mediante un documental falso, y recorre los aspectos técnicos que se deben considerar para realizar un falso documental en América Latina. Por ejemplo, en el estudio, detalla los procesos de realización del guion, el guion técnico, la escaleta, además de la descripción del desarrollo de departamentos como el de arte, fotografía y sonido. Lo anterior es un referente metodológico importante para un equipo como el nuestro, que tiene el objetivo de realizar un producto del mismo género.

Hablando exclusivamente de Costa Rica, no existen audiovisuales que representen a la población *queer* mediante el documental falso. En cuanto a audiovisuales de este subgénero que traten otras temáticas, existen muy pocos trabajos reconocidos. El cortometraje realizado por Sofía Quirós y estrenado en 2022, *El silencio de los niños*, es un ejemplo de este lenguaje audiovisual. En él, se aborda la temática del amor entre familiares en una comunidad rural mediante entrevistas falsas a una adolescente de la localidad. Este

cortometraje es un referente de las posibles investigaciones locales que se han realizado y pone en evidencia la existencia de un cine emergente que está explorando otros géneros.

Otro ejemplo es el largometraje documental *El Camino* del año 1999 de Dorelia Barahona y Marbella Martín sobre la vida de tres artistas costarricenses: Julita Cortez, Julieta Pinto y Lola Fernández. En cuanto al documental interactivo costarricense, se puede mencionar el trabajo final de investigación de la Maestría de Diseño Audiovisual y Multimedia *Digna alegría, documental interactivo para fomentar el envejecimiento activo* (Álvarez, 2021), que propone un documental interactivo para fomentar el envejecimiento activo. En este caso, se propone que la interactividad se desarrolle por medio de una página web compleja donde el audiovisual se bifurca y presenta diferentes opciones de narratividad.

Otro caso de documental interactivo es la producción *Camino Inesperado* (Rojas, 2020) de la Universidad Estatal a Distancia. Este es el primer documental interactivo realizado por esta instancia académica y versa sobre la cotidianidad de una persona con discapacidad. Este proyecto utiliza la plataforma de YouTube y una página web para visualizar el audiovisual. La interacción se da mediante la posibilidad de que las personas espectadoras elijan la sección que prefieren observar, adelantándose o devolviendo su reproducción. Este caso constituye un claro ejemplo de una forma de usar la interactividad en YouTube, la cual también se utilizará en el presente trabajo de graduación.

Entonces, concluimos que no existen producciones audiovisuales semejantes a la presente investigación a nivel nacional **en donde confluyan la temática *queer* y los subgéneros de falso documental y documental interactivo**. De hecho, no se identifican trabajos a nivel regional que se acerquen a la propuesta, lo cual evidencia la vastedad de

producciones que podrían generarse desde el territorio centroamericano y el aporte que significa una propuesta fresca como esta.

6. ¿Cómo se documenta? Documental, documental performativo, falso documental y documental interactivo

Con el objetivo de recopilar y establecer los conceptos fundamentales para el desarrollo narrativo de nuestro producto audiovisual de documental falso interactivo cuir, se procederá a definir los siguientes conceptos: documental, documental performativo, documental falso y documental interactivo.

Al aproximarnos al concepto de cine documental, es de suma relevancia la inclusión de los textos canónicos de Bill Nichols, *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental* (1997) e *Introducción al documental* (2010). En ellos, Nichols menciona, entre otras cosas, que existen seis tipos de documental: expositivo, observacional, interactivo o participativo, reflexivo, poético y performativo, cada uno con sus diferentes matices que los separa en forma y fondo de los otros.

A modo general, se establecen en el texto tres características que los documentales comparten de una u otra forma: tratan acerca de la realidad y algo que realmente ocurrió, hablan sobre gente real, y cuentan historias sobre lo que ocurre en el mundo real (Nichols, 2010). Sin embargo, esto tiene muchos matices y la definición de documental no es tan precisa. A modo de síntesis, Nichols (2010) se refiere a un concepto holístico de cine documental cuando describe que este

habla de situaciones y eventos que involucran a personas reales (actores sociales) que se nos presentan como ellos mismos en historias que transmiten una propuesta

plausible o una perspectiva sobre las vidas, situaciones y eventos retratados. El punto de vista particular del cineasta da forma a esta historia como una forma de ver el mundo histórico directamente en lugar de una alegoría ficticia. (p.35)

Es decir, los documentales tratan sobre personas reales en un contexto real, representadas a través de un punto de vista subjetivo de la persona cineasta. Los documentales nos presentan a personas que se presentan a sí mismas frente a la cámara. En muchas ocasiones, estas personas se dirigen y reconocen la cámara a modo de entrevista, un elemento narrativo característico del cine documental (Nichols, 2010). No obstante, hay cine de ficción que también trata sobre personas reales, utiliza entrevistas o cuenta historias de algo que ocurrió. Entonces, ¿cómo trazamos la línea entre el documental y la ficción? De acuerdo con Nichols (2010),

Algunos documentales hacen un fuerte uso de prácticas como la escritura, la puesta en escena, la recreación, el ensayo y la actuación que asociamos con la ficción. Algunos adoptan convenciones familiares, como el héroe individual que se enfrenta a un desafío o se embarca en una búsqueda, creando suspenso, crescendos emocionales y resoluciones culminantes. Cierta ficción hace un fuerte uso de convenciones que normalmente asociamos con la no ficción o el documental, como el rodaje en locación, los no actores, las cámaras de mano, la improvisación, el metraje encontrado, los comentarios de voz en off y la iluminación natural. El límite entre los dos es muy fluido, pero, en la mayoría de los casos, sigue siendo perceptible. (p.12)

Interesa también, considerando esta expansión de la definición de documental, sus fronteras con la ficción y, partiendo de la teoría de Nichols, las características de los

documentales performativos, debido a que estos se enfocan en la expresividad o la autoría artística de la persona autora, y se difumina así la línea entre lo real y lo ficticio o lo actuado, de manera similar al documental falso. Nichols (2010) se refiere al enfoque específico de los documentales performativos cuando expone que

Los documentales performativos sacan a relucir las intensidades emocionales de la experiencia y el conocimiento incorporados en lugar de intentar hacer algo tangible. Si se proponen hacer algo, es para ayudarnos a sentir cómo se siente una determinada situación o experiencia. Quieren que sintamos a nivel visceral más que comprender a nivel conceptual. (p. 203)

Es decir, los documentales performativos no le dan prioridad a generar una representación realista de la realidad, sino más bien buscan evocar en la audiencia sentimientos y experiencias propias de un lenguaje más artístico y vanguardista. A raíz de esta exploración hacia lo artístico y evocativo, los documentales performativos han sido utilizados históricamente por las comunidades subrepresentadas como vehículos audiovisuales reivindicativos. En ellos, las personas autoras se empoderan del lenguaje audiovisual documental para expresarse y generar sus propias representaciones. Nichols (2010) describe estas particularidades:

Las intensidades emocionales y la subjetividad social enfatizada en el documental performativo es a menudo la de los subrepresentados o mal representados, de mujeres y minorías étnicas, gays y lesbianas. El documental performativo puede actuar como un correctivo a aquellas películas en las que “Nosotros hablamos sobre ellos a nosotros mismos”. Proclaman, en cambio, “Te hablamos de nosotros mismos a vos” o “Te hablo de mí mismo a vos”. (p.205)

En esta línea entre lo documental y la ficción, las subjetividades versus la objetividad, se encuentra uno de los subgéneros del cine documental más particulares: los documentales falsos. Los documentales falsos son un género híbrido que toma elementos tanto del cine documental como del cine de ficción, para crear productos en su mayoría paródicos o de corte crítico hacia algún tema. Según Nichols (2010),

Los documentales falsos adoptan convenciones documentales, pero se escenifican, escriben y actúan para crear la apariencia de un documental genuino, además de dejar pistas de que no lo son. Parte del placer que brindan radica en cómo permiten que una audiencia conocedora se entere de la broma: podemos disfrutar de la película como una parodia y obtener una nueva visión de las convenciones que se dan por sentado. (p.17)

A partir de esta definición, se puede notar cómo los documentales falsos no caben dentro de las definiciones tradicionales del cine documental, sino más bien lo expanden y lo cuestionan. El documental falso, entonces, permite jugar con las ideas y percepciones de la realidad de las audiencias, generando un discurso que critica y parodia las situaciones que se plantean. Como lo dice Ariza (2020), el documental falso como crítica social «tiene como fin último la crítica, no a los recursos y convenciones del documental, si no al uso que se les ha dado a estos por su aparente credibilidad y veracidad en los diferentes medios masivos de comunicación» (p. 7).

El documental performativo y el documental falso, entonces, se perfilan como audiovisuales que difuminan lo real y lo ficticio, lo guionizado y lo espontáneo. Se habla entonces de una especie de género híbrido. En esta zona de grises, el falso documental se establece como un texto ficticio, pues es un producto guionizado, con participación actoral,

personajes ficticios y una puesta en escena igual a un producto de ficción. Sin embargo, también se establece como un producto del género documental, a partir de sus técnicas de recolección de datos como entrevistas, el uso de locaciones y personajes reales y la estética de su propio lenguaje cinematográfico. Como establece Hight (2015), los falsos documentales:

Presentan personajes ficticios y eventos que parecen haber sido “capturados” en el lugar y mediante entrevistas realizadas por un equipo de filmación documental, compilados junto con otras formas de evidencia familiares para las producciones documentales, como imágenes de archivo e imágenes fijas. (p. 26)

El uso de estos elementos de archivo y el empleo de entrevistas como mecanismo narrativo, hace de los falsos documentales vehículos audiovisuales especialmente tenaces para abordar temáticas históricas. Se utiliza la palabra «tenaces», pues este tipo de género cinematográfico naturalmente se perfila como un género para generar criticidad en la mente de las audiencias, debido a las libertades narrativas de los hechos históricos que presenta. Como lo establece Height (2015):

El falso documental demuestra la facilidad con la que se puede falsificar la no ficción, lo que ofrece un desafío inmediato a las expectativas de la audiencia hacia estas formas, y potencialmente tiene implicaciones más amplias sobre la medida en que las audiencias siguen dispuestas a confiar en documentales, noticias, y otros medios de no ficción[...] El falso documental es parte de un conjunto más amplio de tendencias, que sirve para remodelar la forma en que nosotros, como audiencias, vemos las realidades que aparecen en nuestras pantallas. (p. 27)

De acuerdo con lo anterior, el falso documental se presta para que la audiencia tome un rol más activo en la decodificación de la narrativa audiovisual. Al mismo tiempo, se subraya la importancia de una audiencia que posea interés sobre los géneros de ficción y documental, para que haya una exploración óptima de la parodia y las subversiones de estos dos géneros. Height (2015) se refiere a esta capacidad de la audiencia y de su rol activo en los falsos documentales, cuando dice que:

Los productores de falsos documentales se dirigen a un público conocedor, uno que se supone que está familiarizado con una variedad de no ficción y estéticas relacionadas, para que reconozca de inmediato los tipos específicos de no ficción a los que se hace referencia y esté dispuesto a participar en una exploración más lúdica de éstos al servicio de diferentes tipos de narración. (p.27)

En esta misma línea de la audiencia como un ente activo en la decodificación de significados audiovisuales en un falso documental, podemos introducir el concepto de interactividad. Aston y Gaudenzi (2012), en su texto *Documental interactivo: sentando las bases*, delimitan el género del documental interactivo como «cualquier proyecto que comience con la intención de documentar lo “real” y que utilice tecnología interactiva digital para realizar esta intención puede considerarse un documental interactivo» (p. 126). Es decir, se podría considerar como un documental interactivo cualquier producto documental que utilice herramientas digitales e interactivas para presentarse a una audiencia. Estas herramientas pueden ser desde web *apps*, *websites*, *apps* móviles o cualquier otra que permita a la audiencia interactuar con el texto audiovisual. También se deben de considerar los diferentes elementos narrativos y de diseño interactivo que

acompañen el uso de estas herramientas como modelos narrativos interactivos y no lineales, tales como narrativas tipo *fishbone*, *hub* o paralelas.

Los niveles de interactividad pueden variar según las necesidades que se planteen en un proyecto o bien según las decisiones de la dirección de este. En el diálogo con una audiencia joven, es relevante incluir algún nivel de interactividad, pues se trata de una población que usa las redes sociales y los dispositivos digitales de forma continua, y está expuesta a un sinfín de contenido narrativo desde sus teléfonos (Pérez, 2019). Por ello, resulta estratégico hacer uso de estos medios y narrativas para interactuar con ese público y potenciar el nivel de alcance de un determinado producto comunicacional.

En el presente trabajo se trabajará, entonces, en la elaboración de un documental falso interactivo. Como se estableció anteriormente, este es un género audiovisual ideal para narrativas críticas que cuestionan la credibilidad y veracidad de la narrativa de los medios oficiales o tradicionales de comunicación. Debido al vacío histórico de la representación *cuir* en el audiovisual costarricense antes de la década de 2010, el documental falso también se posiciona como un género óptimo para regresar en el tiempo, difuminando lo real y lo ficticio, y construir esas representaciones que no se crearon debido a las limitaciones de la época. Funcionaría así como un bálsamo para ese vacío de representaciones históricas *cuir* costarricenses. Asimismo, se tomarán prestados elementos del documental performativo como la priorización de lo visceral, lo liminal, lo emocional y lo subjetivo en la narrativa, así como su naturaleza correctiva al abordar temas de poblaciones históricamente subrepresentadas. Por último, se incorporarán elementos interactivos en la narrativa del documental falso, para enfatizar el rol activo de la audiencia en la construcción de las diversas representaciones en pantalla.

7. El documental que nunca se grabó: una propuesta de representaciones *queer/cuir* asertivas

La noche de la avispa reina es el primer documental falso interactivo cuir costarricense. Con base en la teoría presentada anteriormente sobre representaciones *queer* asertivas y el documental falso, performativo e interactivo, se propone desarrollar un audiovisual de 60 minutos. Ambientado en San José en el año 1987, *La noche de la avispa reina* narra la historia de varias personas sexualmente diversas, en el marco de la violencia social y estatal costarricense hacia la diversidad, la estigmatización de las personas con VIH, y los inicios del activismo y celebración de lo cuir. Para el presente trabajo, se creó un prototipo de alta fidelidad de 18 minutos, el cual se puede referenciar en el apartado de portafolio.

¿En qué aportaría un documental falso sobre las culturas sexualmente disidentes inmersas en el contexto socio-político de 1987 en San José? Básicamente, aportaría llenando un vacío en la memoria histórica diversa audiovisual costarricense. A través de la narrativa del documental falso, fomentaremos la memoria histórica por medio de personajes cuyas historias fueron censuradas y nunca contadas, pero lo más importante es que les proporcionaremos a las personas adolescentes referentes reales y se colocarán en la conversación pública y colectiva representaciones asertivas de carne y hueso, a quienes puedan acudir y cuestionar. Asimismo, se aportará a las personas jóvenes una mirada en torno a los movimientos sociales que surgieron a finales de los 80 en Costa Rica, planteando una conversación en torno a la experiencia de personajes relevantes reales y dialogando con lo no dicho, personas que ya murieron y otras realidades que no han sido registradas.

Además, este modelo de aplicación de elementos documentales, de ficción y de interactividad es una propuesta propia y específica. Sin embargo, también podría ser replicada y convertirse en un referente de otros proyectos de comunicación que tengan un interés en representar de forma asertiva o positiva a la comunidad sexualmente disidente.

Debido a la carencia de narrativas que representen de forma asertiva a la población *queer* de Costa Rica, surgió la necesidad de definir los elementos audiovisuales que se deben considerar al crear un documental falso interactivo para adolescentes diversos y diversas. Por medio de técnicas cualitativas y participativas como validaciones con expertos, sondeo y entrevistas grupales con nuestro público meta, se construyó una propuesta asertiva que se centra en la mirada de las personas autoras y el aporte de las personas que validaron y formaron parte del diseño del material final.

A continuación, se describen los elementos más relevantes narrativos y técnicos del género documental, del género de ficción y de la interactividad que se integrarán en nuestra propuesta de documental falso interactivo.

7.1 Técnicas del documental aplicadas en el documental falso interactivo cuir

Uno de los elementos característicos del género del documental es el uso de las locaciones y personajes reales en su propuesta visual y narrativa. Se dejan atrás los sets elaborados de producciones de ficción y se propone el uso de locaciones reales en donde se desarrolla la trama. Nuestra propuesta posee un componente local sumamente visible y predominante. A raíz de esto, se propone filmar y dar protagonismo a los lugares históricos costarricenses diversos, como el Bar La Avispa y las calles del sur de San José. Asimismo, tomaremos elementos propios del documental performativo, siguiendo a Nichols (2010),

como la frontera borrosa entre lo real y lo ficticio, y el énfasis en la expresividad y lo subjetivo, para representar a personas reales en nuestro producto.

A modo de recolección de datos, se realizaron entrevistas a personas que tuvieron un rol en los inicios del activismo *queer* en Costa Rica. Seguidamente, se trabajará junto con actores y actrices profesionales para que puedan representar mediante un *performance* de entrevistas en cámara, con base en esos datos recolectados, las versiones más jóvenes de esos personajes históricos. En el ejercicio anterior, se dará prioridad a las intensidades emocionales de las actuaciones y a la subjetividad narrativa del producto, mientras que la búsqueda de una representación realista, liminal y performativa de la realidad pasará a un segundo plano, lo cual es un rasgo característico del documental performativo.

En cuanto a la performatividad actoral, se buscará que el personaje de una mujer lesbiana de 1987 sea representado por una mujer lesbiana de 2023. En ese sentido, existe un espacio liminal entre la performatividad y la identidad propia del actor o actriz. Además, esta performatividad lleva a un diálogo generacional entre las personas adultas de finales de los ochenta, quienes serán los personajes del documental falso interactivo, y las personas jóvenes de 2023, que serán los actores y actrices y el mismo público meta.

Otro de los elementos del género del documental que se integrará en nuestra propuesta narrativa es el uso de material de archivo como vehículo para proporcionar información y ambientar en la época. De esta forma, en el documental falso se incluirán, a modo de material de apoyo y secuencias de montaje, fotografías de archivo del Bar La Avispa, artículos de periódicos e inclusive cápsulas noticiosas costarricenses que retraten la violencia sistemática hacia las comunidades diversas y los inicios del activismo en nuestro país.

Con respecto a los elementos técnicos del documental, al tratar de representar la realidad tal y como es, el cine documental tiende a favorecer un uso de la fotografía más cotidiana y realista. El cine documental posee ciertas convenciones estéticas que lo caracterizan, como el uso de la cámara en mano, la improvisación y el uso de una iluminación natural. Nuestro producto, al estar no solamente ambientado en los años 80, sino también producido en los años 80, debe también incorporar elementos técnicos y estéticos de la época.

A partir de esto, la propuesta técnica de *La noche de la avispa reina* incluirá elementos técnicos retro propios del año 1987. Por ejemplo, la calidad de las imágenes de pantalla será propia de una cámara digital de presupuesto bajo de esa época. Se utilizará la cámara en mano y la iluminación natural o muy básica a la hora de grabar el material, y el audio capturado en las entrevistas será un audio monoaural de calidad limitada. En general, el aspecto técnico de nuestro producto será el mismo de un producto de presupuesto limitado grabado en 1987.

7.2 Técnicas de ficción aplicadas en el documental falso interactivo cuir

Los elementos del cine de ficción, sumados a los elementos del documental, son también una parte esencial de la construcción del género de falso documental. Los elementos narrativos y técnicos propios de la ficción como la guionización, la actuación y la puesta en escena pueden incluirse en documentales híbridos o performativos para fortalecer el impacto de su contenido.

La guionización del producto es un elemento clave para el éxito de este. Además, para crear representaciones *queer* en la propuesta, el guion debe de ser producido con una

atención especial en no reproducir estereotipos y la cuota de diversidad en pantalla. A raíz de lo anterior, el contenido del guion y la escaleta de la propuesta será validado tanto por nuestro público meta como por expertos en el tema *queer* costarricense.

La propuesta contará con una guionización propia del cine de ficción. Estará estructurada con *crescendos* emocionales, puntos de giro, clímax y resolución, componentes que aumentarán el involucramiento de nuestro público meta en la trama. Se utilizará también un formato de guion dividido por escenas que detallen locación y tiempo del día, así como cuáles personajes participarán en esa escena en particular. Esto proporcionará un nivel de atención al detalle y un control narrativo óptimos.

Al tratarse de una historia ambientada en 1897, el cuidado de lo estético y lo visual será un eje fundamental en *La noche de la avispa reina*. Componentes estéticos como peinados ochenteros, una paleta de color apegada a la época, objetos como vestidos, pósters o aparatos tecnológicos propios de una producción ochentera serán incluidos en la propuesta de arte. Para la creación de esta propuesta, se tomarán como referencia fotografías de archivo diversas nacionales, que asegurarán una reinterpretación fiel de la realidad.

Finalmente, el empleo de un modelo de producción de ficción con presupuesto definido, cronograma, ensayos actorales, hojas de llamado, dinámicas de set, entre otros, será parte de nuestra propuesta y nos apoyará en el éxito de esta. Por medio de dinámicas de set y procesos de producción claros y definidos, roles y responsabilidad de todo el talento y el equipo de producción, se proporcionará a las personas autoras del producto la estabilidad de producción necesaria para que se enfoquen en la creación del producto.

7.3 Técnicas de la interactividad aplicadas en el documental interactivo cuir

Las personas adolescentes de 15 a 19 años utilizan aplicaciones digitales como TikTok, YouTube e Instagram, para producir y consumir contenido a diario. Estas son las tres redes sociales más utilizadas después de WhatsApp y Facebook (Porter Novelli, 2022). Por ello, consideramos que la propuesta del documental falso interactivo debe de poseer un nivel similar de accesibilidad al de esas aplicaciones y plataformas, para que al público meta se le facilite el acceso y le sea natural consumir el contenido.

Aplicaciones como YouTube cuentan con diversos elementos interactivos que invitan a la audiencia a interactuar con el producto. Opciones para dejar comentarios, compartir en otras redes sociales, dar «me gusta» o pausar o adelantar el audiovisual son elementos de interactividad básicos que podrían interpelar de mayor manera al público meta y llevarlo a consumir de una manera más óptima y atractiva el audiovisual.

Además de este nivel de interacción básico, también interesa generar una interactividad que invite a la audiencia a convertirse en un ente activo en la creación de la narrativa misma del producto. Por ejemplo, el uso de narrativas no lineales construidas con la colaboración de la audiencia es un elemento del documental interactivo que potencia la participación de esta en la construcción y deconstrucción de significados y representaciones dentro de la trama.

En el caso particular del producto que se desarrollará como parte de esta investigación, la interactividad se diseñará a partir de una narrativa bifurcada, en donde las personas usuarias se podrán desviar de la narrativa principal de forma optativa. Esta estructura interactiva es conocida por el nombre de *fish bone*, y su nombre hace referencia a la forma de los huesos de un pez, de forma que la columna vertebral es la historia principal

y los huesos son mini- historias o posibilidades de recorrido audiovisual. Es un «esquema nodal y bifurcado del discurso narrativo frente a la linealidad propia de este dentro del ámbito audiovisual» (Arnau, 2017, p. 57).

Esta forma de interactividad permite que la persona elija diferentes caminos de narración a partir de múltiples historias relacionadas con la historia principal. Sin embargo, eso no afecta a su desarrollo, pues es una modalidad dinámica que provoca que el producto se pueda adaptar a las múltiples preferencias o necesidades de la población meta. Además, la interactividad planteada en el presente trabajo académico se realizará a través de la plataforma YouTube, altamente utilizada en Costa Rica (Porter Novelli, 2022). Ahí se encontrará albergado el documental-falso interactivo y, de forma complementaria, existirá otro video que explique cómo interactuar con el audiovisual principal.

Además, se le presentará a la persona usuaria la opción de tomar el control de la narrativa, aspecto de especial relevancia dentro de nuestra propuesta, pues corrige la idea de que alguien más va a hablar sobre las vivencias diversas de nuestro público meta. En lugar de esto, se le proporcionará a la persona usuaria la posibilidad de elegir ella misma la historia. Entonces, se creará un diálogo con la propia representación y el significado de su diversidad.

Estas narrativas no lineales necesitan de una aplicación o plataforma digital que les dé soporte técnico y que faciliten la interacción entre usuario y herramienta. Por ello, plataformas digitales y en línea como YouTube o Vimeo son algunas de las opciones que podrían utilizarse para documentales interactivos.

En este apartado, se detallaron las diferentes herramientas técnicas y narrativas tanto del documental como de la ficción y la interactividad que se utilizarán en la propuesta de

La noche de la avispa reina. Los elementos destacados sirven como guía y pauta general para la creación de documentales falsos interactivos, y pueden ser replicables y adaptables en otros proyectos de producción audiovisual local y regional como insumo para sus modelos de producción. Esta misma guía fue utilizada para la producción del prototipo de alta fidelidad, el cual puede ser consultado en la sección del portafolio. Antes de detallar las conclusiones, abordaremos el concepto de alfabetización mediática y cómo este aporta al entendimiento del impacto cognitivo de nuestra propuesta en nuestro público meta.

8. El documental falso interactivo cuir y sus aportes a la alfabetización mediática

A lo largo de este escrito, se ha expuesto la propuesta audiovisual para el desarrollo de un documental falso interactivo que versa sobre las vivencias de las poblaciones LGBTIQ+ en la Costa Rica de 1987. No podemos cerrar sin antes dedicar una sección al valor agregado que una propuesta como esta ofrece a la alfabetización mediática de las personas jóvenes de Costa Rica. La alfabetización mediática es un concepto que

hace referencia a una serie de abordajes y prácticas los cuales abarcan desde la formación de las personas usuarias para que sean capaces de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación hasta aquellas que proponen esta como un derecho que permitiría a la población contar con elementos para hacer juicios sobre la realidad mediática y social en la que ejercen la ciudadanía. (Garro, 2020, p. 3)

Con el concepto de alfabetización mediática claro, es de gran relevancia recalcar diferentes aspectos del documental falso interactivo que cumplen un rol alfabetizador para la audiencia a la que está dirigido, y contribuyen tanto instrumental como axiológicamente a la cultura de alfabetización mediática. Area y Pessoa (2011) identifican cuatro ámbitos

competenciales del aprendizaje del sujeto cuando se vincula con productos de comunicación interactivos o multimedia. Estas competencias son: instrumentales, cognitivas, sociocomunicacionales, axiológicas y emocionales. En este caso, identificamos que con el producto interactivo planteado se incentivarán las competencias instrumentales, cognitivas y axiológicas: instrumentales, pues la persona usuaria tendrá que aprender a usar el sistema de navegación específico para consumir el audiovisual; cognitivas, por el hecho de que la persona tendrá que adquirir conocimientos para la comprensión, interpretación y valoración crítica del material; y axiológicas, por el valor simbólico y social del documental falso y el posicionamiento de un tema que no es neutral para la sociedad costarricense.

Debido al carácter interactivo del producto audiovisual, las personas espectadoras, como participan de forma activa en el desarrollo de la narrativa y tienen la capacidad de influir en el desarrollo de la historia, potencian su criticidad, y se da un proceso de empoderamiento de ellas mismas. De esta manera, se distancian de un rol pasivo en el que no necesitan detenerse mientras observan.

O'Flynn (2016) se refiere a los documentales interactivos como textos audiovisuales que invitan a la audiencia a generar nuevos entendimientos de la realidad: «Las audiencias como interactuantes con los documentales interactivos no se limitan a interpretar elementos textuales; también los ordena y crea, entrando en el campo de las representaciones para estructurar, recombinar y aumentar el contenido» (p.76).

Entonces, el documental interactivo requiere que la persona usuaria elija la forma de leer y decodificar la narrativa, contribuyendo y aportando interpretaciones y reacciones al mundo del audiovisual creado. Lo anterior genera un diálogo cognitivo entre receptores, productores y personas creadoras, fomenta la reflexión crítica y coloca en cierta medida la

responsabilidad sobre las consecuencias de las elecciones mediáticas en la persona usuaria, con lo cual alienta a considerar cómo sus decisiones pueden influir en el mensaje que se transmite. De esta manera, se plantea un proceso de aprendizaje en donde las personas espectadoras no solo aprenden a navegar el audiovisual, sino que también se acercan a comprender cómo generar proyectos interactivos.

Por lo tanto, el uso de la interactividad planteado implica una experiencia pedagógica desde que las personas usuarias se acercan al material hasta el momento en que lo usan e intervienen en su uso. En esta experiencia pedagógica, se le otorga a la persona usuaria un rol dinámico, pues su participación, su atención y un cierto nivel de compromiso son indispensables. El hecho de que este proceso de alfabetización no sea explícito o no tenga una estructura formal en el sentido pedagógico no le resta valor ni mucho menos; es tarea nuestra como investigadores hacer visibles estos procesos tácitos para entender cómo se están generando nuevas formas de relacionamiento entre los ámbitos de la educación y la comunicación. Como lo señalan Ribeiro *et al.* (2015):

contar con escenarios educativos informales es en sí mismo positivo, ya que promueven formas de aprendizaje más activas para los sujetos, más motivadoras en tanto que están dirigidas por lo que quieren o necesitan aprender y, a la vez más interactivas, como resultado de los intercambios colectivos entre comunidades de aprendizaje o comunidades de interés. No obstante, sabemos que la baja estructuración pedagógica de estos aprendizajes dificulta su visibilidad, su permanencia o su potencial para transferirse entre diferentes contextos. Con ello, no cuestionamos que sucedan o no sean significativos. (p.77)

Entonces, si el público meta se apropia del producto al identificarse con las historias de representaciones asertivas y narrativas interactivas, el alcance alfabetizador será mayor, pues puede ser introducido y analizado en espacios de aprendizaje comunitarios, como los grupos de pares, espacios de activismo, organizaciones sociales, instituciones educativas no formales e incluso centros educativos formales.

Por otra parte, además del valor alfabetizador del presente trabajo investigativo, la iniciativa de un falso documental desafía las percepciones del público al presentar una historia ficticia como real. Lo anterior requiere que las personas espectadoras sean conscientes de la información presentada en torno a la historia del movimiento LGBTIQ+ del país, pues el documental podría tener distorsiones narrativas e históricas de forma adrede. Esto contribuye a la alfabetización mediática, debido a que fomenta una comprensión más profunda de cómo se presentan y manipulan los hechos en los medios de comunicación: «El falso documental constituye un instrumento táctico que mediante la transgresión favorece la reflexión crítica, actuando como un caballo de Troya que penetra en nuestra conciencia para evidenciar los mecanismos y estrategias de la desinformación» (Torres, 2022, p. 6).

Lo «falso» parte de la premisa de que las personas espectadoras tienen o pueden adquirir las competencias para indagar y corroborar la información. Se convierte en una especie de invitación a investigar y reconfirmar los datos, y otorga a las personas espectadores un rol altamente activo, autónomo y «detectivesco» sin que sea explícito; por eso la metáfora del caballo de Troya. En este subgénero, está implícita una crítica a la manipulación mediática, pues hace uso de técnicas documentales que podrían ser utilizadas para tergiversar la información, más aún en el contexto actual en donde las noticias falsas

son cada vez más comunes. Entonces, el documental falso es un dispositivo que desafía la percepción y el consumo de los medios de comunicación, las habilidades y los conocimientos.

Este hecho es especialmente relevante en el contexto social costarricense, en donde los prejuicios y el estigma existentes hacia la población LGBTIQ+ pueden afectar el contenido comunicacional de la población, por lo que fomentar la criticidad en la audiencia es importante. El formato de documental falso permite a las personas navegar y evaluar de manera más efectiva el mundo mediático en constante evolución. Según Torres (2022), las alfabetizaciones del siglo XXI deben estar centradas en comprender el valor del lenguaje audiovisual, para acceder, crear, transformar y distribuir documentos digitales; es decir, el producto no solo es recibido por un emisor o una emisora pasiva, sino que se transforma y puede devenir en aprendizaje.

Con respecto a esto, un dato que rescatamos de la validación del prototipo de alta fidelidad es que el 90 % de las personas sondeadas indicó que el interés o la curiosidad por conocer cómo eran las experiencias de las poblaciones LGBTIQ+ en otras épocas aumentó, y más del 80 % aseguró tener interés en confirmar o verificar si la información presentada en las diferentes escenas era real o ficticia. Entonces, el documental falso podría ser una herramienta para hacer evidente el carácter no neutral de los medios de comunicación.

Las televisiones públicas europeas de forma reciente han desarrollado estrategias variadas para combatir las noticias falsas. Prácticamente, todas ellas, ofrecen en sus webs noticias o incluso secciones sobre noticias falsas. No obstante, algunas de ellas están apostando por iniciativas más complejas como decálogos o guías, sistemas de verificación, proyectos educativos para informar a los escolares y estudiantes sobre

información confiable, videojuegos o, incluso, documentales falsos. (López *et al.*, 2019, p. 11)

Por lo tanto, la construcción del producto comunicacional del presente trabajo tiene como consecuencia el aprendizaje, aunque no sea planteado como un producto educativo de forma tradicional. La interacción digital de la audiencia con el texto audiovisual, sumada al género del falso documental como potenciador de la participación de la audiencia en la construcción de realidades y significados, podría ser una fuerza importante para impulsar una alfabetización mediática de representaciones audiovisuales.

9. Conclusiones

Aunque algunos esfuerzos audiovisuales recientes han explorado la temática *queer* en Costa Rica, sigue siendo necesaria la creación de nuevas narrativas que representen asertivamente a las comunidades cuir. Lo que no se ve no existe, lo que no se dice no existe y, debido al poco acceso que ha habido a herramientas técnicas, a la censura o al estigma de épocas pasadas, hay un vacío histórico de historias diversas audiovisuales que debe ser subsanado. Las personas jóvenes diversas necesitan contenidos *queer* de corte local y que promuevan discusiones críticas e informadas sobre las vivencias de la identidad, orientación sexual o sexualidad en general. Si lo que se busca es generar representaciones asertivas para nuestro público meta, es imperativo provocar y promover procesos participativos, donde tanto las personas usuarias como las personas expertas en el tema puedan ser partícipes del diseño del producto.

En la búsqueda de asertividad dentro de las representaciones en las narrativas cuir, es fundamental la validación del contenido tanto con expertos en la temática como con las mismas personas de las comunidades diversas. Estas validaciones deben ser parte íntegra del proceso de creación audiovisual durante la preproducción y la postproducción. Al socializar y validar los productos de esta manera, se disminuye la incorporación de posibles sesgos, omisiones o reforzamientos de estereotipos provenientes de las personas creadoras en las narrativas.

No es posible representar a todas las poblaciones LGBTIQ+ de forma asertiva en un único producto audiovisual. Ese no es nuestro objetivo, pues nunca se va a poder representar los matices infinitos dentro de las comunidades diversas. Un joven de 18 años participante de las entrevistas grupales lo expresó de esta forma:

No todas las personas de la comunidad son de la misma forma, cada uno se expresa de manera diferente, no significa que todos somos iguales, entonces por lo mismo siento que tal vez, siento que estereotipar es algo que se puede evitar. (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023).

Además, el punto de vista de la persona autora siempre permea el lente a través del cual se ve el producto. No obstante, se puede hacer diversos esfuerzos y tomar iniciativas para apuntar hacia una verdadera representatividad asertiva, como la implementación de un género audiovisual que provoque procesos participativos en la audiencia mediante la construcción de una narrativa interactiva, colaborativa y generadora de nuevos sentidos.

Encontramos útil la interactividad, siempre y cuando refuerce el objetivo de un proyecto, mas no si lo complejiza innecesariamente. En nuestro caso, siempre se pensó en este elemento como un aliado para el involucramiento de la audiencia en nuestra narrativa. Sin embargo, debido al nivel de control narrativo que queríamos como personas autoras y a las limitaciones presupuestarias, el control del usuario sobre la historia es limitado, en el sentido de que solamente se propone la posibilidad de interactuar con el video una vez que se concluya la visualización. Igualmente, consideramos que es óptimo para el producto y sigue siendo atractivo para nuestro público meta. Encontramos también, que la interactividad potencia la interseccionalidad en el relato, ya que permite colocar diferentes historias y por lo tanto perspectivas de las experiencias de vida cuir.

El documental falso, a su vez, es un subgénero inexplorado en el país. Este trabajo final de graduación constituye una de las primeras investigaciones a nivel nacional sobre él. Consideramos que posee un carácter potente que incentiva la mirada crítica en las personas usuarias de una forma creativa y paródica. Es un camino viable para fomentar una cultura

de la corroboración de la información y posicionar en la discusión pública la necesidad de cuestionar la información falsa.

También, debido a su grado de compromiso con la audiencia y el aporte al pensamiento crítico, el documental falso interactivo es una herramienta para la alfabetización mediática que puede ser utilizada en pequeña y gran escala. Este producto audiovisual tiene un impacto individual en la persona usuaria y, a su vez, puede ser un lenguaje audiovisual valioso para grandes audiencias tanto de medios de comunicación que impactan de forma colectiva a la sociedad costarricense como de organizaciones e instituciones que impulsan políticas de alfabetización mediática y diversidad.

En el contexto actual global, en el que el contenido audiovisual abunda y está a tan fácil alcance, la pluralidad de propuestas narrativas y géneros es crucial para potenciar el alcance y la distribución. En las entrevistas grupales, nos dimos cuenta de que las audiencias jóvenes están acostumbradas, e incluso esperan por defecto, propuestas más originales y audaces. En una temática como la de la diversidad sexual, en torno a la cual en Costa Rica han predominado documentales o ficciones dramáticas, proponer un documental falso interactivo le da un innegable valor agregado a la propuesta, con lo que se atrae así a más ventanas de distribución y, por ende, espectadores.

Por otro lado, el producto plantea un diálogo interdisciplinario entre lo cuir/queer como una categoría que nutre al área del audiovisual y que podría de la misma forma ser una categoría de análisis en el área educativa y las ciencias sociales, ya que, el hecho de visibilizar la historia de persona importantes en el avance en Derechos Humanos es relevante para los lentes de diferentes disciplinas

El documental falso interactivo resulta un género, a nuestro parecer, óptimo para resolver nuestro problema de comunicación. Este se perfila como un género con herramientas válidas y vigentes para producir contenidos asertivos relacionados con las representaciones de diversidad sexual, donde la persona usuaria se convierte en un ente activo en la decodificación y construcción de la narrativa. Asimismo, no solamente ayuda a subsanar la deuda con la memoria histórica audiovisual *queer*, sino que, por su misma naturaleza, reimagina y reescribe la historia mediante la crítica y la sátira, y se convierte en un producto reivindicador. Finalmente, al ser un producto híbrido que toma elementos de la ficción, del documental y de la interactividad, interpela a nuestro público meta como un producto atractivo, único e innovador en el país.

Al principio del ensayo aclaramos que, como personas autoras, nos hubiese encantado crecer con historias cuir asertivas y locales. Esperamos ayudar a que este sea el caso para las personas jóvenes cuir costarricenses.

Portafolio

La noche de la avispa reina

Documental falso interactivo para YouTube:

Representaciones *queer*/cuir asertivas costarricenses por medio
del documental falso interactivo

1. Ficha técnica

Título: La noche de la avispa reina

Año de producción: 2024

Formato: Color, digital, estéreo, 4:3

Género: Documental falso interactivo

Duración: 60 minutos aproximadamente

Directores y productores: Andreína Quirós y Nacho Rodríguez

Requisitos técnicos de desarrollo: Equipo audiovisual - cámara digital 4K, cámara HandyCam, lentes para video, micrófono boom y solapa, grabadora de audio y tarjetas de memoria SD. Computadora para edición. El documental falso interactivo estará albergado en la plataforma YouTube, donde se aprovechará la cantidad de personas usuarias que posee la plataforma y las facilidades que brinda en cuanto a interacción. A su vez, se promocionará su contenido en la plataforma interactiva Instagram. Por último, tendrá una *landing page* en donde el usuario podrá acceder a información relevante del proyecto, ir al canal de YouTube del largometraje y leer la sinopsis oficial.

Requisitos técnicos del usuario final: Acceso a teléfono, *tablet* o computadora con wifi.

Personas usuarias primarias: Comunidades cuir de 15 a 19 años.

Personas usuarias secundarias: Comunidades cuir de 20 a 35 años.

2. Resumen ejecutivo:

El audiovisual es un medio poderoso para catalizar el cambio social, y la representación de las comunidades cuir/*queer* en el cine de manera positiva ha actuado como un bálsamo para las comunidades diversas (Kaur, 2017). En nuestro país, gracias a los grandes avances en materia de derechos humanos, al activismo constante y a la democratización digital del cine, se ha logrado poco a poco ir construyendo estas representaciones diversas audiovisuales tan importantes para las comunidades LGBTIQ+ costarricenses. Sin embargo, el vacío histórico audiovisual cuir nacional es grande, y se deben de seguir sumando esfuerzos para poco a poco irlo subsanando.

A raíz de lo anterior, nace nuestro proyecto. En 2024, se realizará la producción del largometraje documental falso interactivo *La noche de la avispa reina*. Este producto audiovisual estará ambientado en la escena diversa del año 1987 en San José, Costa Rica, y seguirá a Eulalia la Travesti y otros personajes diversos en su preparación para uno de los eventos más esperados del año: la noche de la avispa reina.

El documental falso, a grandes rasgos, es un audiovisual de ficción que se presenta al público como un audiovisual del género documental. Es decir, es un producto guionizado, con participación actoral y con una puesta en escena igual a la de un producto de ficción, pero que toma elementos del género documental, como sus técnicas de recolección de datos, sus modelos narrativos y el lenguaje cinematográfico.

Nuestro público meta primario son adolescentes diversos de 15 a 19 años. Como público secundario, tenemos a jóvenes de 20 a 35 años pertenecientes a poblaciones sexualmente disidentes. Este documental falso buscará crear representaciones audiovisuales asertivas de las comunidades diversas costarricenses, al mismo tiempo que rescatará hitos

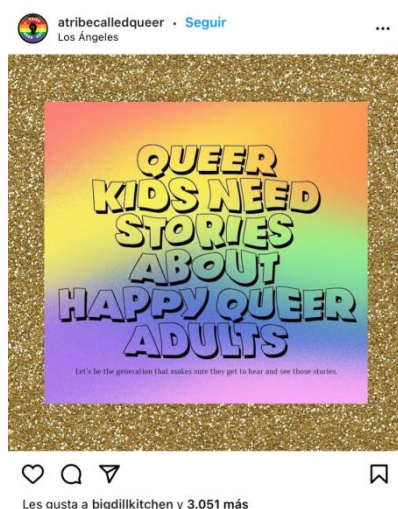
históricos cuya visibilización es vital para el entendimiento de la diversidad de las nuevas generaciones.

3. Carta de intención

Esta imagen nos dio el primer impulso para realizar nuestro audiovisual. Compartida miles de veces en diferentes perfiles de redes sociales, llegó a nuestra página de inicio de Instagram. Hace referencia a la importancia de representaciones *queer* afirmativas para niños, niñas y adolescentes:

Figura 2

Queer kids need stories about happy queer adults



Nota. Tomado de atribecalledqueer, 2021

(<https://instagram.com/atribecalledqueer?igshid=MzRlODBiNWFiZA==>)

El texto de la imagen se traduce como «La niñez cuir necesita historias sobre adultos cuir felices». Nos pareció que un texto tan simple y hasta reduccionista, en realidad, engloba incontables aspectos y matices de las vivencias de la niñez y la adolescencia

diversas. En Costa Rica, al menos trecientas mil personas forman parte de la población sexualmente disidente (Rojas, 2020) y hay aproximadamente quince mil niños y niñas LGBTIQ+ (Benach *et al.*, 2008). En un país como el nuestro, donde se censura, violenta y discrimina la diversidad, donde la niñez y la adolescencia no cuentan con educación sexual diversa e integral, donde hasta 2020 se legalizó el matrimonio igualitario y el cambio de nombre para personas trans, contar historias de una persona adulta sexualmente diversa y feliz, se convierte en un producto necesario y de trascendental importancia.

Nuestra historia, con la que buscamos generar representaciones asertivas para las personas adolescentes costarricenses, es un audiovisual llamado *La noche de la avispa reina*. Además de ser el formato para contar historias que más nos apasiona y mueve, el audiovisual es un vehículo inigualable para crear representaciones visuales y sonoras, y es uno de los medios más consumidos por nuestro público meta de adolescentes diversos de 15 a 19 años.

Pero ¿qué tipo de audiovisual? A raíz de la escasez de recursos cinematográficos que presentaba nuestro país antes de la era digital de 2010, el registro diverso audiovisual es bastante limitado. ¿No sería asombroso contar con un producto que nos muestre cómo era la escena diversa noventera en San José? ¿No sería deslumbrante ver cómo se vestían, cómo hablaban, qué pensaban las personas activistas de la diversidad? ¿No sería genial poder enseñarle a las personas adolescentes costarricenses videos de esa época en los que puedan acceder a representaciones asertivas diversas? Como se mencionó anteriormente, no se cuenta con videos de esta temática, debido a la escasez de plataformas y recursos técnicos de la época, pero eso no quiere decir que no se puedan crear ahora.

El documental falso es un género audiovisual que presenta una historia de ficción, a través del lenguaje de la no ficción, como el documental. Como establece Hight (2015), los falsos documentales:

[...] presentan personajes ficticios y eventos que parecen haber sido "capturados" en el lugar y mediante entrevistas realizadas por un equipo de filmación documental, compilados junto con otras formas de evidencia familiares para las producciones documentales, como imágenes de archivo e imágenes fijas. (p. 26)

Consideramos fundamental que existan producciones nacionales que reconozcan la contemporaneidad del audiovisual, en donde la multiplicidad de géneros está en auge y la interactividad está teniendo un rol protagónico a la hora de dialogar con la población joven. Por lo tanto, desarrollaremos conceptualmente las formas en que se abordan las representaciones *queer/cuir* asertivas para la creación de un documental falso interactivo que invite a las audiencias a verse reflejadas en pantalla. A raíz de lo anterior, se considera que el lenguaje audiovisual propio del documental, en conjunto con la riqueza del guion ficcional, tendrá como resultado un producto que interactúe y apele a la audiencia primaria en un nivel avanzado.

Con *La noche de la avispa reina* vamos a grabar el documental que nunca se grabó. Vamos a reponer el tiempo perdido y celebrar la diversidad costarricense que quedó en el olvido. Vamos a visibilizar las voces, las ideas, las caras, los vestuarios, los eventos que fueron silenciados por las autoridades de nuestro país y que nunca fueron registrados por el audiovisual costarricense. Queremos proporcionarle a la adolescencia diversa actual de Costa Rica, mediante entrevistas, *drag shows*, activismo lésbico, antros diversos, eventos y otros *performances*, representaciones históricas asertivas de personas cuir que, incluso

frente a las adversidades, lograron brillar en todo su esplendor y celebrar la lucha que se dio desde las comunidades LGBTIQ+ en Costa Rica durante finales de los ochenta e inicios de los noventa. Porque las celebraciones también son parte del activismo.

Actualmente, el proyecto se encuentra en etapas avanzadas de desarrollo y busca financiamiento para su realización. Contamos con el 50 % del financiamiento necesario e invitamos a cualquier persona o empresa a colaborar en la creación de la memoria histórica cuir costarricense.

4. Perfiles de usuario

En el presente apartado, se busca describir la población a la cual está dirigido el proyecto, con el fin de entender sus necesidades, principales características y posibles deseos.

4.1 Público meta

Población primaria: Adolescentes de 15 a 19 años, costarricenses, parte de la población LGBTIQ+³.

Secundarias: Jóvenes de 19 a 35 años, costarricenses, parte de la población LGBTIQ+.

Terciarias: Personas que mantienen un interés por la defensa de los derechos de la población *queer*/cuir o personas que se consideran aliadas de la población sexualmente disidente.

³ Lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, intersexuales, *queer* y otros. Aclaración: se utiliza el acrónimo LGTBIQ+ por ser reconocido en el contexto costarricense; sin embargo, se reconocen las limitaciones de esta etiqueta, que engloba un colectivo de personas muy heterogéneo.

4.2 Descripción de la población

Para comprender mejor las características de la población se realizaron dos entrevistas grupales y un sondeo, además se revisó material bibliográfico. En las entrevistas grupales participaron un total de 6 personas, una entrevista con la población primaria en la que participaron 3 personas y otra con la población secundaria, en la que participaron 3 personas.

Según los resultados de la entrevista grupal, la población de personas jóvenes de 15 a 19 años es, en su mayoría, estudiantes o personas que están iniciando a vincularse en el área laboral. Por otro lado, la población de 19 a 35 son personas que se dedican a trabajar o están en búsqueda de un trabajo.

En ese sentido, es necesario hacer notar que actualmente la población joven enfrenta una tendencia a la baja en el acceso al empleo. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos de 2022, la quinta parte de las personas jóvenes no estudia ni trabaja: «La población más joven en el rango del estudio (de 15 a 24 años) presenta en su mayoría deseos de trabajar y no de seguir estudiando, sin embargo, su escasa formación académica tampoco les permite conseguir empleo con éxito» (Cordero, 2023).

Por otro lado, según la entrevista grupal realizada, esta es una población que se caracteriza por encontrar motivación en los espacios de amistad y organizativos, donde pueden encontrar sentido de pertenencia. Asimismo, como metas personales, señalan completar los estudios y ser parte de una organización cultural como una de sus mayores aspiraciones.

Por su parte, la encuesta Kids Online Costa Rica (Pérez, 2019) reporta que cerca del 80 % de adolescentes, y niños y niñas utilizan el Internet de forma diaria. Todos los

participantes de las entrevistas grupales indicaron que una de sus principales formas de distracción es el uso de las redes sociales; en segundo lugar, estuvieron los videojuegos.

Además, según el último estudio de Porter Novelli, la población que más usa Instagram se encuentra en las edades de 18 a 24 años, y le sigue la población de 13 a 17 años. Este dato coincide con el sondeo aplicado en las entrevistas grupales, en donde se observó que la red social que más usan es Instagram, seguida de TikTok. Asimismo, el 50 % de las personas participantes afirmó usar YouTube para ver contenido audiovisual. Lo anterior reafirma la estrategia de interacción, así como de divulgación del uso de Instagram y YouTube.

4.3 User persona

Para una mejor comprensión del público meta, se presenta de forma narrativa una posible historia de vida de una persona usuaria. Nuestro público meta son jóvenes de 19 a 35 años sexualmente diversos o bien que tienen afinidad hacia la lucha por los derechos de las poblaciones LGBTIQ+. Entonces, con base en la revisión bibliográfica, las entrevistas grupales y el sondeo realizado, se definieron los siguientes *user personas*:

Andrea

Andrea es una muchacha de 17 años, que físicamente vive en Heredia, pero virtualmente vive en el globo: pasa sus horas libres inmersa en Instagram, plataforma donde es creadora de contenido sobre inclusión, feminismo cuir/*queer*, positividad corporal y su gata con canciones de Olivia Rodrigo. Como creadora de contenido en esta red social, posee cerca de 800 «me gusta» por video; sus seguidores y seguidoras son principalmente personas latinoamericanas interesadas en temas de activismo.

Andrea, además, es una muchacha bisexual, y a los 17 años llevó a su casa a su primera novia, Marcela. Sus papás la apoyaron desde un inicio. Andrea comenta en sus videos que sus padres siempre lo supieron, desde que tuvo un *crush* con la princesa de la película *La Sirenita* a sus 7 años. Actualmente, está saliendo con un compañero de su colegio, David, quien también aparece de vez en cuando en sus videos, haciendo algún *challenge* con Andrea.

En cuanto a contenido, Andrea es fan del *streaming*, principalmente de las series *Sex Education* y *Élite*, y de las películas *Fear Street* y *Eighth Grade*. Sin embargo, siempre que le preguntan sobre sus series o películas favoritas le encantaría poder hablar de más contenido local y no tan «agringado».

Brayan

Brayan es un joven de 30 años. Vive en San José centro, pero es originario de San Ramón de Alajuela. Se mudó a la capital para estudiar danza en la Compañía Nacional de Danza, en la escuela El Barco, cuando todavía existía. Ahí conoció a su novio, Greivin, y ya hace siete años están juntos. Los dos son bailarines profesionales y juntos suelen dar clases y hacer proyectos.

A Brayan le motiva salir con sus amigos y amigas, ir al teatro, al cine e involucrarse en proyectos artísticos. En general, está muy enterado de la escena artística y cultural del país. Para él, es una manera de estar informado de las nuevas tendencias y de inspirarse en su quehacer. En su tiempo libre, también usa mucho las redes sociales, especialmente, Instagram. Disfruta mucho seguir a personas que hacen danza y teatro, y también a medios de comunicación que tienen posiciones políticas claras y críticas, como por ejemplo, personas que están en contra del racismo, el machismo y la LGBTIQ+ fobia.

Últimamente, ha estado interesado en la historia latinoamericana. Brayán sigue una página que se llama Historia de Costa Rica; le parece interesante, aunque también le parece que la estética de la página es muy heterosexual. Brayán desea hacer algún proyecto de danza vinculado a la diversidad sexual y se ha preguntado sobre la historia de las personas cuir de la región. Él no conoce mucho al respecto, pero le encantaría conocer más. Sin embargo, Bryan no sabe por dónde empezar a investigar.

Figura 3

Gráfico de user persona 1

Andrea

Acerca de ella ✨

Es una joven costarricense, esta cursando el último año del colegio. Es entusiasta de las redes sociales, le gusta publicar regularmente en TikTok.

Personalidad ✨

Andrea está llena de energía, le gusta conocer nuevas personas, tiene un grupo de amigas con las que comparte intereses. Le encanta ver series, películas y escuchar música.

Motivación ✨

Sueña con ser una comunicadora profesional y luchar por los DDHH de las personas cuir. Le motiva conocer personas activistas y la posibilidad de hacer un cambio en la sociedad.

Metas ✨

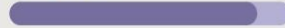
- Concluir el colegio
- Ser parte de una organización social
- Estudiar comunicación

Interés por el producto ✨

¿Cuánto conoce de la historia del los movimientos LGBTQ+ ?



¿Le interesa el contenido interactivo?



¿Le interesa le lenguaje del documental falso?



¿Le interesaría ver un documental-falso-Interactivo producido en Costa Rica?



Edad 17

Género Mujer

Ocupación Estudiante

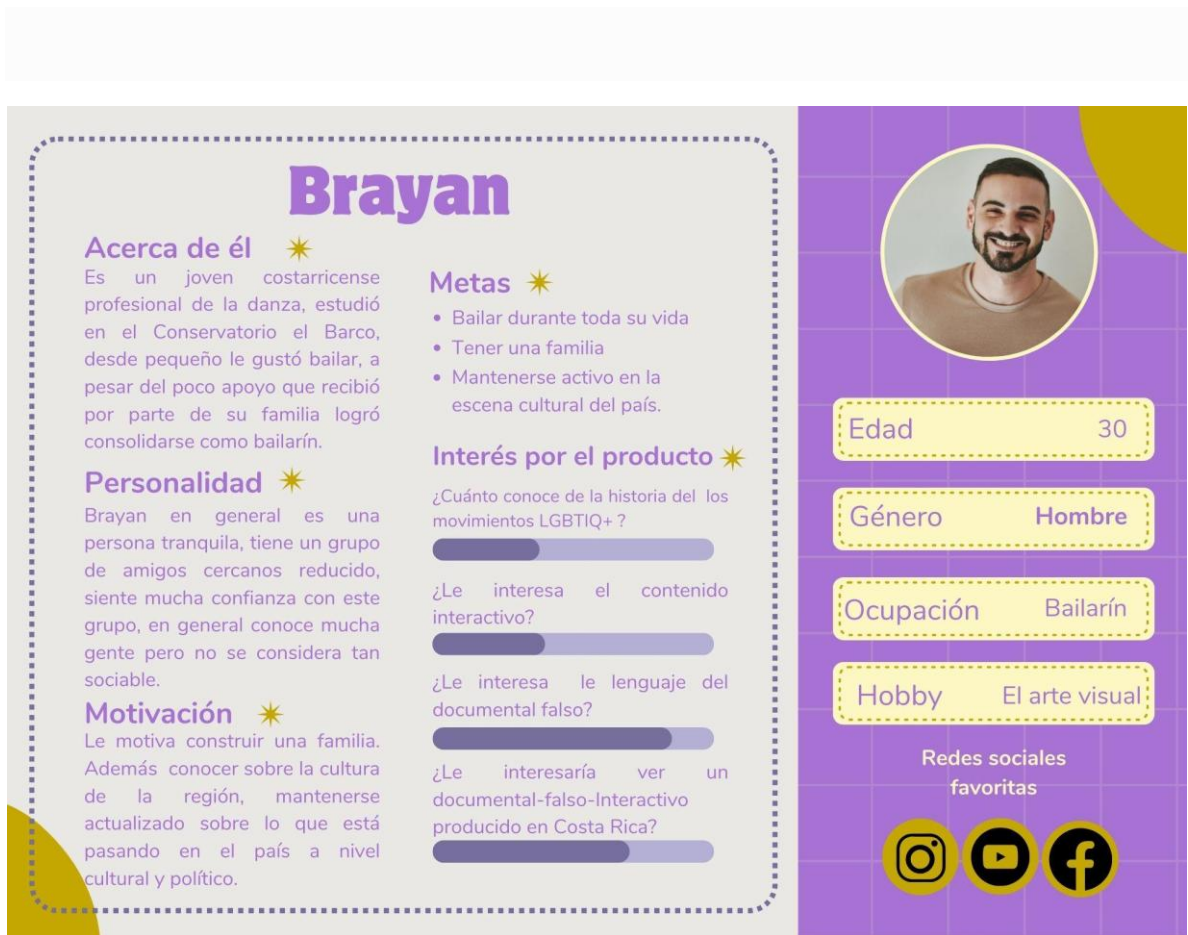
Hobby Crear contenido

Redes sociales favoritas



Figura 4

Gráfico de user persona 2



5. Estructura del proyecto

5.1 Requerimientos funcionales y no funcionales

Debido al alto alcance de nuestro público meta en YouTube, esta plataforma se utilizará para albergar el contenido del documental falso. YouTube es sumamente accesible, pues cualquier persona puede entrar a un sinfín de contenidos sin tener necesariamente un usuario o ingresar datos personales. Además, posee un buscador local

donde las personas usuarias pueden buscar y encontrar fácilmente el documental falso, si así lo prefieren.

Es importante acotar que las posibilidades de establecer una narrativa interactiva dentro de YouTube son limitadas. Plataformas como Stornaway o Wirewax son especialmente diseñadas para este tipo de narrativas, y brindan herramientas y posibilidades de las cuales YouTube carece. Sin embargo, debido a la familiaridad de nuestro público meta con la plataforma, a su posicionamiento mundial como uno de los sitios de reproducción de video y creación de contenido más establecidos, a su estabilidad como plataforma y a su carácter gratuito, nos inclinamos por YouTube.

Por lo tanto, en esta plataforma, se creará un usuario/canal con un correo electrónico único, y se ajustarán los diferentes elementos gráficos y de contenido para que tengan congruencia con nuestro proyecto. Únicamente tendrán acceso a la contraseña de este usuario el creador y la creadora del documental-falso-interactivo.

La plataforma de YouTube permite, una vez seleccionado el video que se quiere reproducir, interactuar con el contenido del audiovisual. Esto es posible ya sea en un nivel exploratorio, como reproduciendo, pausando, modificando la resolución u orientación del video o compartiendo el video en otras redes sociales, o en un nivel contributivo, comentando las impresiones que causa el largometraje en la sección de comentarios o modificando la línea narrativa del audiovisual al seleccionar un botón y construir así una historia propia.

En cuanto a los reportes del sistema, se utilizarán las herramientas de datos de estadísticas de YouTube: interacción, audiencia y cobertura. Dentro de estas secciones, nos enfocaremos en los datos específicos de:

- Las vistas (tanto diarias como en los últimos 90 días).
- La cantidad total de minutos vistos.
- La cantidad de veces que la persona usuaria decide desviarse de la narrativa principal y adentrarse en los desvíos.
- La cantidad de veces que la persona usuaria decide regresar a la narrativa principal después de un desvío.
- La edad de las personas usuarias que visitan los videos.
- El origen digital de la persona usuaria.

Específicamente sobre los requerimientos no funcionales, se detallan los siguientes:

Tamaño del video: YouTube puede albergar audiovisuales de hasta 256 GB y de hasta 12 horas de duración, lo cual resulta óptimo para nuestro audiovisual, que debería de pesar menos de 10 GB y durar alrededor de 25 minutos.

Rendimiento y disponibilidad: Al tratarse de una plataforma de reproducción de video de Google con tanta trayectoria, resulta sumamente confiable en cuanto a seguridad, rendimiento y disponibilidad. Se necesita una plataforma que esté disponible 24/7 y que no presente problemas de *hosting*. YouTube cumple con todo lo anterior.

Derechos de autor: Al ser un trabajo de autoría propia, se necesita una plataforma que resguarde nuestros derechos como autores de la obra y nos mantenga como propietarios intelectuales de esta. YouTube cumple con este requerimiento.

Accesibilidad: Con el fin de llegar a la mayor cantidad de personas posible, necesitamos una plataforma gratuita que no requiera la creación de un usuario o suscripción para acceder al contenido. YouTube cumple con este requerimiento. Además, presenta la opción de generar subtítulos en el idioma del video.

Interactividad: La plataforma debe ser capaz de soportar un nivel de interactividad colaborativo básico, donde el usuario modifique la estructura narrativa del relato. En nuestro caso, se necesita que haya un aviso en pantalla donde se le dé la opción a la persona usuaria de continuar con el relato lineal o desviarse a otra sección de la historia. También deberá de contar con un diseño de experiencia óptimo, donde se le facilite al usuario la interacción con la plataforma para reproducir, pausar, comentar o compartir el audiovisual.

5.3 Arquitectura de la información

Es primordial facilitarle la navegación y exploración de contenido a la persona usuaria. Para ello, se optó por la creación de un perfil de YouTube y también de una *landing page* en Squarespace para las personas usuarias que deseen conocer a profundidad el proyecto. En el caso de YouTube, se utilizarán los esquemas y estructuras de organización de contenido ya establecidos de la plataforma. En el caso de la *landing page*, se usará una estructura jerárquica que incluya secciones para ver el largometraje y conocer acerca del proyecto, los desvíos de la narrativa principal y más información sobre lo cuir en 1987. A continuación, se muestra el listado de vocabulario que se utilizará en el canal de YouTube de @LaNocheDeLaAvispaReina.

- **Documental falso interactivo:** Audiovisual titulado *La noche de la avispa reina*.
- **Video explicativo:** Video explicativo donde se dará una breve explicación de cómo navegar la interactividad del largometraje.
- **Desvíos:** Seis videos publicitarios noventeros a los que el usuario podrá tener acceso tanto dentro del largometraje como a través del canal de YouTube.
- **Sinopsis:** Resumen llamativo del contenido del largometraje.

- **Usuario de YouTube:** Usuario con el que las personas interactuarán con el canal.
- **Thumbnails:** Fotogramas con los que se identificarán los videos.
- **Foto de perfil:** Imagen del perfil del canal.
- **Foto de cover:** Imagen del *cover* del canal.
- **Input de interactividad:** Botón que genera un hipervínculo a otro video.
- **Lista de reproducción:** Diferentes listas de reproducción que se mostrarán en la sección de *Playlists*:
 - Una lista de reproducción del video explicativo del documental falso además el video del largometraje.
 - Una lista de reproducción de todos los desvíos incluidos en el documental falso.
- **Enlaces:** Enlace al usuario de Instagram.

5.4 Mapas de YouTube y landing page

En la presente sección, se muestran mapas conceptuales que tienen el objetivo de presentar de una forma visual la estructura de cada uno de los canales: YouTube y *landing page*. Se presentan gráficos del canal de YouTube y su página principal, así como la estructura de la información de la *landing page*. Además, se presentan los prototipos de baja fidelidad del canal de YouTube, del video explicativo y de la página principal en donde se albergará el producto principal.

Figura 5

Mapa de canal de YouTube

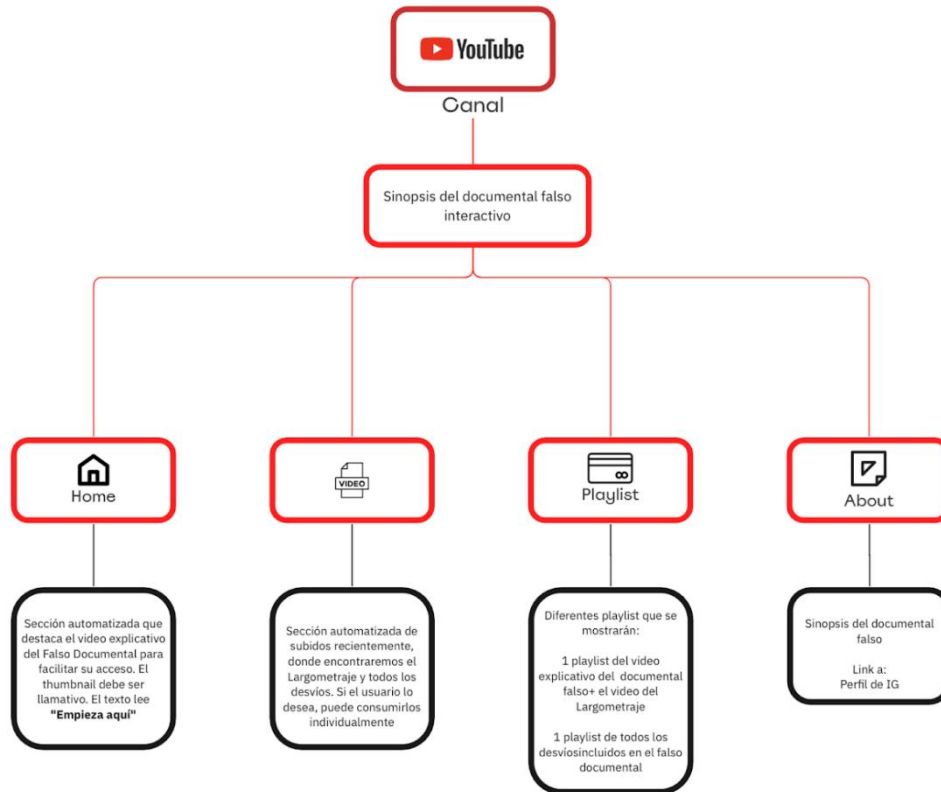


Figura 6

Prototipo de página principal del canal de YouTube

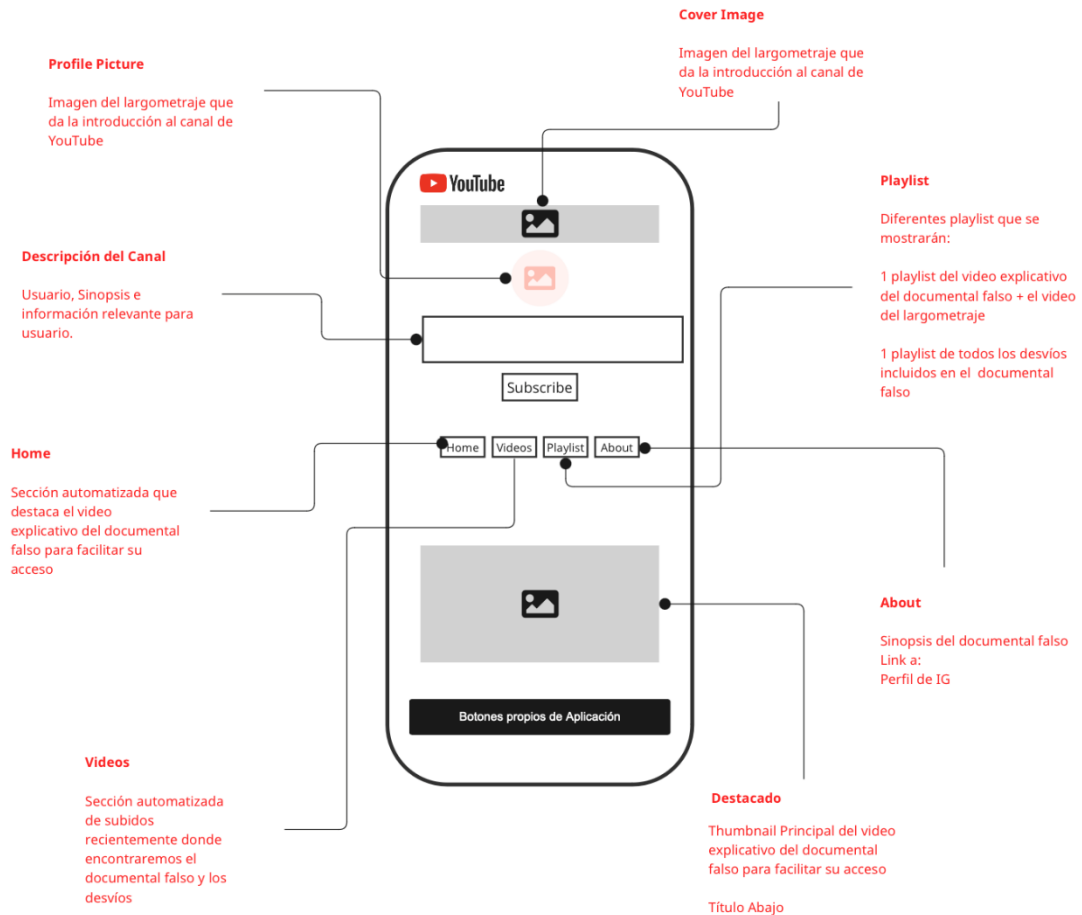


Figura 7

Prototipo de página de video explicativo

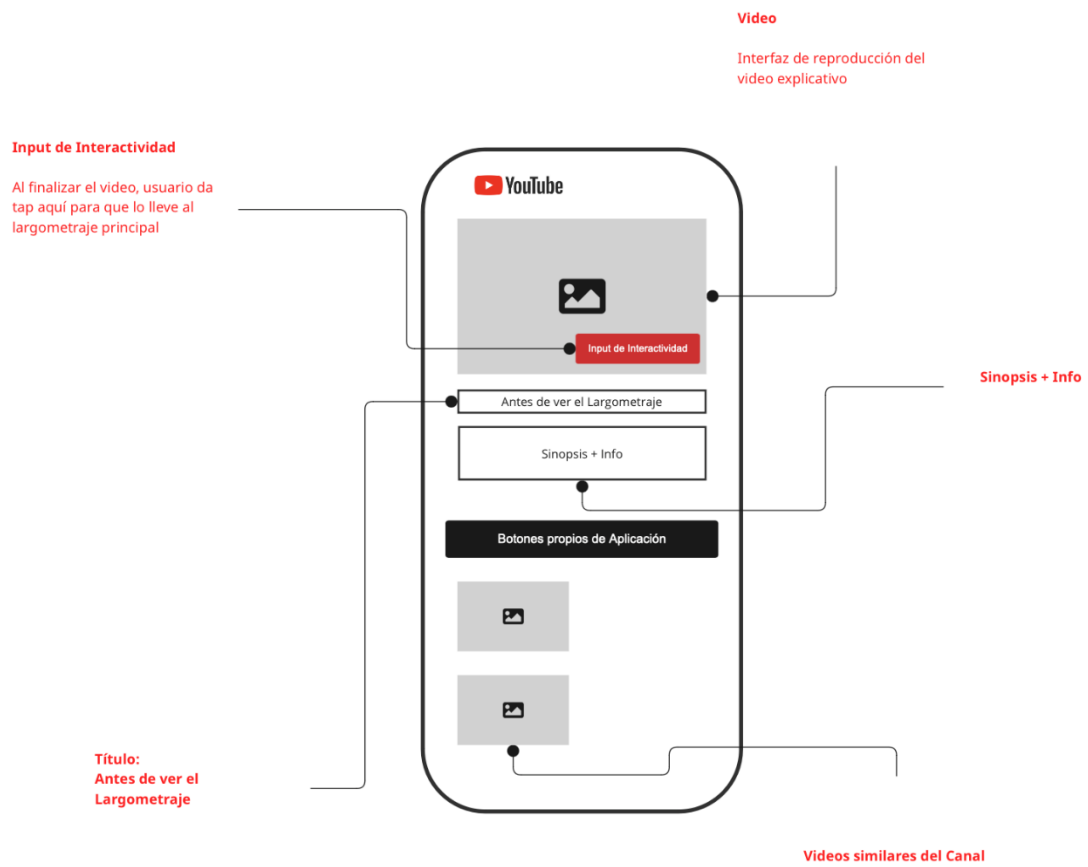


Figura 8

Prototipo de página del documental falso interactivo

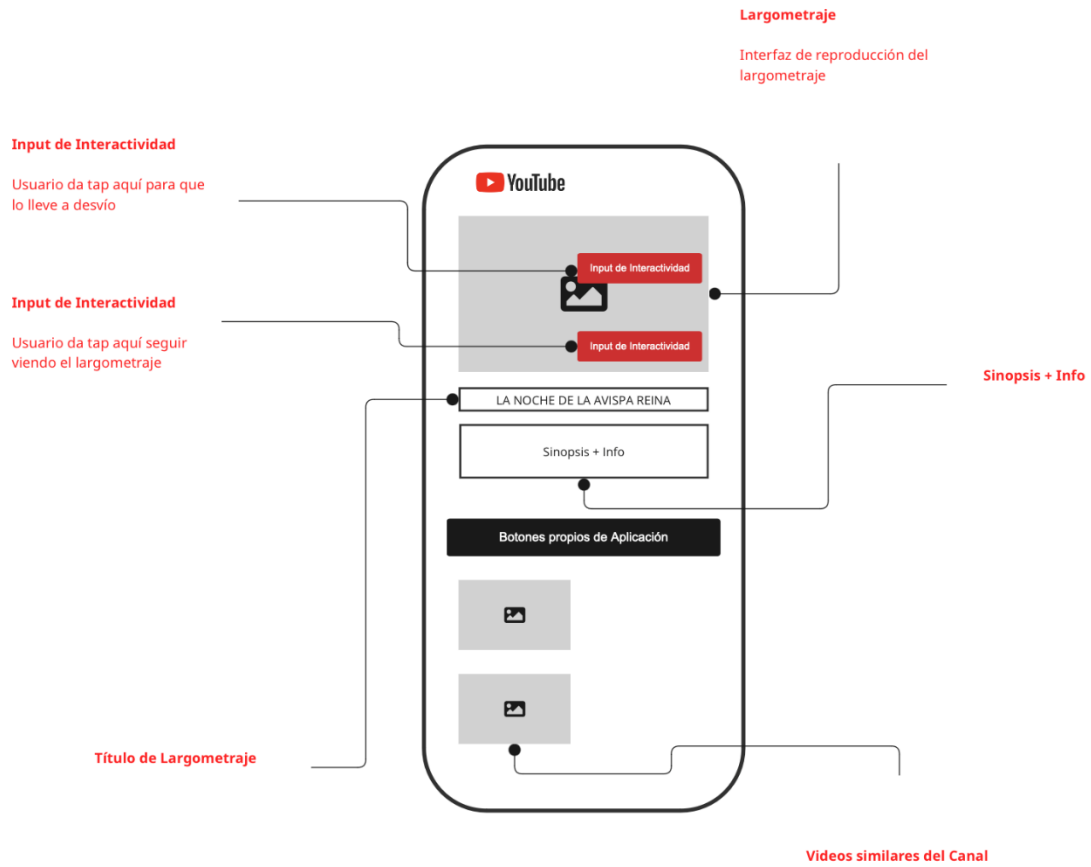
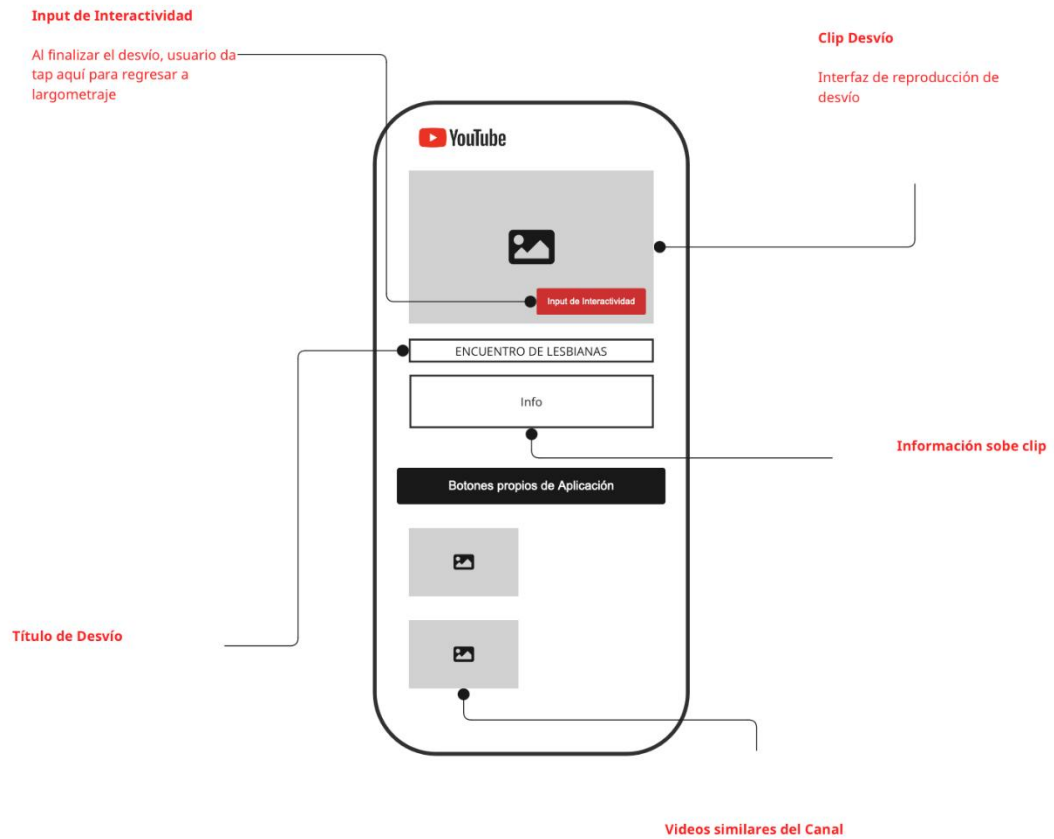


Figura 9

Prototipo de página de desvíos

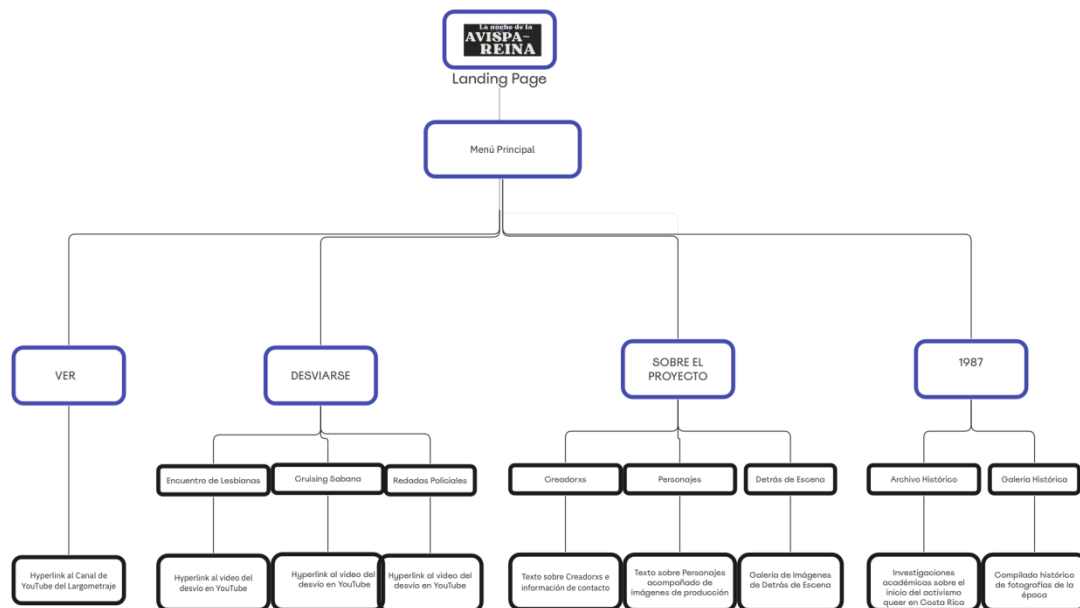


Landing page

Como se mencionó anteriormente, de forma paralela al canal de YouTube, se contará con una *landing page* que llevará a las personas a ver el video y permitirá conocer más a profundidad el proyecto. Este se albergará en la plataforma de Squarespace, la cual permite crear sitios web de manera rápida y sencilla, y cuyo su servidor es estable y posee un costo bajo de mantenimiento mensual. Esta página tendrá el dominio *lanochedelaavispareina.com* y será para uso móvil y de computadora.

Figura 10

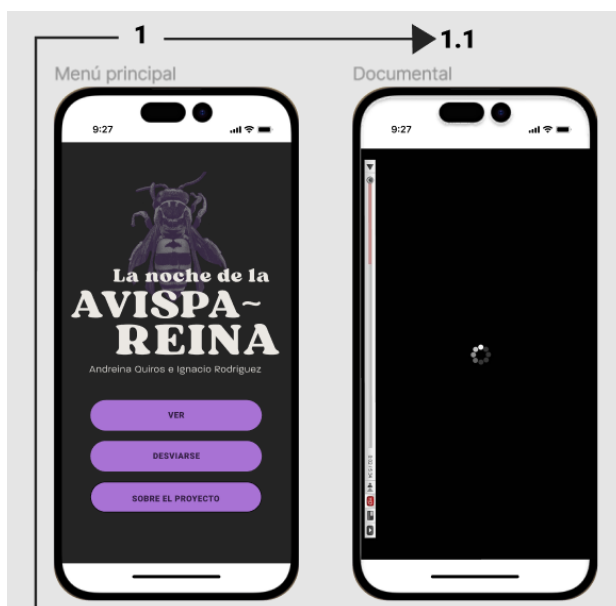
Mapa de sitio de la landing page



La *landing page* estará albergada en Squarespace y contará con cuatro secciones; la primera será el menú principal, desde donde se dirige a la persona usuaria al enlace de YouTube para ver el producto principal. La segunda sección será la página de «Desvíos»; en esta sección, las personas podrán ver uno por uno y de forma independiente los desvíos disponibles. En tercer lugar, se encontrará la pestaña «Sobre el proyecto»; en esta sección, se podrá conocer a profundidad el proceso de construcción del documental falso interactivo, los motivos de su realización y la información de contacto. Por último, se encontrará la sección «1987». En ella, la persona usuaria podrá encontrar investigaciones y artículos académicos de la época, además de ver un compilado de fotografías a manera de repositorio.

Figura 11

Prototipo de baja fidelidad, landing page para teléfono móvil



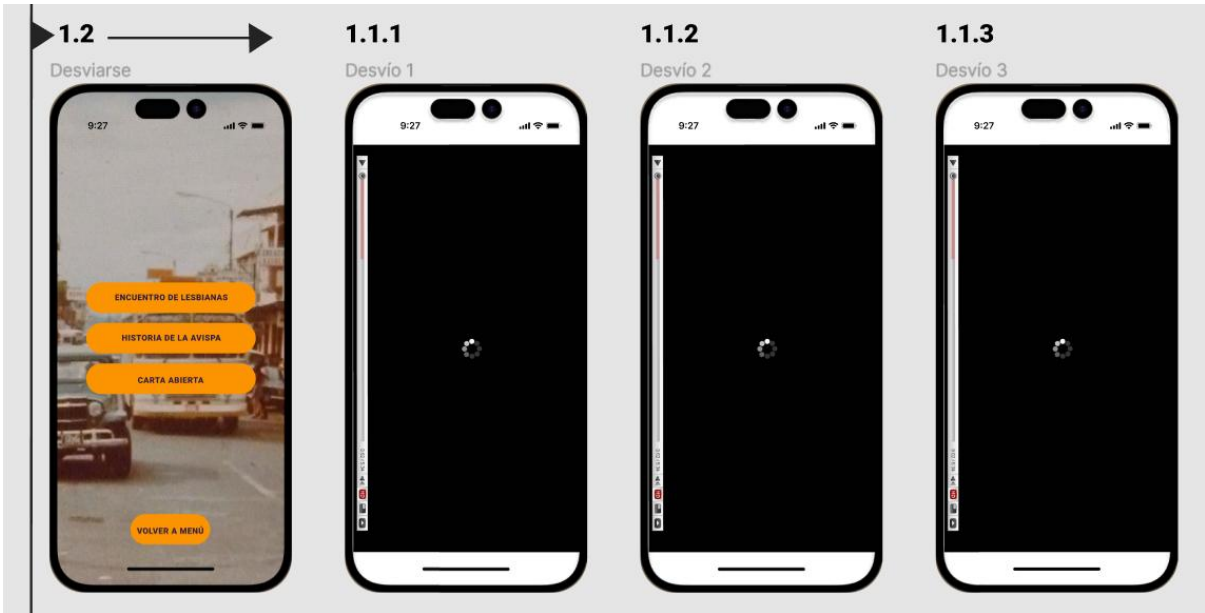
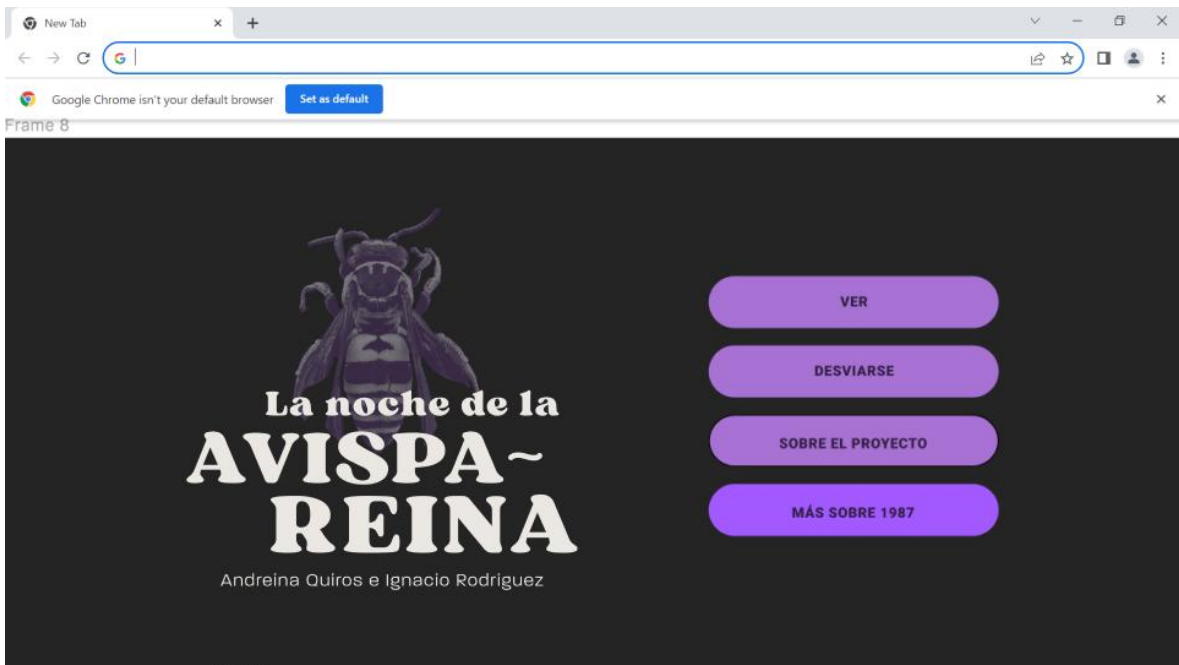




Figura 12

Prototipo de baja fidelidad, landing page para computadora

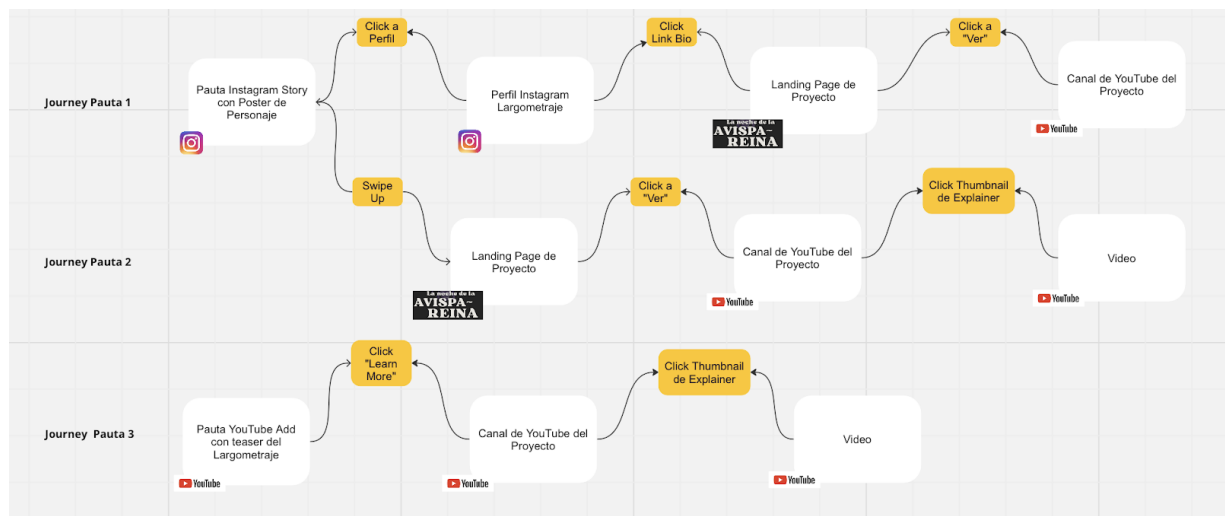


5.5 Journey Map de la persona usuaria

A continuación, se presenta el *journey map* para la persona usuaria, tomando en consideración la estrategia de *marketing* que puede ser encontrada más adelante en el apartado 12, Plan de mercadeo y distribución, con la salvedad de que hay otras opciones mediante las cuales la persona usuaria puede acceder al audiovisual, como por ejemplo, los motores de búsqueda como Google o Bing, de boca en boca o mediante enlaces de mensajería instantánea. Sin embargo, para el presente trabajo, optamos por enfocar nuestra estrategia en las redes sociales Instagram y YouTube, pues son aplicaciones altamente utilizadas por nuestro público meta. A continuación, se muestra el *journey map* de la persona usuaria:

Figura 13

Journey map de la persona usuaria



5.6 Estructura narrativa

El siguiente apartado hace referencia al uso narrativo en el falso documental *La noche de la avispa reina*. Se detalla la sinopsis, la escaleta y el tipo de estructura interactiva del documental.

Sinopsis

Año 1987, San José, Costa Rica. Las comunidades LGBTIQ+ se encuentran en un punto de inflexión político-social: la violencia estatal y policial en las calles y en los ambientes privados, como respuesta al auge de casos de VIH, es el pan de cada día. Los movimientos sociales diversos comienzan a organizarse poco a poco a lo interno para hacer frente a esta problemática.

En este contexto, conocemos a EULALIA LA TRAVESTI (33), una *drag* –o travesti, como se le conoce en esa época– que está buscando hacer su muy esperado debut en lo que va a ser una de los eventos más hablados del año: La Noche De La Avispa Reina. Organizado por el Bar la Avispa, este evento clandestino reunirá parte de la escena *queer* josefina y de los alrededores, entre ellos, a Eulalia. Tan confiada y motivada está Eulalia con este *performance*, que ha contratado a dos documentalistas para que graben un documental sobre ella y su debut.

Sin embargo, los documentalistas aprovechan el acceso al mundo diverso y retratan a otros personajes. Así, conocemos a SUSI A. (27), una mujer trans, a FRANCISCO MADRIGAL (29), activista gay de la zona de Poás, a ANA VEGA (33), dueña del Bar La Avispa, y a EMMA CHACÓN, fundadora de Las Entendidas. Asimismo, los documentalistas logran recopilar varios anuncios en pro de la educación sexual diversa, que habían sido rechazados férreamente por el Ministerio de Salud.

Todas estas personalidades y muchas otras se encontrarán el sábado 3 de abril de 1987 en La Noche De La Avispa Reina, en lo que promete ser la noche de la década. Sin embargo, hay un invitado inesperado: una de las usuales redadas policiales en contra de la diversidad sexual.

¿Podrá Eulalia hacer su esperado debut? Nuestra historia termina un día después, con la publicación en primera plana de la carta del 5 de abril en el periódico *La Nación*, un hito en la historia LGBTIQ+ costarricense.

Estructura narrativa interactiva: *fish bone*

Para nuestro producto interactivo, utilizaremos una narrativa tipo *fish bone*, en la que el usuario va a seguir una historia lineal con la posibilidad de desviarse momentáneamente a otra pequeña, a la que llamaremos desvío. Una vez que el usuario finalice este desvío, regresará al mismo lugar en la historia lineal. Se detalla a continuación la temática de cada desvío:

- **Desvío 1:** *Spot* publicitario de 30"- Trucos para sobrevivir a una redada policial en un bar de ambiente
- **Desvío 2:** *Spot* publicitario de 30" - Audiovisual informativo sobre VIH
- **Desvío 3:** *Spot* publicitario de 30" - ¿Qué es el *cruising* y cómo practicarlo de una forma segura?
- **Desvío 4:** *Spot* publicitario de 60" - 5.º aniversario del Bar La Avispa
- **Desvío 5:** *Spot* publicitario de 60" - II Encuentro de Lesbianas en Costa Rica
- **Desvío 6:** Reportaje televisivo de 2" - Carta de 1987

Estos desvíos son elementos clave en nuestro proyecto. Van a ser los responsables de expandir el universo audiovisual de nuestro documental falso por diversas razones. Primero, serán un vehículo interactivo llamativo para proporcionar a la audiencia un mayor contexto sociopolítico de la época mediante el uso de *spots* publicitarios. Segundo, son elementos que explorarán más a profundidad el género del falso documental y enriquecerán la narrativa, debido a que el uso de material de archivo es una herramienta usada en el cine documental. Por último, le proporcionarán a nuestro público meta representaciones audiovisuales diversas asertivas que, debido al ambiente cultural de los años 80, han sido censuradas.

Se pretende que, a lo largo del largometraje, haya un total de seis desvíos interactivos. Es decir, aproximadamente cada diez minutos se le presentará la posibilidad a la persona usuaria de modificar la narrativa según su elección.

Lo anterior nos permite proporcionar a la persona usuaria varias opciones de interactividad, y nos permite, como creadores y creadoras, tener mayor un control sobre la narrativa.

Figura 14

Imagen de estructura tipo fish bone

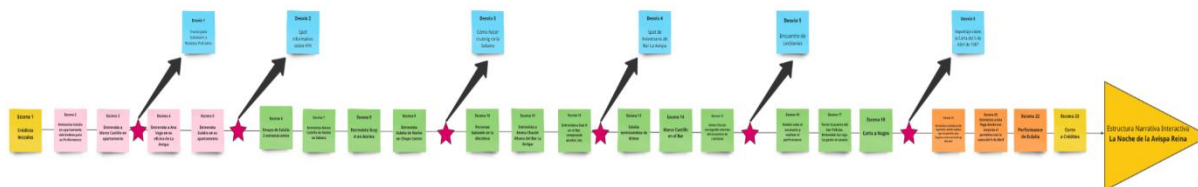
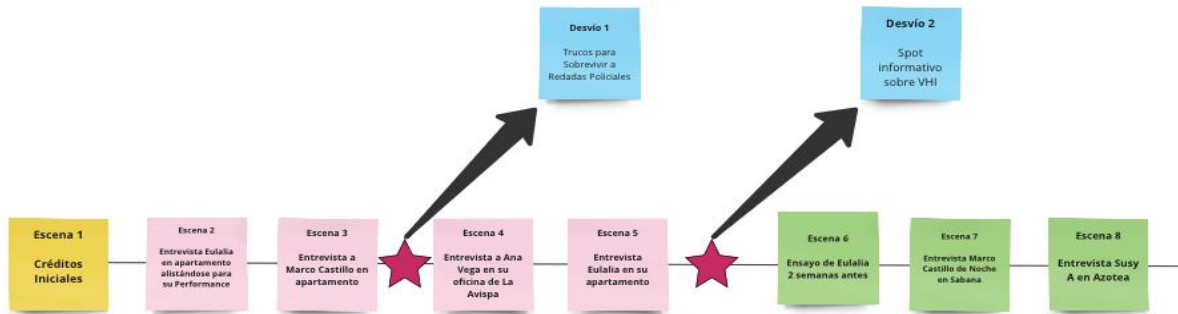


Figura 15



Acercamiento de la imagen 1

Figura 16

Acercamiento de la imagen 2

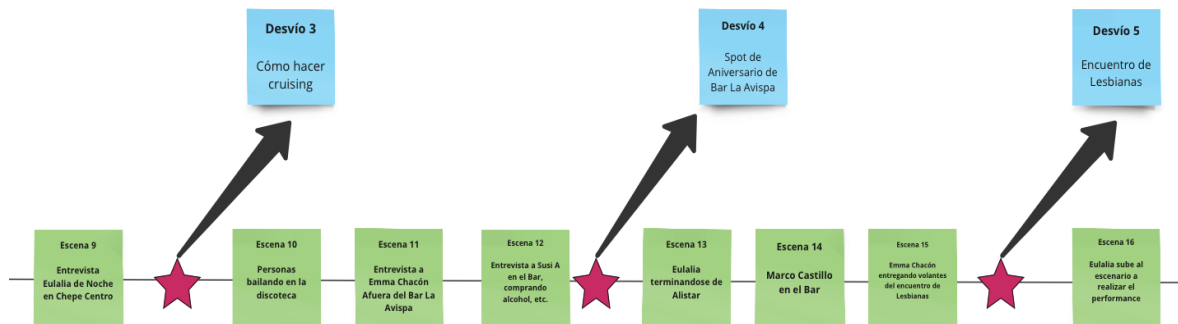
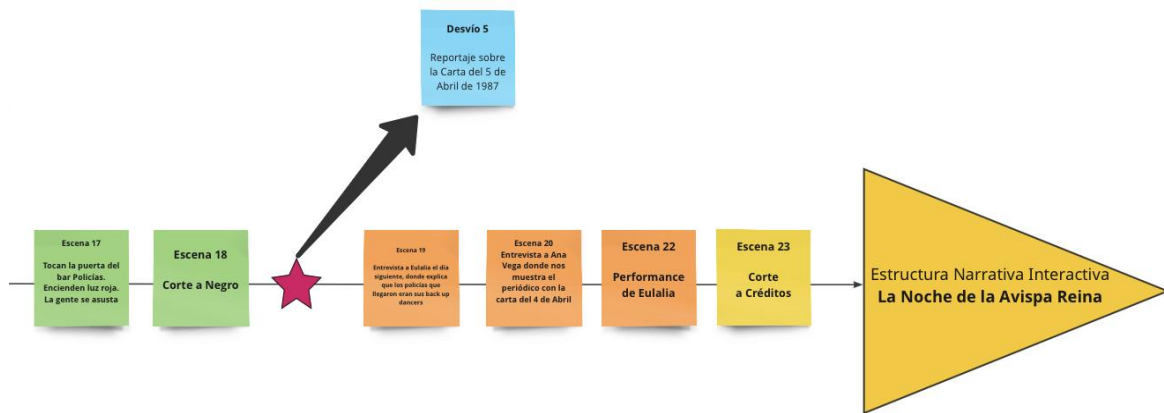


Figura 17

Acercamiento de la imagen 3



5.7 Escaleta de largometraje

Cuadro 1

Escaleta de largometraje

Escena	Visualización	Contenido de personaje
1	<p>EXT. NOCHE - SAN JOSÉ</p> <p>Las imágenes de San José nocturna de 1987 se muestran en pantalla con una canción ochentera. La Avenida Central, diversas calles, material de archivo, letreros y luces nos pintan la escena. Títulos iniciales superpuestos sobre la imagen.</p>	
2	<p>INT. APARTAMENTO DE EULALIA - NOCHE</p> <p>Conocemos a Eulalia, una <i>drag</i>/travesti de 33 años. Ella está maquillándose tranquilamente frente al espejo de la cómoda de su habitación. En la cómoda, con la ayuda de la luz amarilla de una pequeña lámpara, se puede observar las herramientas de maquillaje que usa, unas revistas de moda, películas y artistas de los 80, un libreto con unas anotaciones y un <i>walkman</i>. Eulalia nos comenta mientras se</p>	<p>¿Quién es Eulalia?</p> <p>¿Cómo es la escena diversa de San José?</p> <p>¿Por qué decidió travestirse?</p> <p>¿Qué significa para usted su debut?</p> <p>La vida de Eulalia siempre ha sido muy privada. ¿Algo que nos quiera compartir?</p>

	<p>desmaquilla sobre su travestismo, su debut en la escena diversa, su vida, amigos, familia y deseos.</p>	
3	<p>INT. APARTAMENTO DE MARCO - NOCHE</p> <p>Francisco Madrigal se encuentra sentado en la sala de su casa. Un sillón de tela verde viejo, un par de pinturas y un televisor de caja ambientan el lugar. Marco se desenvuelve de manera muy formal ante la cámara. Se nota nervioso y cuidadoso con lo que dice y nos cuenta que Eulalia le advirtió que no dijera nada comprometedor; ya ambos son viejos amigos.</p>	<p>¿Quién es usted y a qué se dedica?</p> <p>¿Qué está pasando en el activismo diverso actualmente?</p> <p>¿Qué está pasando en el país actualmente en términos de derechos de comunidades diversas?</p> <p>¿Qué piensa de Eulalia?</p> <p>¿Le preocupa que en el evento de Eulalia se infiltre la policía?</p> <p>Cuéntenos un poco sobre su vida personal.</p> <p>Cuéntenos sobre la organización GAYPO.</p>
4	<p>Desvío: Trucos para sobrevivir a redadas policiales</p> <p>INT. BAR LA AVISPA - NOCHE</p> <p>El Bar La Avispa se encuentra repleto de</p>	<p>VO</p> <p>¡A todos nos encanta asistir y bailar en las noches de domingo en el Bar La Avispa en San José! Sin</p>

	<p>personas bailando felizmente con sus parejas del mismo sexo al ritmo de una música ochentera. Peinados extravagantes y vestuarios llamativos por doquier. De repente, la música se detiene, se enciende una luz roja y suena una campana. Todos los asistentes del baile se detienen sorprendidos y rápidamente cambian por una pareja del sexo opuesto. A continuación, un policía llega con su linterna y se muestra sospechoso de la escena. Las personas gays y lesbianas actúan más heteronormativas para engañar al policía.</p>	<p>embargo, a veces hay visitas no deseadas... Para evitar problemas con estas visitas, lo que se debe hacer es:</p> <p>estar atentos al sonido de la campana, señal de peligro;</p> <p>cuando suena la campana, parar de besuquearse inmediatamente;</p> <p>cambiar de parejas rápidamente por una del sexo opuesto;</p> <p>siempre ayuda actuar como heterosexuales.</p> <p>¡Cuidémonos todos y disfrutemos de las noches en el Bar La Avispa!</p> <p>En caso de redadas y actos violentos, llame al 243-9857 para asesoría legal.</p>
5	<p>INT. OFICINA DE LA AVISPA - TARDE</p> <p>Ana Vega nos recibe en su oficina un lunes</p>	<p>¿Quién sos? ¿Cuándo se fundó La Avispa?</p> <p>¿Te gusta trabajar en La Avispa?</p>

	<p>por la tarde. Nos comenta que sus días son muy ajetreados y no tiene tiempo para prestarse para este tipo de entrevistas, pero de todos modos aceptó porque Eulalia se lo pidió como un favor. En su escritorio hay una sobrepoblación de papeles, facturas y documentos probablemente demasiado importantes para estar tirados ahí. Ana habla directo a cámara, con un tono fuerte y decidido.</p>	<p>¿Cómo funciona esa estrategia de encender la luz?</p> <p>Además de fiesta, La Avispa está siendo un lugar emblemático para las personas diferentes... ¿qué pensás de esto?</p> <p>¿Por qué el bar se llama La Avispa?</p> <p>¿Qué tipo de persona viene a este bar?</p> <p>¿Creés que es un espacio seguro?</p> <p>¿Qué es el evento La Noche De La Avispa Reina?</p> <p>¿Qué sabés vos de Eulalia?</p> <p>¿Qué se sabe de una carta que están cocinando diversos personajes a nivel nacional en relación con las redadas policiales?</p>
6	<p>INT. SALA - NOCHE</p> <p>Eulalia, ya desmaquillada, fuma un cigarro en un rincón de la sala de su casa. Otra</p>	<p>¿Por qué decidió hacer este documental?</p> <p>Explíquenos el concepto de La</p>

	<p>pequeña lámpara amarilla ilumina la habitación. Eulalia nos cuenta que prefiere iluminaciones tenues.</p>	<p>Noche De La Avispa Reina. ¿Tiene miedo de fracasar?</p>
7	<p>Desvío: Spot publicitario informativo sobre VIH</p> <p>INT. ESTUDIO TV - DÍA</p> <p>Un hombre y una mujer se ubican enfrente de un fondo azul. Ambos visten con ropa ochentera y ven directamente a la cámara.</p>	<p>HOMBRE: El VIH o SIDA es un virus que está teniendo impacto en todo el mundo. No es exclusivo de Costa Rica, no es exclusivo de homosexuales, y no es exclusivo de personas sexualmente activas.</p> <p>MUJER: Las principales formas de transmisión son a través de sangre, leche materna, semen y fluidos vaginales. Lo mejor que podemos hacer ahora es cuidarnos.</p> <p>HOMBRE: Si tenés alguna duda sobre la transmisión del virus, preguntale a tu doctor de confianza.</p> <p>MUJER: ¡Cuidémonos entre todos y todas!</p> <p>Un mensaje de la CCSS.</p>

8	<p>INT. BAR LA AVISPA - DÍA</p> <p>Dos semanas antes del evento</p> <p>Eulalia, fuera de <i>drag</i>, nos muestra el Bar La Avispa de día y nos enseña cómo va a ser su <i>performance</i>. Nos indica dónde van a estar sus bailarines y el público y se realiza un mapa de cobertura de las dos cámaras que van a estar ese día en el evento.</p>	<p>Descríbanos cómo va a ser su <i>performance</i>.</p> <p>¿Cómo cree que va a resultar la noche?</p> <p>¿Le preocupa que las lesbianas tomen protagonismo con su evento de encuentro de lesbianas?</p>
9	<p>EXT - PARQUE LA SABANA - DÍA</p> <p>Continuamos con Francisco Madrigal, quien ahora camina en el parque La Sabana. El día es caluroso, entonces su vestimenta consiste de <i>shorts</i>, lentes de sol y una camisa de botones florales.</p> <p>Finalmente, Marco se sienta en el zacate y conversa con la cámara.</p>	<p>Cuéntenos un poco acerca de uno de los retos más importantes para la comunidad diversa: el VIH.</p> <p>¿Qué esfuerzos se están haciendo desde dentro de la comunidad para afrontar esto?</p> <p>Las redadas policiales son un accionar cotidiano para las comunidades diversas. ¿Cómo están afrontando esto ustedes?</p> <p>¿Qué se sabe de una carta que están cocinando diversos</p>

		personajes a nivel nacional en relación con las redadas policiales?
10	<p>EXT. APARTAMENTO - DÍA</p> <p>Conocemos a Susy A., una mujer trans que vive en las afueras de San José. El apartamento nos dice que no es de ella, sino de unos amigos que están fuera de la ciudad y ella lo está cuidando. Susy A. es extremadamente dulce y gentil. Vive en su propia fantasía y lo que nos dice es que sueña con irse a México a ser una actriz de telenovela. En el apartamento, la vemos hacer los quehaceres domésticos y escuchar música con su <i>walkman</i>.</p>	<p>¿Cómo es ser una travesti en San José?</p> <p>¿Cuáles son sus sueños de vida?</p> <p>¿Qué necesita el país en términos de diversidad?</p> <p>¿Se siente discriminada por la misma comunidad <i>queer/cuir</i>?</p> <p>¿Cómo es su amistad con Eulalia?</p> <p>¿Va a asistir a La Noche De La Avispa Reina?</p>
11	<p>EXT - AVENIDA SEGUNDA - NOCHE</p> <p>Eulalia camina acompañada de su novio José. Ambos se encuentran ebrios y hablan y caminan con dificultad. Eulalia hace una broma y le da un beso a su novio en la calle, lo que ocasiona una pelea entre ellos, pues no es seguro hacer eso en la calle.</p>	<p>¿Qué significa San José Centro para usted?</p> <p>¿Es una ciudad segura?</p>

12	<p>Desvío: Tips para hacer <i>cruising</i> en La Sabana</p> <p>EXT - PARQUE LA SABANA - DÍA</p> <p>Un montaje de hombres caminando, sonriendo y disfrutando en La Sabana aparecen en pantalla. Algunos hombres aparecen sin camisa y ven a la cámara de manera sugestiva. Tomas de hombres poniéndose lentes de sol, bloqueador y abrochándose el cinturón. Sobre estas tomas, se escucha el <i>voice over</i> con música ochentera.</p>	<p>Narrador (VO)</p> <p>Si sos hombre homosexual, este anuncio es para vos.</p> <p>¡<i>Cruising</i> en La Sabana!</p> <p>A cualquier hora del día, podés ir a La Sabana y disfrutar con otros hombres discretos.</p> <p>¡<i>Cruising</i> en La Sabana!</p> <p>Cada vez más y más hombres se suman a esta actividad recreacional que está de moda.</p> <p>¡<i>Cruising</i> en La Sabana!</p> <p>¡Especialmente caliente los sábados! Recordá traer la protección adecuada.</p> <p>¡<i>Cruising</i> en La Sabana! ¡Te esperamos!</p> <p>Un mensaje de la asociación de OSOS COSTA RICA.</p>
13	TÍTULO EN PANTALLA: DÍA DE LA PRESENTACIÓN DE EULALIA	
14	INT. BAR LA AVISPA - NOCHE	¿Cuál es su nombre y a qué se

	<p>En la entrada del Bar La Avispa, se encuentra EMMA CHACÓN (29), una muchacha lesbiana vecina de San Pedro. Emma tiene una camisa que dice Encuentro de Lesbianas y tiene un salveque negro sobre su espalda. Atrás suya, vemos movimiento de personas entrando al bar. Emma nos habla con mucha emoción sobre el Encuentro de Lesbianas.</p>	<p>dedica?</p> <p>¿Las lesbianas son invisibilizadas dentro de las comunidades diversas?</p> <p>¿En qué consiste el Encuentro de Lesbianas?</p> <p>¿Qué opina de Antonio Álvarez Desanti?</p> <p>Describe al grupo de Las Entendidas.</p>
15	<p>INT. BAR LA AVISPA - NOCHE</p> <p>En la entrada del Bar La Avispa, se encuentra Susy A. Totalmente maquillada y vestida con un atuendo llamativo, Susi se dirige a la cámara con el mismo carisma de siempre. A continuación, llega a la par suya otra mujer trans, GABRIELA (21).</p>	<p>¿Está emocionada por el <i>performance</i> de Eulalia?</p> <p>¿Qué siente al ver reunidas a tantas personas diversas en un bar?</p> <p>¿Quién es esa amiga a la par suya?</p>
16	<p>Desvío: Spot aniversario del Bar La Avispa</p> <p>INT. - BAR LA AVISPA- NOCHE</p> <p>Un montaje de personas bailando en La</p>	<p>(Mujer)</p> <p>La Avispa está cumpliendo 10 añitos... 10 añitos que se han pasado volando con tanto baile,</p>

	<p>Avispa, un DJ, tomas de la fachada del bar y el texto en pantalla son acompañados de música ochentera y una narración de una mujer.</p>	<p>música, tragos, y bueno, hay que decirlo... ¡con tanto disfrute!</p> <p>¡Vení a acompañarnos en este mes de aniversario, tendremos cocteles especiales y premios a la pareja de lesbianas más apuntada!</p> <p>¡Les esperamos!</p>
17	<p>INT. BAÑO EN LA AVISPA - NOCHE</p> <p>En uno de los baños del bar, Eulalia termina de alistarse. Se ve al espejo y se nota nerviosa y asustada. La vemos respirar hondo varias veces. En un momento, entran personas al baño y Eulalia les grita para que salgan. A continuación, Eulalia llora debido a la presión que siente.</p>	<p>¿Siente presión por su <i>performance</i>?</p> <p>¿Qué siente en este momento?</p>
18	<p>INT. BAR LA AVISPA - NOCHE</p> <p>Francisco Madrigal nos habla desde el Bar La Avispa. Está vestido de cuero negro y viene acompañado de una amiga llamada JULIETA (27).</p>	<p>¿Es probable que llegue la policía en este momento?</p> <p>¿Se puede hablar ya de una organización de activismos diversos?</p>

		<p>¿Son estos bares espacios seguros para las comunidades?</p> <p>¿Está emocionado por el <i>performance</i> de Eulalia?</p>
19	<p>INT. BAR LA AVISPA - NOCHE</p> <p>Emma Chacón continúa entregando volantes a las lesbianas.</p>	<p>¿Cuál es la cuota de lesbianas que esperan para este evento?</p> <p>¿Cree que se dé una persecución hacia ustedes?</p> <p>¿Qué opinan sobre el protagonismo que toman las personas gays en eventos?</p>
20	<p>Desvío: Spot del Encuentro de Lesbianas</p> <p>INT. ESPACIO COLORIDO - DÍA</p> <p><i>En un set de grabación con fondo anaranjado, un teléfono de disco rojo suena con una llamada entrante. A continuación, lo levanta una mujer y se lo lleva a la oreja. Se escucha del otro lado de la línea:</i></p>	<p>Voz de mujer</p> <p>MUJER 1: Amiga, ¡no te lo vas a creer!</p> <p>La mujer del teléfono sonríe.</p> <p>A continuación, la pantalla se divide y vemos a otra mujer hablando por teléfono con fondo morado.</p> <p>MUJER 2: Tenemos que vernos con Las Entendidas.</p>

		<p>Empieza montaje en el que la pantalla se sigue dividiendo y vamos escuchando y viendo a en total a cinco mujeres con sus teléfonos y con diferentes fondos de color.</p> <p>Mujeres hablando al unísono por teléfono: Veámonos el domingo... digamos que se canceló, pero que no se cancele... ¿cómo que mujeres solas?... de que lo hacemos lo hacemos, ¿ya habló con Emma? Sí, ella nos presta el lugar... acuértese de llevar... Los mensajes continúan en <i>crescendo</i> hasta que una última mujer aparece y dice de manera pícara:</p> <p>MUJER 3:</p> <p>¡Qué torta!</p> <p>Corte a pantalla: Encuentro de Lesbianas de 1992. ¡Espéralo!</p>
--	--	--

21	<p>INT. ESCENARIO EN LA AVISPA - NOCHE</p> <p>Eulalia sube al escenario en medio de aplausos masivos del público. Se nota nerviosa, pero feliz, y camina con seguridad hacia el micrófono. Toma el micrófono y dice unas palabras agradeciéndole al público por asistir y apoyarla.</p> <p>A continuación, da una señal para que apaguen las luces.</p> <p>De repente, suena la campana de La Avispa a todo volumen. Eulalia queda petrificada, al mismo tiempo que se escuchan sonidos de patrullas afuera del bar.</p> <p>Cunde el pánico. Corte a negro.</p>	
22	<p>Desvío: Reportaje sobre la carta del 5 de abril de 1987</p> <p>Se transmite un reportaje de Noticias Costa Rica. En el reportaje, vemos imágenes de un señor llamado Joaquín Sandoval en su casa de habitación, de las calles de San José, el periódico del 5 de abril de 1987 y material de apoyo de bares diversos.</p> <p>El reportaje es narrado por la periodista Maricruz Cedeño.</p>	<p>MARICRUZ CEDEÑO (VO)</p> <p>La mañana de este domingo, Joaquín Sandoval amaneció con una inusual noticia en su periódico: varios activistas homosexuales y lesbianas se han pronunciado en el periódico de <i>La Nación</i>, y han realizado un campo pagado, en donde le piden al Poder Ejecutivo de la República el alto de las redadas policiales en los bares de homosexuales y travestis.</p>

		<p>La carta, firmada por más de cien personas de la academia y el gobierno, circula hoy por todo el territorio nacional. ¿Y que tiene que decir Joaquín Sandoval, vecino del cantón de Flores, sobre esto?</p> <p>JOAQUIN SANDOVAL</p> <p>Bueno, yo no conozco a ningún homosexual. Bueno, yo tenía un tío que decían que era *palabra censurada* porque un día lo vieron *oración censurada* pero a mí no me consta nada. Pero bueno, si los homosexuales quieren tomar pues que lo hagan en sus casas... Eso es lo que hago yo, aquí desde las 7 de la mañana me estoy tomando un trago de guaro.</p> <p>MARICRUZ CEDEÑO (VO)</p> <p>Para Joaquín, los bares deben de ser exclusivamente para</p>
--	--	---

		<p>heterosexuales. La carta fue publicada hoy 5 de abril, después de varios meses en los que homosexuales y lesbianas han sufrido maltratos por parte del Estado... y de los medios de comunicación. Continuamos en el estudio principal.</p>
23	<p>INT. APARTAMENTO DE MARCO - DÍA</p> <p>Francisco Madrigal está terminando de desayunar en su casa con su amigo. Al terminar, su amigo recoge los platos y le da un beso a Marco, quien sostiene en sus manos el periódico del día. Marco se encuentra leyendo la carta del 5 de abril de 1987.</p>	<p>¿Fue inesperado ese <i>performance</i> de Eulalia?</p> <p>¿Ya leyó el periódico de hoy?</p> <p>¿Cómo va a cambiar esta carta al futuro de la diversidad en nuestro país?</p> <p>¿Esperaría que Costa Rica avance en temas de diversidad en unos 40 años?</p>
24	<p>INT. BAR LA AVISPA - DÍA</p> <p>Ana Vega se encuentra limpiando con un palo piso el escenario de La Avispa. Nos comenta que se siente un poco enojada por</p>	<p>¿Cómo va a cambiar esta carta el futuro de la diversidad en nuestro país?</p> <p>¿Cuál es el futuro del Bar La</p>

	la presentación de Eulalia el día anterior.	Avispa?
25	<p>INT. APARTAMENTO DE EULALIA - DÍA</p> <p>Eulalia se encuentra al frente de la cómoda de su habitación. Viene de darse un baño, por lo que aún se está secando su pelo. Se nota relajada, feliz, satisfecha. Habla a la cámara de manera tranquila, un contraste con las entrevistas antes del <i>performance</i>.</p> <p>En el escritorio de la cómoda, podemos ver una nota que dice ¡Felicidades mi amor!</p> <p>Eulalia hace una broma a la cámara, y les indica que tienen que poner el <i>performance</i> como escena final de la película.</p>	<p>¿Por qué engañó a su audiencia pensando que iban a llegar policías?</p> <p>¿Se siente orgullosa de su <i>performance</i>?</p> <p>¿Cuál es el futuro de Eulalia?</p>
26	<p>INT. ESCENARIO EN LA AVISPA – NOCHE</p> <p>FLASHBACK</p> <p>En retrospectiva, vemos que los policías que llegaron eran en realidad <i>back up dancers</i> que iban a acompañar a Eulalia en su <i>performance</i>. Mientras suena la canción <i>Luces de San José</i>, admiramos el <i>performance</i> de Eulalia de principio a fin, con sus bailarines policiales.</p>	

5.8 Diseño de interacción

La estrategia de interacción se compone principalmente del contenido en redes sociales, con el fin de informar y emocionar a la audiencia. A continuación, el detalle de las estrategias de interacción:

- Uso de redes sociales: Instagram y YouTube

Se colocará en la esfera digital del público el documental falso interactivo *La noche de la avispa reina* por medio de las redes sociales Instagram y YouTube. El objetivo del uso de estas redes sociales será generar interacción directa con la audiencia. En Instagram, la interacción se realizará por medio de publicaciones, comentarios, «me gusta», *shares*, publicación de historias y *lives*. En YouTube, la interacción se centrará en «me gusta», *shares* y comentarios de los videos subidos a la plataforma. La interacción en ambas redes buscará generar un diálogo directo con el público, mantener el interés y multiplicar las personas usuarias.

Por otro lado, el contenido compartido en redes buscará generar alianzas entre organizaciones de la sociedad civil que trabajan en torno al tema de derechos de las poblaciones LGBTIQ+. Para ello, se realizará un mapeo de las posibles alianzas y, posteriormente, se les invitará de forma directa, por WhatsApp y correo electrónico, a compartir e interactuar con el contenido creado, con el fin de lograr un mayor alcance e incentivar el uso del producto.

- Interacción con el documental falso interactivo

La totalidad del largometraje interactivo estará albergada en la plataforma YouTube. En cuanto a la interactividad de la narrativa, el documental propone una interacción del modelo *fish bone*. Este se caracteriza por contar historias en donde existe

una línea narrativa principal y otras salidas narrativas que el usuario puede tomar. Sin embargo, al terminar las salidas narrativas, la persona usuaria deberá regresar al mismo punto de la narrativa principal.

Para lograr esta interacción, se recurrirá a la herramienta de Video dentro de Video de YouTube, que proporciona niveles de usabilidad, legibilidad y funcionalidad óptimos y que, además, es utilizada de manera instintiva por nuestro público meta. Esta herramienta consiste en que, en un punto específico, se introducen dos pequeños *thumbnails* a un extremo del video principal. Esos *thumbnails* producen un hipervínculo a otros dos videos de YouTube, los cuales serán el desvío narrativo y la continuación del video. La persona usuaria decidirá si sigue el desvío o si continúa con el video principal.

En cuanto a la usabilidad, la plataforma de YouTube le proporciona a la persona usuaria una interfaz responsiva y ágil. Basta con darle *tap* a cualquier *thumbnail* para que inmediatamente la plataforma responda a la acción y lleve a la persona usuaria al siguiente video. De igual forma, la interfaz de reproducción de video (pausa, reproducir, resolución, volumen) es responsiva, y es intuitiva para la persona usuaria.

La legibilidad del *thumbnail* es adecuada. Al aparecer dentro del video, el *thumbnail* ocupa alrededor de un tercio de la pantalla, y proporciona un tamaño de letra lo suficientemente grande para la información pertinente.

Por último, la plataforma de YouTube se caracteriza por tener una funcionalidad muy confiable. Es una aplicación sumamente sólida cuyos videos son visitados por millones de personas diariamente. La aplicación es capaz de soportar el video de una manera estable, siempre y cuando la persona usuaria tenga acceso a Internet, y los elementos interactivos como *likes*, comentarios, *thumbnails* dentro del video principal,

shares, entre otros, funcionan como es de esperar. A continuación, dos ejemplos de la visualización de la interactividad planteada que permite YouTube:

Para describir las opciones de interactividad a la persona usuaria, se contempla la realización de un video explicativo, en donde se explique y guíe el uso del producto. Lo anterior permitirá que las personas entiendan cómo se puede consumir esta narrativa: si el usuario elige la opción de desviarse, la plataforma le redirigirá a la historia paralela, en caso de escoger la opción de continuar con la historia principal, la audiencia continuará observando el video.

Figura 18

Ejemplos de visualización de interactividad

Propuesta de Interactividad de Youtube 1



Propuesta de Interactividad de Youtube 2



Como se puede concluir, la interacción en el producto final es muy concreta e intuitiva, y permitirá al público comprender de forma muy sencilla, con una legibilidad, usabilidad y funcionalidad óptima cómo se usa el producto.

- Escenario de interactividad

A continuación, se narra un posible escenario en donde se interactúa con el producto; además, más adelante se muestran algunos ejemplos de cómo podrían ser los *posts* en Instagram.

Andrea vio un *story* publicitario en Instagram sobre un documental falso llamado *La noche de la avispa reina*. Inmediatamente, le resultó sumamente interesante por la temática, hizo clic en «visitar página de Instagram». Visitó la página de la red social y las publicaciones coloridas le llamaron la atención; miró el *feed* de la página, y en la página encontró una encuesta sobre la historia del movimiento LGBTIQ+ en el país; respondió la encuesta.

Después, se dirigió a la *landing page* y esta la redirigió a la página principal de YouTube, en donde inició la reproducción del documental falso interactivo. Ahí conoció por primera vez la interactividad aplicada en un producto audiovisual; su atención al producto fue más profunda.

Minutos después, hizo clic en el primer desvío y conoció la historia del Encuentro de Mujeres Feministas realizado a inicios de los 90, y le fascinó. A pesar de que estaba muy enganchada con el documental, se quedó dormida porque debía levantarse temprano al día siguiente.

En la mañana, fue a la universidad y muy contenta comentó a sus compañeras sobre *La noche de la avispa reina*. Dos de sus compañeras empezaron a seguir el proyecto casi de inmediato y sin pensarlo mucho. Esa noche, Andrea llegó a su casa y se sentó a terminar de ver el largometraje interactivo mientras comía un plato de comida. Se sintió identificada y

aludida con el proyecto; después de terminarlo, compartió la página de IG en sus redes sociales y recomendó ver el producto.

Gráfico de escenario de interactividad

A continuación, se presentan dos gráficos, uno en donde se pueden ver los momentos de interacción de un escenario, y otro de la definición de los esquemas de navegación, en donde se muestra el paso a paso de la persona usuaria para llegar al producto principal.

 <p>Atracción ¿Cómo se da cuenta inicialmente de este producto?</p>	 <p>Visita ¿Qué experimentan las personas cuando se acercan al producto?</p>	 <p>Compromiso En los momentos centrales del proceso, ¿qué ocurre?</p>	 <p>Salida ¿Qué suele experimentar la gente al finalizar el proceso?</p>	 <p>Compartir ¿Qué ocurre cuando termina la experiencia?</p>
<p>Usuaría ve una publicación patrocinada en IG</p>	<p>Da "click" a la publicación, entra al feed de IG. En la página se invita a conocer el landing page y la página en YT. Se dirige a la página de YouTube.</p>	<p>La temática le llama la atención, se ve identificada y reflejada en la estética y contenido.</p>	<p>Sale del IG, después de haber visitado el landing page y la página de YouT. Desea volver a visitar.</p>	<p>En IG, ve que una amiga ha compartido una publicación del producto en su IG, vuelve a visitar el feed de IG y la página de YouT, esta vez tiene tiempo para ver el falso documental completo.</p>
<p>La publicación dirige a la usuaria al feed IG y a la página principal en YouT al darle "click"</p>	<p>Dentro del feed, encuentra una encuesta en las historias de IG, da respuesta. Se dirige al landing page y posteriormente a YouTube, inicia la reproducción del video, interactúa con el video al seleccionar el primer desvío.</p>	<p>Después de iniciar la reproducción del producto, se re-dirige a una de los desvíos, regresa a la reproducción del video principal.</p>	<p>Después de regresar a la reproducción del video principal, no tiene tiempo para redirigirse a un nuevo desvío. Sin embargo, en YT se invita en los comentarios a interactuar y comentar en IG, va al IG y dejó un comentario en el feed</p>	<p>Regresa a YouTube, visita todos los desvíos. Comparte la página de IG mediante una historia.</p>

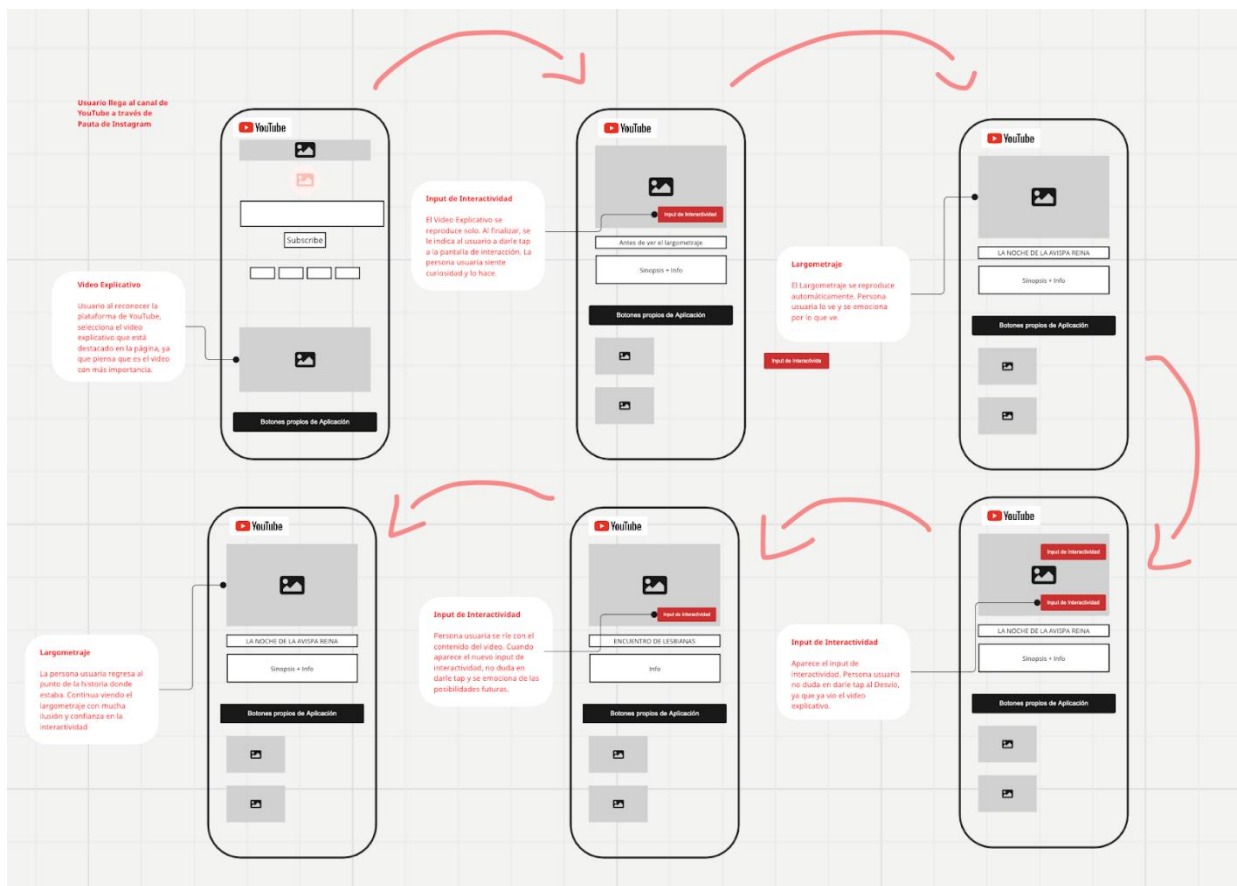
En el presente gráfico se explica como la persona usuaria interactúa y recorre el producto.

Figura 19

Mapa del recorrido de la experiencia del cliente

Figura 20

Definición de esquemas de navegación



6. Propuesta gráfica y visual

Se escogió el nombre de *La noche de la avispa reina*, debido a que emula un producto audaz, dramático, diverso y colorido. Es un título que llama la atención por su longitud y su melodrama. Por otro lado, el logo se encuentra en proceso de construcción. Se optó por el uso de una tipografía agresiva y retro llamada Sergio Trendy Regular, que enlaza el estilo del falso documental.

La propuesta gráfica de las publicaciones mantendrá un estilo ochentero, propio de la época en donde surgieron las primeras manifestaciones de la lucha por los derechos de las personas LGBTIQ+ en Costa Rica. La paleta de colores responde a los colores más utilizados durante los años 1980, además de colores emblemáticos del movimiento lésbico feminista, como el púrpura, y colores propios de las avispas, signo representativo del proyecto.

6.1 Tratamiento audiovisual

Para emular la estética de un audiovisual producido en 1987, se tomaron las siguientes decisiones en torno al tratamiento audiovisual:

- Ambientación de época en el Bar La Avispa, bar representativo de los ochentas que aún mantiene ciertas decoraciones de los años ochenta y noventa.
- Vestuario, maquillaje y peinados de la época.
- Ambientación en secciones de calles josefinas con carros, periódicos y publicidad de la época.
- Emulación de rollo de 16 mm con *scratches*, *grain* y *dust*.
- Iluminación y colorización que emulan una producción ochentera con una cámara Kodak o Fuji.

- Cámara a mano alzada, tipo documental «guerrilla».
- Diseño sonoro que enfatice los matices de los años 80, mediante un audio monoaural de calidad limitada y musicalización con sintetizadores

6.2 Referencias visuales

Figura 21

Versión borrador 1 para logotipo de prototipo de baja fidelidad



Figura 22

Versión borrador 2 para logotipo de prototipo de alta fidelidad



Paleta de colores

Los colores fueron seleccionados de forma que correspondan a los colores representativos de los años ochenta y noventa, con énfasis en la emulación de lo retro y lo nostálgico. A continuación, se incluye la paleta de colores con el código de color respectivo:

Figura 23

Paleta de colores






Referencias de tratamiento visual del documental falso

Narrativa principal:

Cuadro 2

Referencias de tratamiento visual de la narrativa principal

Referencia visual	Elementos por utilizar
	<p><i>Aspect ratio 4:3</i></p> <p>Plano de entrevista</p> <p>Iluminación dramática</p> <p>Grano en imagen</p> <p>Maquillaje y peinado</p>
	<p>Grano en imagen</p> <p>Toma de exteriores de material de apoyo</p> <p>Vestuario</p>

	<p>Ambientación de bar ochentero</p> <p>Paleta de color</p> <p>Vestuario</p>
	<p>Escena nocturna</p> <p>Grano en imagen</p> <p>Vestuario</p>
	<p>Plano entrevista</p> <p>Iluminación tenue</p> <p>Temperatura de color</p> <p>Vestuario</p>



Plano entrevista

Vestuario

Desvíos:

Cuadro 3

Referencias de tratamiento visual de los desvíos

Referencia visual	Elementos
	<p>Fondo color sólido</p> <p>Estética VHS</p> <p><i>Aspect ratio 4:3</i></p>
	<p>Gráfica e ilustraciones retro</p>

	<p>Tipografía retro</p>
	<p><i>Close ups</i> extremos Estética VHS</p>
	<p>Gráfica e ilustraciones retro</p>

	<p>Vestuario</p>
	<p>Fondo color sólido</p> <p>Estética VHS</p> <p>Maquillaje y vestuario</p>
	<p>Fondo color sólido</p> <p>Estética VHS</p>

6.3 Prototipos funcionales interactivos

Con el fin de acercarse al producto final de la creación de un documental falso interactivo, se realizaron tanto un prototipo de baja fidelidad como uno de alta fidelidad. Ambos prototipos contaron con un proceso de validación.

6.4 Prototipo de baja fidelidad

La propuesta de prototipo funcional interactivo de baja fidelidad consta de un *storyboard* con dos escenas clave del largometraje: la escena inicial (2) y la escena del último desvío (18). El *storyboard* cuenta con una secuencia de planos con una propuesta visual y una línea gráfica que se apegan a nuestra propuesta para el largometraje. También mantiene la estructura narrativa planteada tipo *fish bone*. Además, se proponen dos escenarios de interactividad para su respectiva validación con las entrevistas grupales. A continuación, se presenta el prototipo con su *storyboard* y las propuestas de interactividad.

Figura 24

Storyboard escena inicial parte 1

Storyboard

Título: Escena 2

Página: INT. APARTAMENTO DE EULALIA - NOCHE (24 min)



Tomas de apoyo en Bar



Nombre de personaje 1



Entrevista personaje 1
diferente ángulo



Tomas de apoyo en calle
de San José



Tomas de apoyo en Bar



Plamp Medio personaje 1

Figura 25

Storyboard

Título: Escena 2

Página: INT. APARTAMENTO DE EULALIA - NOCHE



Plano Medio. Entrevista
personaje 1 en su casa



Tomas de apoyo en su casa



Tomas de apoyo en Bar



Planos Generales
de apoyo en Bar



Fotografías de Archivo



Entrevista personaje 1
Primer Plano de Perfil

Storyboard escena inicial parte 2

Figura 26

Storyboard escena desvío 3

Storyboard

Título: Escena 18

Página: INT. ESPACIO COLORIDO - DÍA



Plano Detalle de Teléfono



Primer Plano de Mujer 1
"Amiga, no te lo vas a creer"



Plano Medio Mujer 2
"Tenemos que vernos con Las Entendidas"



Varias mujeres hablando por
teléfono en una composición



Plano Largo de Mujer 3
"Qué torta!"



Propuesta de interactividad en YouTube

En la figura 26, a la izquierda, se presenta una propuesta más visible e invasiva. A la derecha, una propuesta más minimalista y menos invasiva.

Figura 27

Propuesta de interactividad en YouTube

**Propuesta de Interactividad
de Youtube 1**



**Propuesta de Interactividad
de Youtube 2**



6.5 Prototipo de alta fidelidad

En cuanto al prototipo de alta fidelidad, se realizó un cortometraje interactivo en donde las escenas prototipadas son parte del *storyboard* (prototipo de baja fidelidad), específicamente las escenas 1 y 2, «La noche de la avispa reina», además de la escena 20, «Encuentro de Lesbianas», que consiste en uno de los desvíos de la narrativa principal. Las escenas 1 y 2 tienen una duración de 15 min y el desvío, 1 minuto.

Además de la realización del cortometraje, se creó un canal de YouTube para albergar los videos (parte 1 y 2 de la narrativa central y el desvío). Actualmente, en el canal de YouTube se puede visualizar el **prototipo de alta fidelidad** mediante el siguiente enlace: [La Noche de la Avispa Reina – Parte 1](#).

A continuación, se muestran fotogramas de ambos cortometrajes y capturas de pantalla del canal de YouTube.

Fotogramas del prototipo de alta fidelidad:

Cuadro 4

Fotogramas del prototipo de alta fidelidad de la narrativa principal





Cuadro 5

Fotogramas de desvíos del prototipo de alta fidelidad



Cuadro 6

Fotogramas de desvíos del prototipo de alta fidelidad

The image displays two screenshots of a video player interface, likely from YouTube, showing navigation options for a documentary. The top screenshot shows a video player with a dark background. The main video area is mostly black with white text: "Hacé click aquí para saber más sobre la historia de las lesbianas. Luego podés regresar al documental." and "O hacé click aquí para seguir viendo el resto del documental." There are two video thumbnails on the right. The top one is titled "Spot - Encuentro de Lesbianas en 1990" and has a duration of 1:14. The bottom one is titled "La Noche de la Avispa Reina - Parte 2" and has a duration of 9:23. The video player controls at the bottom show a play button, a progress bar at 7:53 / 7:58, and various settings icons. The bottom screenshot shows a video player with a solid red background. The main video area has white text: "Hacé click aquí para continuar con el documental." There is one video thumbnail on the right titled "La Noche de la Avispa Reina - Parte 2" with a duration of 9:23. The video player controls at the bottom show a play button, a progress bar at 1:12 / 1:13, and various settings icons.

Hacé click aquí para saber más sobre la historia de las lesbianas. Luego podés regresar al documental.

O hacé click aquí para seguir viendo el resto del documental.

Spot - Encuentro de Lesbianas en 1990

La Noche de la Avispa Reina - Parte 2

La Noche de la Avispa Reina - Parte 2

Hacé click aquí para continuar con el documental.

La Noche de la Avispa Reina - Parte 2

Spot - Encuentro de Lesbianas en 1990

7. Validación

Con el fin de confirmar la pertinencia del producto en términos de la comprensión de la interactividad, la funcionalidad, la percepción sobre la estética, el interés en torno a la narrativa y, además, conocer las características de la población meta, se realizaron dos momentos de validación:

1. Validación del prototipo de baja fidelidad
2. Validación del prototipo de alta fidelidad.

7.1 Validación del prototipo de baja fidelidad

Para la validación del prototipo de baja fidelidad, se realizaron dos entrevistas grupales (ver Guía de entrevistas grupales en el anexo 1). Además, dentro de las entrevistas grupales se aplicó un sondeo digital.

Una de las entrevistas grupales estuvo dirigido al público primario de adolescentes de 15 a 19 años que forman parte de la población LGBTIQ+. El segundo se dirigió al público secundario, jóvenes de 19 a 35 años que mantienen un interés por los derechos sexuales y de la población *queer/cuir*. Se aplicó el mismo sondeo a ambas poblaciones. La convocatoria se llevó a cabo por medio de llamadas telefónicas, correos electrónicos y mensajes de texto con apoyo de organizaciones locales y otros contactos personales de las personas a cargo del proyecto.

A continuación, se presentan los objetivos de la validación y las características de las entrevistas grupales; finalmente, se plantean los resultados identificados.

Objetivos:

1. Conocer las características, motivaciones e intereses de la población a la cual está dirigido el producto.
2. Validar la estética, la funcionalidad y la narrativa del prototipo de baja fidelidad del documental falso interactivo *La noche de la avispa reina*.

Cuadro 7*Características de la entrevista grupal 1*

Entrevista grupal 1	
Características	Dirigido a jóvenes de 15 a 19 años que forman parte de la población LGBTIQ+
	Duración: 1 hora
	Formato virtual, por medio de la plataforma Zoom
	Facilitado por el director y la directora del proyecto <i>La noche de la avispa reina</i>
	Realizado el 15 de febrero de 2023
	Participaron tres personas

Cuadro 8

Características de la entrevista grupal 2

Entrevista grupal 2	
Características	Dirigido a personas de 20 a 35 años que sienten interés o motivación por la temática <i>queer/cuir</i>
	Duración: 1 hora
	Formato virtual, por medio de la plataforma Zoom
	Facilitado por el director y la directora del proyecto <i>La noche de la avispa reina</i>
	Realizado el 15 de febrero de 2023
	Participaron tres personas

7.2 Resultados de la validación del prototipo de baja fidelidad

En la validación del producto y el prototipo, se evaluó la narrativa, la estética visual y la interactividad.

Sobre la narrativa y la representación asertiva de las poblaciones en el prototipo, salieron a relucir en la conversación las limitaciones para representar a todas las poblaciones, pues un solo producto no podría pretender mostrar una sola realidad. Asimismo, se estableció que la complejidad de los movimientos sociales es tanta que en un solo producto no sería posible. Se reafirmó que la historia de estas poblaciones debe ser contada de forma asertiva y que los personajes planteados en el producto no reproducen estereotipos de expresión o identidad de género.

Además, las personas participantes señalaron que será importante tener presente este último aspecto a lo largo de la creación del documental falso interactivo para que sea un producto libre de estigma y discriminación en todas las etapas del producto. También apuntaron a que habrá que monitorear principalmente al *casting* y la redacción del guion en relación con la discriminación o el estigma. El hecho de que el audiovisual ofrezca varias historias para seleccionar es coherente con la diversidad del movimiento social y la posibilidad de conocer diferentes perspectivas de un momento o evento.

Una de las principales conclusiones de las entrevistas grupales es que las personas comprendieron la propuesta de realizar un documental falso. Les llamó la atención el abordaje, consideraron que es sumamente atractivo y diferente. Los niveles de interactividad también quedaron claros y, de la misma forma, los encontraron interesantes, como menciona uno de los participantes de la entrevista grupal de población primaria:

No solo quiero verlo, sino que es un producto que tiene mucho *replay value*. Me imagino a mí mismo viéndolo otra vez y tomando las decisiones que no tomé durante la primera vez que lo vi; no solo es informativo y atractivo, sino que también es duradero. (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023)

En cuanto al aspecto estético, el total de participantes indicó que el hecho de que sea ambientado en los años 80 y 90 es uno de los aspectos más llamativos y les genera mucha curiosidad. Una de las participantes mencionó: «La estética le va a aportar mucho al documental falso, a la comedia que va a tener la estética le complementa muchísimo» (Entrevista grupal, 22 de febrero, 2023). Además, se hizo evidente que las referencias a la época suelen proceder de Norteamérica y no existe suficiente información producida en la región sobre el contexto de esos años.

Se les presentó la propuesta de la interactividad, y de forma unánime eligieron la segunda opción que se presenta a continuación en la figura 27. Afirmaron que la posibilidad de desviarse y expandir la historia quedó clara en la indicación, y aportaron que los personajes podrían reforzar la interactividad mediante un rompimiento de la cuarta pared, un gráfico o un posible silencio. Estos insumos son importantes de considerar en el guion, pues fortalecen la interactividad a partir de la perspectiva de las personas usuarias.

El total de personas afirmó saber qué es un documental interactivo y el 60 %, qué es un documental ficción. También indicaron que les gustaría conocer más sobre la historia del movimiento LGBTIQ+ en el país por medio de un documental interactivo-ficción. Manifestaron que es un valor agregado que sea una producción nacional, porque les da la posibilidad de conocer historias con las que se podrían identificarse. Señalaron que la historia que se les presentó por medio de un *storyboard* les convocó, les llamó la atención,

y deseaban continuar conociendo el desenvolvimiento de la historia principal y sus desvíos.

A partir de las entrevistas grupales, se concluye que la mejor opción es la propuesta 1.

Figura 28

Propuesta de interactividad seleccionada

**Propuesta de Interactividad
de Youtube 1**



7.3 Validación del prototipo de alta fidelidad

Se realizó un sondeo de forma autoadministrada y virtual en Google Forms para la validación del prototipo de alta fidelidad (ver anexo 3, Cuestionario de validación del prototipo de alta fidelidad). Las personas que participaron del sondeo forman parte del público meta del producto, pues son personas de la población LGBTIQ+ y tienen entre 16 y 28 años. En total, participaron nueve personas. La invitación para participar fue por medio de mensajes de texto.

La validación del prototipo de alta fidelidad tuvo los siguientes objetivos:

- Identificar las opiniones del público sobre el prototipo de alta fidelidad en sus aspectos de contenido narrativo, funcionalidad de la interactividad, representaciones asertivas y formato de documental falso.
- Analizar las opiniones del público meta para la mejora del producto de documental falso-interactivo.

7.4 Resultados de la validación del prototipo de alta fidelidad

Se realizó un sondeo a nueve jóvenes cuir costarricenses entre las edades de 18 a 28 años, en correspondencia con nuestra población meta primaria y secundaria; cinco de esas personas participaron en la validación del prototipo de baja fidelidad. Se realizó por medio de un cuestionario de Google Forms que constaba de 19 preguntas, y tuvo como finalidad recibir retroalimentación sobre cuatro aspectos del prototipo: el contenido narrativo, la funcionalidad de la interactividad, las representaciones asertivas y el formato de documental falso. La convocatoria para participar del sondeo se llevó a cabo por medio de un mensaje de WhatsApp, por el cual se envió el enlace con instrucciones y el enlace de YouTube del documental falso interactivo que debía ser visto antes de responder las preguntas. Los resultados son, en general, positivos. A continuación, se describe el detalle de cada uno de los aspectos por valorar.

Contenido narrativo:

Todas las personas sondeadas opinaron que la narrativa les llamó su atención y se identificaron con alguno de los temas y personajes, pues se vinculaban con sus motivaciones o intereses.

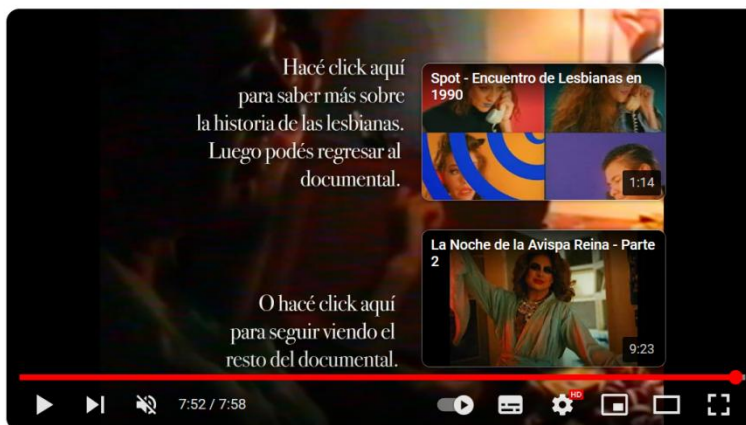
Funcionalidad de la interactividad:

De las nueve personas, el total pudo interactuar o navegar la estructura *fish bone*. Fueron capaces de navegar hasta la sección «Encuentro de Lesbianas» y retornar a la historia central de *La noche de la avispa reina* sin inconvenientes. Por otro lado, 7 personas de las 9 personas entrevistadas comprendió de forma clara que la persona espectadora tiene la posibilidad de desviarse de la narrativa central y acceder a una historia paralela.

Por tanto, se evidencia que la interactividad es comprensible y permite una navegación adecuada. Por otro lado, se identifica que YouTube presenta limitaciones en cuanto a la interactividad, pues solo permite la opción de interactuar con otro video una vez terminado el video principal por medio de un anuncio y no existe la posibilidad de interacción en la mitad de la reproducción. Ver imagen a continuación:

Figura 29

Funcionalidad de la interactividad



Representaciones asertivas mediante el documental falso

El total de participantes consideró que el prototipo representa poblaciones LGBTIQ+ de forma asertiva y no reproduce o fomenta estereotipos u otro tipo de

discriminación o forma de violencia hacia las personas LGBTIQ+. Además, existía un interés en siete de las nueve personas por confirmar o verificar si la información presentada en las diferentes escenas era real o ficticia, de forma que se aumentó la curiosidad de conocer cómo eran las experiencias de las poblaciones LGBTIQ+ en otras épocas. Entonces, a manera de conclusión, el documental-falso-interactivo *La noche de la avispa reina* se valoró positivamente como una forma de representar de manera asertiva a las disidencias sexuales.

8. Cronograma tentativo

Se optó por un gráfico de Gantt para organizar y visualizar el cronograma de *La noche de la avispa reina*. En este, se encontrarán las secciones que debemos llevar a cabo para la realización y eventual finalización de nuestro proyecto: **desarrollo audiovisual, preproducción audiovisual, producción audiovisual y digital, postproducción audiovisual y digital, investigación de la *landing page*, diseño de la *landing page*, desarrollo de la *landing page* y distribución.**

8.1 Resumen de cronograma

Cuadro 9

Resumen de cronograma

Etapa de producción	Fecha
Desarrollo audiovisual	20 de noviembre - 15 de diciembre de 2023
Preproducción audiovisual	3 de enero - 6 de marzo 2024
Producción audiovisual	10 de marzo - 4 de abril 2024
Postproducción audiovisual y gráfica	5 de abril - 15 de junio 2024
Investigación <i>landing page</i>	20 de marzo - 28 de marzo 2024
Diseño <i>landing page</i>	1 de abril - 28 de abril 2024
Desarrollo <i>landing page</i>	30 de abril - 10 de junio 2024
Distribución	20 de junio - 15 de octubre 2024

9. Requerimientos

La lista de requerimientos necesarios para desarrollar el documental falso interactivo es la siguiente:

Cuadro 10

Requerimientos

<i>Hardware/Equipo técnico</i>	<i>Software/Plataformas</i>
Equipo de iluminación y grippería para rodaje de cine	Programa de edición, Adobe Premiere Pro y Davinci
Dos cámaras profesionales de cine 4K Canon C200 y su kit de monitoreo y baterías	ProTools
2 CFast 528mb	Figma
Equipo de sonido Seinheiser (solapas y <i>boom cane</i>)	YouTube
Equipo de lentes L Prime Canon	Instagram
6x Disco duro 4Tb	
2 Macbook Pro 16" con 32 RAM. 10 Core	

9.1 Equipo de trabajo

Seguidamente, se cita el equipo de trabajo necesario para realizar el presente proyecto.

Cuadro 11

Equipo de trabajo

Desarrollo	Productores y directores: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Preproducción: por definir Dirección: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Asistente de dirección: por definir Producción de campo: por definir Producción ejecutiva: por definir Guion: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Dirección de fotografía: Ignacio Rodríguez Dirección de arte: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Talento actoral: por definir
Producción	Dirección: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Producción de campo: por definir Producción ejecutiva: por definir Guion: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Dirección de fotografía: Ignacio Rodríguez Dirección de arte: por definir Talento actoral: por definir Asistente de cámara 1: por definir Gaffer: por definir Grip: por definir Asistente de producción 1: por definir Asistente de producción 2: por definir Asistente de dirección: por definir Sonido en directo: por definir Dirección de arte: por definir Asistente de arte: por definir Maquillista 1: por definir Vestuarista: por definir

Postproducción	Dirección: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Producción ejecutiva: por definir Postproducción de imagen: Ignacio Rodríguez Postproducción de sonido: Luigui Rodríguez Diseño gráfico: Gerardo Coto
<i>Landing page</i>	Diseñador digital: por definir Directores: Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez Diseño <i>landing page</i> : por definir Diseñador digital: por definir Desarrollo <i>landing page</i> : por definir Programador web: por definir
Distribución	Implementación de la estrategia de <i>marketing</i> : Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez

10. Presupuesto y plan de financiamiento

Con el fin de presupuestar el proyecto, se definieron ocho rubros que responden a las dimensiones por desarrollar en el documental falso interactivo. Los montos establecidos corresponden a un sondeo de cotizaciones realizadas y también se basan en la experiencia de las personas coordinadoras del proyecto.

En las siguientes secciones, se definen el presupuesto, el plan de financiamiento, el plan de recuperación y el flujo de caja. La información se presenta de forma sintética y resumida, por medio de tablas presupuestarias. Sin embargo, el presupuesto detallado se puede encontrar en el [link](#).

10.1 Presupuesto

Para producir este audiovisual interactivo, se necesitan **\$38 450 dólares americanos**. A continuación, se muestra este presupuesto a modo general:

Cuadro 12

Resumen presupuesto

Presupuesto La Noche de la Avispa Reina		
Documental Falso interactivo		
País: Costa Rica. Moneda: US\$. 2023-2024		
No. Cuenta	Concepto	Total
1000	Desarrollo del proyecto	\$1 900,00
1100	Gastos de Producción	\$2 900,00
1200	Producción	\$3 000,00
1300	Dirección	\$5 100,00
1400	Postproducción Imagen	\$6 500,00
1500	Postproducción Sonido	\$3 300,00
1600	Crew	\$1 000,00
1700	Talento Actoral	\$1 250,00
1800	Diseño Interactivo/Pauta	\$13 500,00
Total del Proyecto:		\$38 450,00

Como se puede observar, gran parte del presupuesto estará dirigido a la parte de postproducción, interactividad y pauta, debido a lo importante de la estética, la edición y del elemento interactivo del audiovisual. Nuestra aproximación a la producción es la de una **producción guerrilla**, por lo que el equipo de grabación va a ser mínimo y se buscará en lo posible aprovechar los recursos al máximo y ser austeros.

A continuación, se desglosa el presupuesto y se identifican secciones como viáticos, honorarios de producción y dirección, honorarios de diseño gráfico para desarrollo, entre otras.

Cuadro 13

Desglose del presupuesto

Presupuesto La Noche de la Avispa Rein					Total del proyecto		\$38 450,00
No. Cuenta	Concepto	Cantidad	Unidad	x	Importe	Total	
1000	Desarrollo del proyecto						\$1 900,00
1001	Diseño Gráfico	1	flat		\$300,00	\$300,00	
1002	Guión	1	flat		\$1 000,00	\$1 000,00	
1003	Financiamiento (reuniones, llamadas, etc.)	0	flat		\$100,00	\$100,00	
1004	Viáticos				\$500,00	\$500,00	
1100	Costos de Producción						\$2 900,00
1101	Comida y Transporte (20px)	1	flat	1	\$20,00	\$600,00	
1102	Camera/Audio Pack	1	flat	1	\$60,00	\$2 000,00	
1103	Imprevistos	1	flat	3	\$50,00	\$300,00	
1200	Producción						\$3 000,00
1201	Producción: Andreína y Nacho	1	flat	1		1500	1500
1202	Maquillaje		flat	1	500		500
1203	Vestuarios		flat	1	1000		1000
1300	Dirección						\$5 100,00
1301	Dirección: Andreína y Nacho	1	flat		3500		3500
1302	Asistente de Dirección	1	flat	1	500	500	500
1303	Dirección de Arte	1	flat	1	600	600	500
1304	Dirección de fotografía	1	flat		600		600
1400	Postproducción Imagen						\$6 500,00
1401	Edición de imagen	1			\$2 500,00	\$2 500,00	
1402	Colorización	1	flat		\$2 000,00	\$2 000,00	
1403	Almacenamiento	1	flat		\$500,00	\$500,00	
1404	Export y Masterización Final	1	flat		\$500,00	\$500,00	
1405	Programa de edición, Adobe premiere pro o	1	flat		\$500,00	\$500,00	
1406	Trello	1	flat		\$500,00	\$500,00	
1500	Postproducción Sonido						\$3 300,00
1501	Edición de Sonido	1	flat			\$2 000,00	
1502	Musica Stock	1	flat	1		\$300,00	
1503	Export y Masterización Final	1	flat	1		\$500,00	
1504	Programa de edición de sonido	1	flat	1		\$500,00	
1600	Crew Adicional						\$1 000,00
1601	AC	1	flat	1		\$150,00	
1602	Gaffer	1	flat	1		\$200,00	
1603	Rental Luces	1	flat	1		\$500,00	
1604	Sonidista	1	flat	1		\$150,00	
1700	Talento Actoral						\$1 250,00
1701	Principal	1	flat	1		\$500,00	
1702	Secundaria	1	flat	1		\$150,00	
1703	Secundaria	1	flat	1		\$150,00	
1704	Secundaria	1	flat	1		\$150,00	
1705	Secundaria	1	flat	1		\$150,00	
1706	Secundaria	1	flat	1		\$150,00	
1800	Diseño Interactividad y de difusión						\$13 500,00
1801	Programación Web del landing page	1	flat	1	\$4 800,00	\$4 800,00	
1802	Diseño Digital del landing page	1	flat		\$6 800,00	\$6 800,00	
1803	Pauta en RRSS	1	flat	1	\$1 300,00	\$1 300,00	
1804	Gráficos	1	flat	1	\$600,00	\$600,00	

10.2 Plan de financiamiento

En cuanto a las fuentes de financiamiento, va a haber una importante inversión en especie y honorarios de trabajo de la realizadora y el realizador, Andreina Quirós e Ignacio Rodríguez, en aspectos como dirección, producción, guion, postproducción, etc. A la vez, se espera que Caramba Film Rentals proporcione patrocinio en especie, que puede ir desde operadores de cámara hasta equipo de iluminación profesional. En el apartado de inversión en efectivo, la transnacional BCG y las ONG J+LAC (Red de Jóvenes Positivas de Latinoamérica) y NGPLUS (Red Global de Jóvenes con VIH) se identifican como posibles interesadas en invertir en el audiovisual. Aunque no se han finalizado las negociaciones, ya existen conversaciones iniciales.

Cuadro 14

Plan de financiamiento

Plan de Financiamiento						
Apoyo solicitado para						
Desarrollo						
Producción		X				
Promoción y distribución		X				
Exhibición						
Nombre del proyecto						
"La Noche de la Avispa Reina" Falso Documental Interactivo para YouTube: Creación y visibilización de representaciones queer asertivas						
Presupuesto total		\$38 450,00				
Fuentes de financiamiento	Descripción de aporte	Efectivo	Especie	Total	%	Estatus
Ignacio Rodríguez	Postproducción,	\$1 000,00	\$10 000,00	\$11 000,00	28,61	Confirmado
Andreina Quirós	interactividad, post	\$1 000,00	\$6 300,00	\$7 300,00	18,99	Confirmado
BCG	Patrocinio	\$2 150,00	\$900,00	\$3 050,00	7,93	Pendiente
Caramba Rental	Patrocinio		\$1 200,00	\$1 200,00	3,12	Pendiente
ONG-J+LAC	Patrocinio	\$3 000,00		\$3 000,00	7,80	Pendiente
ONG-NGPLUS	Patrocinio	\$3 000,00		\$3 000,00	7,80	Pendiente
Convocatoria (Fauno u otra Internac	Patrocinio	\$9 900,00		\$9 900,00	25,75	Pendiente
Total		20 050,00	18 400,00	38 450,00	100,00	

10.3 Plan de recuperación

Al tratarse de un proyecto enmarcado en una maestría, con clara importancia social y un innegable valor histórico, nunca se pensó en obtener una ganancia económica. La ganancia de nuestro proyecto radica en su aporte social a las comunidades LGBTIQ+ y a la memoria histórica costarricense. A raíz de lo anterior, prevemos un balance negativo de - \$18 300 dólares al finalizar el proyecto, que serán cubiertos por medio de la implementación de una estrategia de *marketing* adecuada que contemple participar por fondos internacionales que otorguen montos correspondientes a lo presupuestado, y generar nuevas alianzas con personas, organizaciones e instituciones, como por ejemplo, otros organismos internacionales e incluso empresas que podrían estar interesadas en contribuir

en un producto como el descrito. En el cuadro 15, se observan algunas de las posibles fuentes de ingresos mapeadas por el momento. El monto especificado en la categoría «Convocatoria» podría llegar a ser de 50 000 000 millones de colones; sin embargo, estamos planificando un estimado con escenarios en donde el monto de convocatorias sea menor.

Cuadro 15

Plan de recuperación

Plan de Recuperación	
Fuentes de ingreso	Monto
BCG (Patrocinio)	\$3 050,00
Caramba Rental	\$1 200,00
ONG-J+LAC	\$3 000,00
ONG-YPLUS	\$3 000,00
Convocatoria (Fauno u otra Internacional)	\$9 900,00
Total de ingresos	\$20 150,00
Egresos	Monto
Costo de producción y lanzamiento del docuficción	\$38 450,00
Total egresos	\$38 450,00
Total neto	-\$18 300,00

10.4 Flujo de caja

Para concluir, se presenta a continuación el flujo de caja, el cual evidencia que la mayoría de gastos en los que se incurrirá son donaciones en especie. Específicamente, se

donará un monto de \$18 400, pues consiste en equipo con el que ya la directora y el director del producto cuentan, y quedaría un restante de \$6 125 que debe ser ejecutado, para un total de \$28 550. Tenemos la certeza de que existen múltiples convocatorias, personas, organizaciones e instituciones interesadas en apoyar un proyecto como este, por lo que el riesgo es bajo. El monto por ejecutar es un realista y será respaldado por una donación en especie de la dirección y de empresas aliadas. Sin embargo, como Plan B, en caso de que el plan de financiamiento no pueda ejecutarse debido a imprevistos como fue planificado, se podrá reforzar los pagos de las personas integrantes del equipo y cubrir otros gastos donados en especie.

Cuadro 16

PRESUPUESTO NOMRBE									
CUENTA	DESCRIPCIÓN	CANT	UNIDAD	X	PRECIO	INSTITUCIÓN	TOTAL \$	APORTE	
								PRODUCCIÓN	CANJE
INGRESOS						Dirección A	11000	11000,00	10000,00
						Dirección B	7300	7300,00	6300,00
						BCG	3050	3050,00	900,00
						Caramba Rental	1200	1200,00	1200,00
						ONG-J+LAC, NGPLUS	6000	6000,00	
						Monto estimado de convocatoria (Fauno u otra internacional)	9900	9900,00	
							Total acumulado		

Resumen de flujo de caja 1

Cuadro 17

Resumen de flujo de caja 2

FLUJO DE CAJA												TOTALES
DESARROLLO		PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN	POST-PRODUCCIÓN				DISTRIBUCIÓN			
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	Producción FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	
	1000,00		1000,00	4000,00	1000,00	1000,00	1000,00	500,00	500,00	500,00	500,00	11000,00
	1000,00		1000,00	1800,00	1000,00	1000,00			500,00	500,00	500,00	7300,00
				3050,00								3050,00
				1200,00								1200,00
					6000,00							6000,00
					9900,00							9900,00
0,00	2000,00	0,00	2000,00	10050,00	17900,00	2000,00	1000,00	500,00	1000,00	1000,00	1000,00	38450,00

11. Plan de mercadeo y distribución

A continuación, se presenta el Plan de mercadeo y distribución. El cronograma de las actividades y acciones de esta sección se puede consultar en el apartado de cronograma.

12.1 Definición del producto

Título: La noche de la avispa reina

Género: Documental falso LGBTIQ+

Duración: 60 minutos

Datos del producto: En 2024, produciremos el primer documental falso interactivo costarricense, llamado *La noche de la avispa reina*. Este documental falso está ambientado en San José en 1987, en medio de la crisis por el VIH y las redadas policiales en los bares diversos josefinos. A través de personajes y narrativas, vamos a crear un audiovisual que no se hizo en su momento por falta de recursos. Vamos a contar historias que nunca se contaron. Vamos a ir poco a poco rellenando el vacío histórico audiovisual *queer* con representaciones asertivas de las comunidades diversas, que contribuyan como referentes históricos a las nuevas generaciones.

Definición de la marca: Ambientado en el Bar La Avispa en San José de los 80, este falso documental se perfilará como un audiovisual audaz, cómico y tenaz. Un audiovisual totalmente imperdible que nos narrará historias diversas en el ambiente *queer/ cuir* josefino.

Valores y creencias: El vacío que existe de representaciones asertivas audiovisuales sobre la historia de la diversidad sexual costarricense debe ser llenado. Los niños y niñas *queer* necesitan historias sobre adultos *queer/ cuir* felices.

Ventaja competitiva: Nuestro producto es el primer documental falso interactivo costarricense. Además, las estéticas retro y la diversidad en pantalla, elementos clave de

nuestro audiovisual, llaman la atención de nuestro público meta (ver apartado 7, «Validación»).

Objetivos: Crear un documental falso histórico con representaciones *queer/cuir* afirmativas, como herramienta para apoyar la formación de identidades y fomentar la reflexión en nuestro público meta. Aunque el país ha avanzado en los últimos años hacia políticas públicas inclusivas y le ha garantizado derechos básicos a la comunidad LGBTQ+, es necesario que se realicen esfuerzos artísticos y comunicativos para representar y documentar las diversas realidades *queer/cuir*.

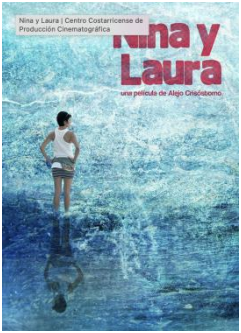
Público meta: Adolescentes LGBTIQ+ de 16 a 19 años. Escogimos este público por varias razones: la falta de educación histórico-sexual diversa en el sistema educativo del país; y la oportunidad de atraer a ese público que se encuentra en una etapa formativa de personalidad y relaciones interpersonales dentro de las comunidades diversas mediante el uso de una narrativa interactiva.

En cuanto a los largometrajes audiovisuales costarricenses que tocan la temática LGBTIQ, se encontraron los siguientes: *Nina y Laura (2015)*, *Abrázame como antes (2016)* y *En algún sitio (2023)* como largometrajes de ficción, e *Historia de un beso diverso (2018)* y *Callos (2019)* como largometrajes documentales. Hasta el momento, no se han realizado largometrajes interactivos costarricenses.

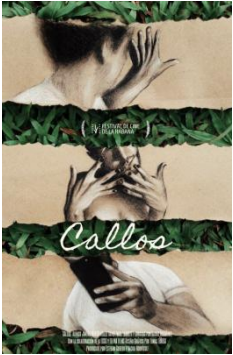
A continuación, en el cuadro 18 se detallan las ventajas competitivas de nuestro proyecto con respecto a productos similares costarricenses:

Cuadro 18

Ventajas competitivas con respecto a productos similares costarricenses

<p>Largometraje costarricense</p>	<p>Aspectos por rescatar</p>
<p><i>Nina y Laura,</i> Ficción - Drama (2015)</p> 	<p>Primer largometraje con personajes diversos costarricense</p> <p>No se encuentra en línea o accesible al público</p> <p>Representación de lesbianas y homoparentalidad</p> <p>No cuenta con elementos interactivos</p> <p>Género: drama</p> <p>Estrenado en Festival de Cine de Costa Rica y mostrado en otros festivales de cine internacionales</p> <p>No cuenta con canales de comunicación en RRSS</p>
<p><i>Abrázame como antes,</i> Ficción - Drama (2016)</p> 	<p>Representación de personas trans (subrepresentadas en las comunidades diversas) y trabajadoras sexuales</p> <p>No se encuentra en línea o accesible al público</p> <p>Ambientado en San José</p> <p>Estrenado en cines comerciales</p> <p>No cuenta con elementos interactivos</p> <p>Género: drama</p> <p>Estrenado en Festival de Cine de Costa Rica y mostrado en otros festivales de cine internacionales</p>

	<p>Contó con canales de comunicación en RRSS y con una aparente estrategia de <i>marketing</i></p>
<p>En algún sitio, Ficción - Drama (2023)</p> 	<p>Representación de hombres gays</p> <p>Toca temas de homosexualidad y relaciones familiares</p> <p>Estrenada en cines comerciales</p> <p>No se encuentra en línea o accesible al público</p> <p>No cuenta con elementos interactivos</p> <p>Género: drama</p> <p>Cuenta con canales de comunicación en RRSS y con una aparente estrategia de <i>marketing</i></p>
<p>Historia de un beso diverso, Documental (2018)</p> 	<p>Primer largometraje documental diverso costarricense. Tiene elementos multimedia como una <i>landing page</i> y un apartado de fotografías y noticias históricas.</p> <p>Representación de varias comunidades LGBTIQ</p> <p>Aporte de memoria histórica</p> <p>No se encuentra en línea o accesible al público</p> <p>No cuenta con elementos interactivos</p> <p>Género: documental</p> <p>Contó con canales de comunicación en RRSS (FDI) y con una aparente estrategia de <i>marketing</i></p>
<p>Callos, Documental</p>	<p>Representación de hombres gays</p>

<p>(2019)</p> 	<p>Aporte de memoria histórica</p> <p>No se encuentra en línea o accesible al público</p> <p>No cuenta con elementos interactivo</p> <p>Género: documental</p> <p>Estrenado en Festival de Cine de Costa Rica y mostrado en otros festivales de cine internacionales</p> <p>No cuenta con canales de comunicación en RRSS</p>
---	---

A partir del análisis anterior, *La noche de la avispa reina* cuenta con las siguientes ventajas con respecto a los demás proyectos:

1. Presencia de narrativa interactiva y elementos multimedia.
2. Género de documental falso no explorado por el largometraje costarricense.
3. Género de documental falso se distancia del género de drama o documental previamente explorado por los otros largometrajes.
4. Primer largometraje interactivo costarricense.
5. Representaciones cuir asertivas.
6. Aporte de memoria histórica audiovisual.
7. Disponible en línea y en una plataforma de acceso amplia como YouTube.
8. Cuenta con una estrategia de *marketing* digital.
9. Primer largometraje diverso costarricense de época.

11.2 Situación actual de la comunicación del proyecto

Para la implementación de la estrategia de *marketing*, se plantean tres etapas: preproducción, producción y postproducción. El proyecto se encuentra en la etapa de preproducción. No se ha empezado a implementar una estrategia de comunicación o *marketing* aún. Sin embargo, la etapa de preproducción está trazada para dirigir la comunicación digital del proyecto más adelante.

11.2.1 Preproducción

En la etapa de preproducción, se definieron los objetivos de mercadeo, los mensajes clave, la población meta, los canales de distribución y los KPI de medición de la estrategia. Estos elementos son abordados en los siguientes apartados. Asimismo, como parte de esta etapa, está pendiente mapear posibles alianzas estratégicas, lo cual se encuentra en un estado avanzado, pero es un documento en construcción. Este mapeo permitirá invitar, de forma directa, a organizaciones y personas clave para la retención, recomendación y divulgación del producto a los eventos de lanzamiento.

Objetivo principal de comunicación

1. Crear conciencia y compromiso de nuestro público meta hacia el proyecto.
 - a) Objetivos específicos
 1. Colocar en la esfera digital de nuestro público el documental falso interactivo *La noche de la avispa reina* por medio de las redes sociales IG y YouTube.
 2. Generar alianzas entre organizaciones de la sociedad civil que trabajan en torno al tema de derechos de las poblaciones LGBTIQ+.
 3. Generar interacción en las RRSS de *La noche de la avispa reina* a través de comentarios, *likes*, *shares*, etc.

b) Público objetivo

Adolescentes de 15-19 años, jóvenes de 20 a 35 años, y organizaciones o personas aliadas.

c) Mensajes clave

El tono del contenido es enérgico, audaz, llamativo, con una estética que responde a la época de los años 80 y un lenguaje popular cercano a la población adolescente.

Se plantean los siguientes mensajes clave para los contenidos:

- Conocer visualmente la historia sexualmente diversa de Costa Rica es *cool*, es interesante.
- La historia es reflejo del presente.
- La juventud se puede ver reflejada en la historia.
- Mucha diversión, mucha organización.
- La fiesta hace la fuerza.
- La historia tiene que ver con el presente.
- Juventud, espejo de la historia.
- Costa Rica tiene una historia con VIH.

d) Canales de distribución (digital)

1. YouTube
2. Instagram
3. *Landing page*
4. Correo electrónico y llamadas telefónicas para alianzas estratégicas.

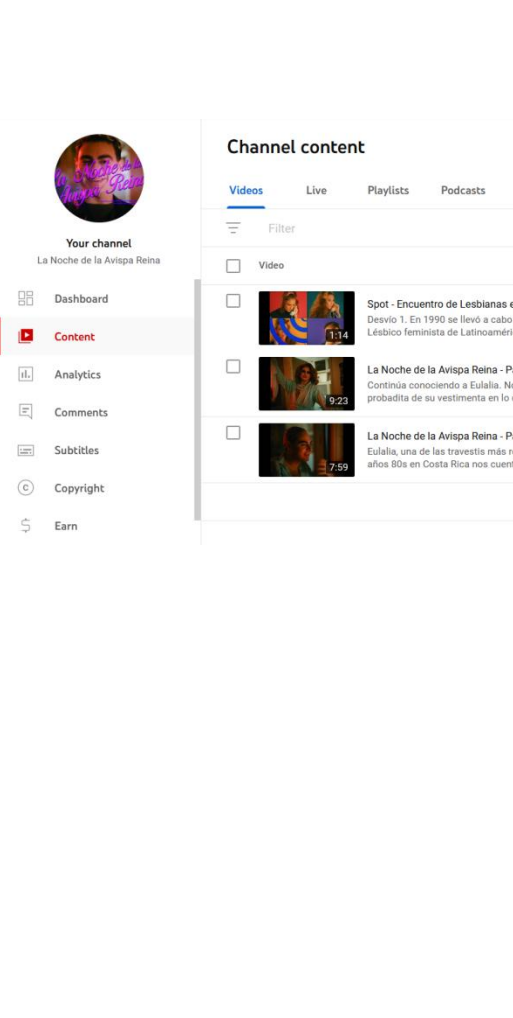
e) Estrategia por canal

La estrategia se compone principalmente de contenido publicado y pautaado en redes sociales acompañado de acciones estratégicas. Se enfatizará la publicación de extractos del producto en IG y TikTok para atraer al usuario y la usuaria al producto principal en YouTube y la *landing page*.

El tono del contenido es enérgico, popular, llamativo y atinado para la población adolescente.

Cuadro 19

Estrategia por canal

Estrategia	Ejemplos borrador
<p>YouTube</p> <p>Creación de perfil</p> <p>Núcleo digital del proyecto: largometraje se alberga en esta plataforma</p> <p>Pauta de clips/<i>trailer</i> del largometraje.</p>	 <p>The screenshot shows a YouTube channel interface. On the left is a navigation menu with options: Dashboard, Content (highlighted), Analytics, Comments, Subtitles, Copyright, and Earn. The main area displays the channel profile for 'Your channel' (La Noche de la Avispa Reina) and a 'Channel content' section. Under 'Channel content', there are three video thumbnails with titles and durations: 'Spot - Encuentro de Lesbianas en Desvío 1. En 1990 se llevó a cabo el Lésbico feminista de Latinoamérica' (1:14), 'La Noche de la Avispa Reina - Parte 1. Continúa conociendo a Eulalia. Nos probadilla de su vestimenta en lo que' (9:23), and 'La Noche de la Avispa Reina - Parte 2. Eulalia, una de las travestis más reconocidas de los años 80's en Costa Rica nos cuenta' (7:59).</p>

Instagram

Creación de perfil

Al menos cuatro publicaciones orgánicas semanales en IG durante un mes y medio de lanzamiento.

1 *call to actions* semanal en las publicaciones de IG

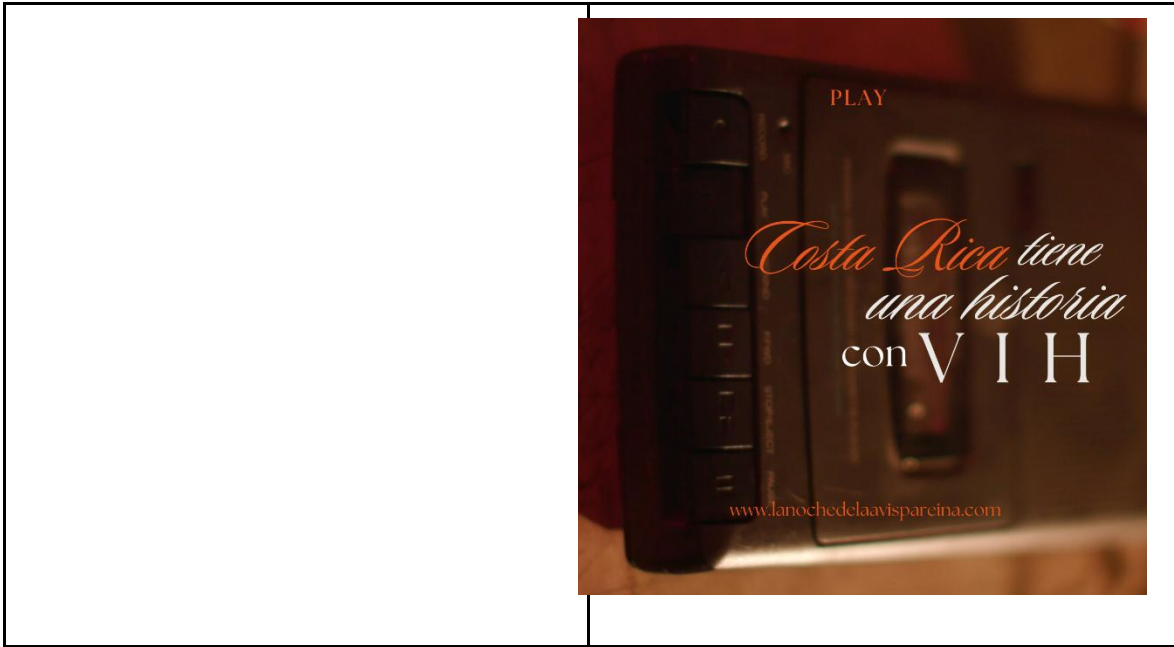
1 filtro de IG.

1 pauta de *screenshots* del largometraje

1 pauta de pósters de personaje del largometraje

1 pauta de *trailers* tipo *reels* del largometraje





Alianzas estratégicas

En cuanto a alianzas estratégicas, se procurará realizar un lanzamiento público en donde se invite a organizaciones de la sociedad civil y empresas privadas interesadas en la temática. Además, se procurará generar alianzas para la divulgación del contenido:

1 fiesta pública de lanzamiento en el Bar La Avispa en el mes de junio de 2024.

Participación en convocatoria de al menos dos festivales internacionales.

Al menos dos alianzas estratégicas para la



<p>promoción de contenido en eventos propios de la organización o empresa privada.</p>	
--	--

11.2.2 KPI de medición por estrategia

Seguidamente, en el cuadro 20 se definen las estrategias de medición para cada uno de los canales. Posteriormente, se explica cuál será el seguimiento de los indicadores de medición para cada una de las etapas de medición de la estrategia. Estos indicadores tendrán un seguimiento en las diferentes etapas del proyecto, y una vez recopilados se analizan a profundidad, además, específicamente se propone un análisis cualitativo del contenido de los comentarios en las redes sociales con el fin de comprender la interacción y el nivel de compromiso con el público meta.

Cuadro 20

KPI de medición por estrategia

Canal	KPI de medición por estrategia
YouTube:	<p>Las vistas del largometraje (tanto diarias como en los últimos 90 días).</p> <p>La cantidad total de minutos vistos.</p> <p>La cantidad de veces que la persona usuaria decide desviarse de la narrativa principal y adentrarse en los desvíos.</p>

	<p>La cantidad de veces que la persona usuaria decide regresar a la narrativa principal después de un desvío.</p> <p>La edad de las personas usuarias que visitan los videos.</p> <p>El origen digital de la persona usuaria.</p> <p>Cantidad de comentarios</p> <p>Cantidad de me gusta</p> <p>Sistematización y análisis de comentarios recibidos</p>
Instagram:	<p>Número de «reposteos» de las publicaciones</p> <p>Número de interacciones en las publicaciones</p> <p>Número de seguidores</p> <p>Número de visualizaciones del video principal dirigidas desde pautas</p> <p>Número de veces que se utilizó el filtro.</p> <p>Cantidad de comentarios en publicaciones</p> <p>Cantidad de me gustas</p> <p>Sistematización y análisis de comentarios recibidos</p>
Alianzas estratégicas:	<p>Cantidad de personas que asisten a los eventos de lanzamiento.</p> <p>Cantidad de alianzas estratégicas consolidadas</p> <p>Cantidad de participaciones en festivales internacionales.</p>
Landing page	<p><i>Bounce rate</i></p> <p>Duración de persona usuaria en cada página</p>

	Tasa de conversión
	Fuente de tráfico

11.2.3 Producción

En esta sección, se preparará todo el material y los insumos necesarios para implementar la estrategia de *marketing*. Por ejemplo, la creación de los perfiles en los canales de distribución, el diseño de cada uno de los contenidos para los canales de distribución y el envío de correos electrónicos a alianzas estratégicas.

11.2.4 Postproducción

En esta etapa, se da seguimiento a las acciones definidas desde la preproducción. A partir de las estrategias definidas para cada canal y los KPI de medición de la estrategia, se avanza en la postproducción y se da continuidad al proceso de mercadeo.

Inicia con el posteo y pautas periódicas y constantes en Instagram, eventos de lanzamiento y el lanzamiento oficial en la página de YouTube. Además, incluye la participación en convocatorias a festivales y otros fondos económicos nacionales o internacionales.

Asimismo, la postproducción tendrá un papel muy importante en la retroalimentación. En este momento, se usarán los indicadores de medición, con el fin de analizar el éxito de la campaña e implementar posibles mejoras.

Se analizarán los indicadores definidos inicialmente para entender cuál ha sido la respuesta de las personas usuarias. A su vez se realizará un análisis cualitativo de los comentarios en las redes sociales, con el objetivo de identificar qué deberíamos ajustar para

generar un compromiso con el público y, de esta forma, tomar decisiones oportunas. Es relevante que el análisis de los indicadores se realice de forma periódica tomando en cuenta un enfoque cualitativo y cuantitativo.

12. Lista de referencias

- Alexander, J. (2002). Queer Webs: Representations of LGBT People and Communities on the World Wide Web. *International Journal of Sexuality and Gender Studies*, 7(2/3), 77-84.
- Álvarez, L.A. (2021). *Digna alegría, documental interactivo para fomentar el envejecimiento activo*. [Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica]. Repositorio Institucional de la Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/84354>
- Area, M. y Pessoa, T. (2011). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (38), 13-20. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01>
- Arnau, R. (2017). Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental: La interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental. *Obra digital*, (12), 53-67. <https://doi.org/10.25029/od.2017.125.12>
- A Tribe Called Queer [@atribecalledqueer] (2021, Abril, 28). There is so much we elders need to learn from our youth. They're magnificent, fearless, and leading the way in so [A rainbow colored square with text on it. The text says Queer kids need stories about happy queer adults] [Publicación de Instagram]. A Tribe Called Queer. <https://instagram.com/atribecalledqueer?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==>
- Aston, J. y Gaudenzi, S. (2012). *Interactive Documentary: Setting the Field*. *Studies in Documentary Film*, 6(2), 125-139.

- Barahona, B. y Marbella, M. (1999). *El camino* [largometraje]. Universidad de Costa Rica, Sistema Universitario de Televisión, Canal 15.
- Benach, J., Vergara, M. y Muntaner, C. (2008). Desigualdad en salud: la mayor epidemia del siglo XXI. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 103, 29-40.
- Bertrán, D. L. (2015). Introducción al dossier. La cantidad queer en el cine de Latinoamérica. *Imagofagia: revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, (6). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7301880>
- Cordero, J. (2023). *Alto desempleo en personas jóvenes: tres de cada 10 no tienen trabajo*. <https://radios.ucr.ac.cr/2023/01/interferencia/noticias/alto-desempleo-en-personas-jovenes-tres-de-cada-10-no-tienen-trabajo/>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). (2017). *Opinión consultiva oc-24/17 de 24 de noviembre de 2017 solicitada por la República de Costa Rica. Identidad de género, e igualdad y no discriminación a parejas del mismo sexo*. https://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_24_esp.pdf
- Cortés, M. L. (2012). El nuevo cine costarricense. *Revista Comunicación*, 20(2), 4-17. https://www.academia.edu/24600647/El_nuevo_cine_costarricense_El_nuevo_cine_costarricense
- Crisóstomo, A. (2015). *Niña y Laura* [largometraje]. CentralTaxi Films.
- Díaz, J. A. (2017). La agenda religiosa-conservadora en el discurso político durante la campaña electoral en Costa Rica (2013-2014). *Revista de Ciencias Sociales*, 3(157), 65-81.

- Díaz, J. A. (2022). Identificación religiosa e intención de voto en Costa Rica durante la elección presidencial de 2022. *Revista de Estudios Sociales*, 1(82), 159-178. <https://doi.org/10.7440/res82.2022.09>
- Dhaenens, F. (2016). Reading gay music videos: An inquiry into the representation of sexual diversity in contemporary popular music videos. *Popular music and society*, 39(5), 532-546.
- De Lauretis, T. (2015). Género y teoría queer. *Mora*, 21(2). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2015000200004
- Duggan, L. (2002). The New Homonormativity: The Sexual Politics of Neoliberalism. En R. Castronovo y D. D. Nelson (Eds.), *Materializing Democracy: Toward a Revitalized Cultural Politics* (pp. 175-194). Duke University Press.
- Fierro, A. (2020). *Migrantes: guion y diseño de producción para falso documental* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52869>
- Fournier, M. (2014). Feminismos e interseccionalidad: aportes para pensar los feminismos lésbicos centroamericanos. *Cuadernos Intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 11(2), 67-87.
- Frente por los Derechos Igualitarios. (2017). *Cantones libres de discriminación*. <https://www.fdi.cr/>
- Garro, L. (2020). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, 44(1), 1-13.

- Gómez, M. T. (2013). Representatividad de la mujer en el cine, un análisis del contexto hacia un imaginario social para el reconocimiento femenino. *Quaestiones Disputatae*, 6(13).
- Hight, C. (2015). The Mockumentary. En C. Hight, *Contemporary Documentary* (pp. 26-41). Routledge.
- Human Rights Campaign. (2018). *2018 LGBTQ Youth Report*.
<https://www.hrc.org/resources/2018-lgbtq-youth-report>
- Instituto de Investigaciones Psicológicas (UCR) Fundación Paniamor Rolando Pérez Sánchez Instituto, I. (2019). *Niños y Niñas en el internet: Informe Primera encuesta Kids Online Costa Rica*.
- Kaur, P. (2017). Gender, Sexuality and (Be) longing: The Representation of Queer (LGBT) in Hindi Cinema. *Amity Journal of Media & Communications Studies*, 7(1).
- Kosciw, J. G., Clark, C. M., Truong, N. L., y Zongrone, A. D. (2020). *The 2019 National School Climate Survey: The experiences of lesbian, gay, bisexual, transgender, and queer youth in our nation's schools*. Gay, Lesbian and Straight Education Network.
<https://eric.ed.gov/?id=ED608535>
- López, P. (2015). Tres debates sobre la homonormativización de las identidades gay y lesbiana. *Asparkía. Investigación Feminista*, (26), 137-153.
- Marcus, D. y Kara, S. (Eds.). (2016). *Contemporary documentary*. Routledge.
- Mayolo, C. y Ospina, L. (1987). *Agarrando pueblo* [largometraje]. SATUPLE.
- Navarrete, F. (2023). *En algún sitio* [largometraje]. Nombre de la compañía productora.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Paidós.

- Nichols, B. (2010). *Introduction to Documentary*. Indiana University Press.
- O'Flynn, S. (2016). Designed experiences in interactive documentaries. *Contemporary documentary*, 72-86.
- Pérez, J. A. (2018). *Cine, modernidad y sexodiversidad: construcciones transnacionales dentro del cine queer latinoamericano* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Docta Complutense. <https://docta.ucm.es/entities/publication/919355cb-7097-4b17-a332-346c4ca93512>
- Pérez, R. (2019). *Niñas, niños y adolescentes en la Internet: Informe primera encuesta Kids Online Costa Rica*. Fundación Paniamor e Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/79880>
- Política del Poder Ejecutivo para erradicar de sus instituciones la discriminación hacia la población LGBTI, Decreto 38999, *La Gaceta*, 93, 15 de mayo, 2015. https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_norma.aspx?param1=NRM&nValor1=1&nValor2=79466&nValor3=0&strTipM=FN
- Porter Novelli. (2022). La radiografía del consumidor conectado y marcas digitales. Porter Novelli, Red 506, El Financiero.
- Quirós, S. (2022). *El silencio de los niños* [cortometraje]. Frená la Ola.
- Ribeiro, M.T., Hernández, M.J. y Muñoz, J.M. (2015). Aprendizaje informal, alfabetización mediática e inclusión social. Descripción de una experiencia. *Profesorado*, 19(2), 75-91. <http://hdl.handle.net/10481/37365>
- Rodríguez, N. (2019). *Callos* [largometraje]. SAF Films.

- Rojas, L. A. (2020). Territorios: Respuestas sociales y de resistencia desde grupos LGBTIQ en la ciudad frente al COVID-19. *Rupturas*, 10, 73-82. <https://doi.org/10.22458/rr.v10i0.2927>
- Rojas, P. (2020). *Camino inesperado* [documental interactivo]. Programa de Producción de Materiales Audiovisuales, Universidad Estatal a Distancia.
- Sánchez, R. (2017). *Homosexualidad latente en el cine* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Docta Complutense. <https://docta.ucm.es/entities/publication/c74eec54-17e9-4861-be53-2dce1fc3fa12>
- Schramm, C. (2017). Teorizando *queer* desde las Américas. *Cuadernos Intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 14(2). <https://doi.org/10.15517/c.a..v14i2.30961>
- Sorín, C. (1987). *Fake news: La era del Ñandú* [largometraje]. Secretaria de Ciencia y Tecnología de la Nación.
- Torres, A. (2022). Mentiras reveladoras: el fake como práctica artística contra la defactualización. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 10(1), 2-13.
- Ulloa, D. y Corrales, S. (2021). *Cálido afuera* [cortometraje]. Sofia E. Corrales.
- Ureña, J. (2013). *Abrázame como antes* [largometraje]. Producciones la Ventana.
- Valencia, S. (2015). Del *queer* al *cuir*: ostranénie geopolítica y epistémica desde el sur global. En F. R. Lanuza y R. M. Carrasco (Comp.), *Queer & Cuir. Políticas de lo irreal* (pp. 19-37). Fontamara.

13. Anexos

13.1 Anexo 1. Guiones desarrollados

LA NOCHE DE LA AVISPA REINA

por

Nacho Rodríguez

Andreína Quirós Vásquez

Interpretado por

Richy Mejías

Escena 1

BIOGRAFÍA DE PERSONAJE - 1987

EULALIA LA TRAVESTI

Nota: Todo está escrito con lenguaje de la época, cuando no se contaba con lenguaje inclusivo para describir a las comunidades LGBTIQ+. Por eso, se usan a continuación términos obsoletos.

Eulalia la Travesti nació una noche de septiembre del 84. José Pablo Gómez salió con su grupo de 4 amigos al bar gay *El Coche Rojo*, como de costumbre. Ellos le llamaban a su grupo de amigos Las Pelonas ya que en más de una ocasión la policía los había metido a las perreras y los había rapado, después de una noche de fiesta en algún bar gay. Afortunadamente, algunos bares de ambiente tenían mecanismos para avisar a sus clientes que la policía estaba a punto de entrar. Tal es el caso de *La Avispa*, donde segundos antes de que policía entrara a sus instalaciones a la fuerza, la administración encendía una luz en su pista de baile y las personas o se sentaban o cambiaban rápidamente de pareja a una del sexo opuesto. Una de las dos veces que metieron a José Pablo a la perrera, él estaba muy ocupado besándose con un muchacho que conoció esa noche y no se percató de la luz encendida. Según él, valió totalmente la pena.

Las Pelonas frecuentaban *El Coche Rojo* los sábados y algunos domingos por la noche. Se reunían con amigos, bailaban, ligaban y si la noche lo permitía, terminaban en sus apartamentos con algún muchacho entre besos y tragos. Sin embargo, ese sábado de septiembre sucedió algo que nunca había sucedido en el bar: hubo un show de travestis.

Hasta ese momento, José Pablo había sentido cierta repulsión y distancia con respecto a los travestis. Gran parte, debido a que los medios de comunicación constantemente los utilizaban como excusa para antagonizar a toda la población gay, colocándoles como culpables de haber creado el VIH. Cada vez que había un altercado con la policía o si descubrían a alguien teniendo relaciones en vía pública, la prensa se aseguraba de recalcar que eran hombres vestidos de mujer, travestis. En fin, cuando empezó el show en *El Coche Rojo*, a la travesti que se presentaba esa noche, Rosimelda Cruz, la recibieron en medio de fuertes abucheos y alguno que otro aplauso. Sin embargo, después de 3 minutos haciendo una presentación con la canción *Yo tenía un novio* de Rubí, Jose Pablo terminó aplaudiendo de pie, con una sonrisa de oreja a oreja.

El maquillaje, los pasos de baile y la presencia femenina en el escenario lo abrumaron de pies a cabeza. ¿Cómo algún hombre podía transformarse en una mujer de esa manera tan segura y llamativa? ¿Cómo se vería él en vestuarios similares? ¿Podría hacerlo algún día, sería capaz? Desde ese momento, Jose Pablo supo que algo había cambiado. Y usualmente, cuando él se proponía algo, lo hacía. El nombre y la personalidad de Eulalia no nació precisamente esa noche. Eulalia fue un producto de muchas pruebas y errores, muchas dudas y retrocesos, en donde Jose Pablo invitaba a Las Pelonas a su apartamento para hacerles shows e ir ensayando poco a poco. Sus amigos en su mayoría recibieron a Eulalia con los brazos abiertos. La única persona que inicialmente tuvo sus reservas fue Guillermo, quien secretamente le daba pavor que lo relacionaran con alguien que hacía travestismo.

El grupo de Las Pelonas lo confirmaban Jose Pablo, Adrián, Miguel, Rodrigo y Guillermo. Todos se fueron conociendo en el *Bar Julian's* por ahí del 80-81, y establecieron

una relación de amistad de inmediato. Anteriormente, sumaban al grupo Luis Alonso y Jorgillo. Sin embargo, en enero y abril de 1986, después de muchos años de luchar contra el virus del SIDA, Luis Alonso y Jorgillo fallecieron. Luis Alonso fue uno de los afortunados que pudo fallecer en su apartamento, con el cuidado de sus amigos y su tía. Sin embargo, Jorgillo debido a complicaciones con neumonía y un cáncer muy agresivo, tuvo que ser trasladado al hospital San Juan de Dios, donde debido a su condición de salud, fue enviado al sótano con las demás personas con VIH. Ninguno de los integrantes de Las Pelonas se atrevió a ir a visitarlo, debido a que preguntar por algún hombre con VIH automáticamente los sacaba del closet públicamente. Jorgillo falleció en el sótano del hospital 17 días después de haber ingresado. En el funeral en la capilla de Alajuela, se le mencionó como un ejemplar prójimo e hijo de dios.

Desde el 84, José Pablo y Miguel viven juntos en su apartamento en San Pedro. A lo que concierne a los vecinos, familiares y conocidos, Jose Pablo y Miguel son compañeros de apartamento. Y en realidad, a lo que concierne a José Pablo y Miguel, ellos también son compañeros de apartamento. Jamás llamarse «novios» o «pareja», esos conceptos no caben dentro del imaginario gay de estos años. Ambos son muy buenos amigos, y resulta que de casualidad duermen juntos y culean *«no tanto como a mí me gustaría»* bromea siempre Jose Pablo con el resto de Las Pelonas.

Tanto Miguel como Jose Pablo mantienen una relación mínima con sus respectivas familias. José Pablo fue criado en una familia muy católica de San José, donde constantemente le recordaban que actuaran más como hombre y menos como un «mariconcito». Actualmente, mantiene una relación cordial con su madre. Trata de evitar en lo posible a su papá y solo se ve con sus dos hermanos mayores en navidad, donde

siempre le preguntan que cuando les va a presentar a la novia. La única persona que sabía que José Pablo era playo era su abuela Eulalia, a quien su familia entera decidió no dirigirle la palabra después de que se hiciera pública su adhesión al Partido Comunista. Eulalia en ocasiones cuidaba a José Pablo después del kínder y lo llevaba a su casa a almorzar y a esperar que sus padres pasaran por él. En una de esas ocasiones, Eulalia descubrió a José Pablo probándose sus joyas y maquillándose en su coquetera. José Pablo rompió a llorar pensando que lo iban a castigar como sus padres lo hacían, a lo que su abuela respondió sentándolo en sus regazos y maquillándolo ella misma. «*Te ves guapísimo mi amor*», le aseguraba su abuela. Todos los días José Pablo le rezaba a la virgen que hoy fuera el día en que su abuela lo fuera a recoger al kínder. Eulalia murió cuando José Pablo tenía 16 años. En su testamento le dejó su espejo que ella usaba para maquillarse.

José Pablo es vendedor en la zapatería *MODA ANA YANCY* ubicada en el centro de San José por la zona sur, cerca de las paradas de desamparados. Él disfruta de atender gente y su carisma le ayuda a sobrellevar su trabajo. Claro está, absolutamente nadie en su trabajo sabía que él es gay y mucho menos que se travesti con sus amigos los sábados por la noche. Él sospechaba que algunos compañeros de trabajo eran playos, pero era algo que nadie por ninguna razón discutía.

Además de trabajar duro y reunirse con Las Pelonas, a José Pablo le encanta coser, de hecho, acaba de iniciar un curso de costura en el INA, es el único hombre en el curso, intenta no poner mucha atención a ese «detalle». Él sueña con diseñar sus trajes, pero en el curso dice que quiere ser un buen sastre para vender los mejores pantalones de vestir. También le encantaría aprender a hablar inglés, piensa que hablar otro idioma podría traerle

nuevas oportunidades y quizá conocer otro país, son muchos planes y sueños los que tiene en su cabeza.

Eulalia se considera a sí misma como un playo que se traviste por diversión... y próximamente por negocio, ya que los bares le reconocen a las travestis un pago por noche según le han contado. Sin embargo, fuera de su apartamento, su carro y los bares, Eulalia no existe del todo. Exponerse públicamente es impensable, ya que esto traería consecuencias graves. Encarcelación, problemas laborales, familiares y hasta la muerte. Inclusive en los mismos bares gays, les prohíben la entrada a los travestis excepto si se van a presentar ante el público. Los otros travestis que sí asumen una personalidad femenina en toda su vida, son sumamente discriminados dentro y fuera del ambiente gay. La perspectiva de Eulalia con respecto a este tema es mucho más conciliadora. Ella considera que todos son parte del ambiente gay y deben cuidarse unos a los otros.

Inclusive, Eulalia se ha vuelto muy cercana a Miss Tica, una travesti que se prostituye por Barrio Amón. Miss Tica se prostituye desde los 14 años, y desde hace un par de años para acá ha ido ahorrando para poder ir a Europa y hacerse una cirugía para ser mujer. Cada vez que en el periódico o en la televisión sacan un reportaje sobre un travesti muerto o detenido, a Eulalia se le revuelve el estómago pensando que es su amiga Miss Tica.

Desde 1984, cuando José Pablo vio el show de Rosimelda Cruz, él sabía que se quería presentar ante el público gay como Eulalia, la nueva travesti josefina. *«Pero yo no voy a hacer el gran ridículo»* les decía a sus amigos. Es por eso que, durante 2 años, poco a poco Eulalia fue ensayando en privado y comprando sus indumentarias. Ahora, finalmente está lista para hacer su debut el sábado 4 de abril de 1987 en nada más y nada menos que el

Bar La Avispa. Desde hace unos meses, la dueña de La Avispa Ana Vega, anunció una noche en su bar, lo que se convirtió en el evento más esperado del año: La Noche de la Avispa Reina. Una noche en la que independientemente si eras tortillera o playo, estabas invitado a pasar el sábado por la noche en el Bar con buena música y ambiente. Y Jose Pablo, con sus poderes de persuasión, convenció a Ana Vega de dejarla hacer su debut como travesti en su evento, con la interpretación de la canción Luces de San José, de la banda ochentera HIJOS.

Sin embargo, el momento no es el más oportuno para Eulalia. Desde la llegada al poder de Oscar Arias Sánchez en el 86, las redadas policiales han ido en aumento, tanto en cantidades como fuerza empleada. La semana anterior, a su amigo Adrián casi lo meten a la perrera en la redada que aconteció en el *Bar Afrodita*.

Tan emocionada está Eulalia de su presentación el sábado, que ha contactado a dos documentalistas de confianza del INA para que documenten tan esperado evento. Una semana antes de la presentación, en la preparación de un ensayo para Las Pelonas, Eulalia da una entrevista mientras se maquilla.

Preguntas de entrevista a Eulalia:

- ¿Por qué decidió hacer este documental?
- ¿Qué es una travesti? ¿Travesti, playo o ambas? ¿Hombre o mujer?
- La vida de José Pablo siempre ha sido muy privada. ¿Algo que nos quiera compartir? Trabajo, amigos, estudios, etc.
- ¿Cómo es la relación con su familia?
- ¿Saben ellos que usted es travesti?
- ¿Quiénes son Las Pelonas? ¿Por qué se llaman así?

- ¿Quién es Eulalia la Travesti? ¿Cómo se llegó a dar?
- ¿Cómo es la escena gay de San José? Cuales bares frecuenta, cada cuanto los frecuenta, ¿cómo es el ambiente ahí?
- ¿Le da miedo que los otros gays la hagan a un lado por hacer travestismo?
- ¿Cómo se siente al ver los altos niveles de VIH- SIDA en la población gay?
- Dos de sus amigos murieron por complicaciones a causa del VIH. ¿Cómo los recuerda?
- ¿Qué es La Noche de la Avispa Reina? ¿Cómo contactó a Ana Vega?
- ¿Tiene miedo de fracasar en su primer show? Cuéntenos un poco sobre el show
- ¿Quiénes la inspiraron a hacer el show?
- ¿Qué significa San José para usted? ¿Es muy peligroso ser playo en San José? Ha habido muchas redadas y discriminación.
- ¿Cómo se protegen de las redadas ustedes?
- ¿Que hay en el futuro para Eulalia?
- ¿Por qué hacer el show ahora? ¿Por qué no antes?
- En este momento, los gays, las lesbianas están siendo atacados por el gobierno, no hay política pública para estas poblaciones, no hay ayudas gubernamentales que afronten la epidemia del sida, hay violencia en las calles legitimada por autoridades. ¿Qué pueden hacer?

Escena 5

INT. OFICINA DE LA AVISPA - TARDE

Entrevista a Ana Vega. *Ana Vega, sentada en la oficina*

1. Contanos, ¿quién sos y cuándo se fundó La Avispa?

Ana: Yo soy Ana Vega, soy la fundadora de este lugar, La taberna La Avispa, estoy aquí desde hace casi 10 años, desde mayo de 1979. Al inicio teníamos un local en Guadalupe, y vieras que llegaban muchos hombres mal, entonces por seguridad nos pasamos acá al centro.

La Avispa cada vez tiene más fama de ser un lugar de ambiente, la verdad yo no lo pensé así, pero todas mis amigas llegan y bueno se empezó a regar la voz, es un ambiente cada vez más diverso, yo no le niego la entrada a nadie, ahora estamos empezando a hacer estos shows, y llegan varios muchachos que se visten y se ponen ropas extravagantes, ahora todo el mundo está esperando La Noche de la Avispa Reina.

Ahí es donde va a salir su amigo, José Pablo, dice que tiene un show grandísimo, me tiene loca con ese evento, no para de preguntarme que las luces, que el sonido. Yo lo estoy ayudando a ver qué, parece que es algo bonito y divertido, también como que esas noches llega todo el mundo y como que se están empezando a juntar más.

2. ¿Te gusta trabajar en La Avispa?

Ana: Sí me gusta, me encanta. Es cansado eso sí, aquí me paso horas y salgo tarde, y bueno pasan cosas ¿ustedes tienen tiempo para contarles? ¿Dónde va a salir esto?

En confianza... siempre hay que tener cuidado, las redadas están terribles y solo por estar bailando con otra mujer te pueden llevar, ya luego llegas con el pelo cortado. Por eso está la luz. Por ahora estamos trabajando a puerta cerrada, yo le abro a todas las personas

que llegan y no tenemos patente. Igual la policía sabe, la policía sabe cuáles son los bares de ambiente...pero ya también siempre hemos existido nosotras, ni modo que no salgamos, necesitamos nuestros espacios y la fiesta es importante también

3. ¿Cómo funciona esa estrategia de encender la luz?

Ana: Apenas yo veo la policía llegar, enciendo la luz. Entonces ya la gente sabe que si esa luz se enciende hay que intercambiar parejas y los policías ya ven que todos somos normales, bueno normales, usted me entiende. El otro día nos quebraron unos y bueno no sé si tiene bastante tiempo para contarle más.

4. Además de fiesta, La Avispa se está siendo un lugar emblemático para las personas diferentes... ¿qué pensás de esto?

Ana: Sí, la verdad cada vez más llega todo tipo de personas, no solo mujeres, también hombres, travestis, este lugar es para todo el mundo, siempre que no sean policías o machistas, ahora hay una que se llama Lorna que está empezando a organizar, está que quiere hacer una organización, luego nosotras las mujeres también. También vi que una gente se está organizando para hacer una carta, porque lo del virus, lo del VIH se está poniendo difícil.

Suena el teléfono

Ana: Aló sí, soy yo. Entendida.

Escena 20

INT. ESPACIO COLORIDO - DÍA

Spot del Encuentro de Lesbianas

En un set de grabación con fondo anaranjado, un teléfono de disco rojo suena con una llamada entrante. A continuación, lo levanta una mujer y se lo lleva a la oreja. Se escucha del otro lado de la línea:

Voz de Mujer

MUJER 1: Amiga, ¡no te lo vas a creer!

La mujer del teléfono sonríe.

A continuación, la pantalla se divide y vemos a otra mujer hablando por teléfono con fondo morado.

MUJER 2: Tenemos que vernos con Las Entendidas.

Empieza montaje en el que la pantalla se sigue dividiendo y vamos escuchando y viendo a en total 5 mujeres con sus teléfonos y con diferentes fondos de color.

Mujeres hablando al unísono por teléfono: Veámonos el domingo... digamos que se canceló pero que no se cancele... ¿cómo que mujeres solas?... de que lo hacemos lo hacemos, ya habló con Emma?, sí ella nos presta el lugar... acuérdense de llevar...

Los mensajes continúan en crescendo hasta que una mujer final aparece y dice de manera pícaro:

MUJER 3:

¡Qué torta!

Corte a pantalla: Encuentro de Lesbianas de 1992, ¡Espéralo!

13.2 Anexo 2. Guion de entrevistas grupales

Primer momento: Introducción

Las entrevistas grupales contaron con un primer momento de introducción, en donde el facilitador y facilitadora se presentaron, expusieron el proyecto y explicaron los motivos del encuentro. También se dieron instrucciones generales en torno a la dinámica, se definió con un espacio seguro, en donde no existen respuestas correctas o incorrectas, sino que busca crear una conversación espontánea para conocer su opinión en torno al tema. Además, se firmó un consentimiento informado, para confirmar la disponibilidad de las personas participantes para el uso académico de la información que surgiría en el espacio.

Segundo momento: Durante

Se compartió el link del sondeo con las personas participantes y se dio respuesta de forma individual. Posteriormente se procedió a abrir un espacio de diálogo y conversación guiado por preguntas generadoras, la facilitación utilizó las preguntas de entrevista grupal como guía de la conversación, cuando se deseaba profundizar en un tema específico se consultaba de forma neutral, sin emitir juicios de valor, preguntas como ¿Podrías darme un ejemplo de lo que mencionas?, ¿Por qué ese tema o actividad es importante para vos?, entre otras.

Después, se presentó el prototipo y se realizó un segundo sondeo en torno al uso del prototipo.

Tercer momento: Cierre

Por último, se contó con un espacio de cierre para reflexiones finales y para compartir contactos y redes sociales del proyecto.

Cuadro 21

Preguntas del sondeo de prototipo de baja fidelidad

Categoría	Preguntas	Opciones
User persona	1. ¿Cuáles son sus principales ocupaciones?	-Estudio -Trabajo -Búsqueda de trabajo -Otra: ¿Cuál?
	2. ¿Cuáles son sus principales motivaciones?	-Liderazgo -Activismo -Amistad -Familia -Sentido de éxito -Participar en espacios organizativos (grupos culturales, artísticos, otros) -Otros: ¿cuál?
	3. ¿Cuáles son las principales formas de distracción?	-Redes sociales -Estudio -Deportes -Video juegos -Compartir con amigos

		<ul style="list-style-type: none"> -Actividades recreativas -Otras, ¿cuáles?
	<p>4. ¿Cuáles son sus metas o aspiraciones?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Completar estudios -Encontrar un trabajo estable -Tener una familia -Ser parte de una organización (cultural, de activismo, artística) -Otra: ¿cuál?
	<p>6. ¿Les interesaría conocer más sobre la historia del movimiento por la lucha de los derechos de las personas LGBTIQ+ en Costa Rica?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No
	<p>5. ¿Qué conocen de la historia del movimiento LGBTIQ+ del país?</p>	<p>-Conozco a profundidad (cuando nacieron las primeras organizaciones, qué personas han sido relevantes en esta historia,</p>

		<p>historia de la marcha del orgullo, otros...)</p> <p>-Considero que conozco algunos datos, tengo conocimientos básicos.</p> <p>-No sé, quiero aprender.</p> <p>-No sé, no me interesa.</p> <p>-Otra, ¿cuál?</p>
Uso de plataformas	¿Qué plataforma utilizas más para consumir contenido audiovisual de corta duración?	<p>-Tik tok</p> <p>-You tube</p> <p>-Instagram</p> <p>-Facebook</p> <p>-Otra: ¿cuál?</p>
	¿Utilizan frecuentemente YouTube para consumir contenido de corta duración?	<p>- Sí</p> <p>- No</p>
	¿Qué estilo de productos audiovisuales prefieres?	<p>- Comedia</p> <p>- Documental</p> <p>- Drama</p> <p>- Acción</p> <p>-Otra: ¿cuál?</p>

Formato	¿Conoce lo que es el contenido interactivo?	- Sí - No
	¿Les interesaría consumir más contenido interactivo?	-Sí - No - No responde
	¿Conoce lo que es un documental-falso?	-Sí -No
	¿Le interesaría ver un documental-falso-Interactivo producido en Costa Rica?	-Sí - No - No responde
Prototipo	¿Pudo navegar las diferentes secciones de la plataforma sin inconvenientes? Utilizando todos los links disponibles	-Sí -No
	¿La información proporcionada le permite comprender de qué se trata el proyecto «La noche de la avispa reina»?	-Sí -No
	¿La información está colocada de forma que pueda intuir de forma sencilla cómo navegar la plataforma?	-Sí -No

	Considera que existe algún elemento que podría mejorar	<ul style="list-style-type: none">- Títulos- Contenido escrito de cada sección.- El orden de cómo se presenta cada sección.- Otros, ¿cuál?
--	--	---

Cuadro 22

Guía de preguntas de entrevista grupal en torno al prototipo de baja fidelidad

Narrativa:	<p>Momento 1</p> <p>De las dos escenas:</p> <p>¿Captó pronto su atención? ¿Me enganchó en los primeros momentos de la lectura?</p> <p>¿Te genera expectativa? ¿Continuarías viendo la historia?</p> <p>¿Les llama la atención la historia, lo que dice, lo que significa?</p> <p>¿Qué les parece el desviarse de una escena a otra?</p> <p>¿La historia tiene alguna vinculación con ustedes?</p> <p>¿Podría ofender a algunos segmentos de la población? ¿Es sexista?</p> <p>¿reproduce algún estereotipo de género?</p> <p>¿Los personajes representan de forma asertiva a la población sexualmente diversa?</p>
------------	--

<p>Funcionales</p>	<p>¿Se entiende lo que significan los recuadros?</p> <p>¿Les parece que es usable la plataforma?</p> <p>¿Se comprende las instrucciones?</p>
<p>Estéticas</p>	<p>Mediante referencias visuales, se realizan las siguientes preguntas:</p> <p>Ejemplo de colores</p> <p>Ejemplos de fotografías</p> <p>Ejemplo de documental-ficción</p> <p>¿Qué opinan sobre la estética en torno a los colores? ¿Les es llamativo? les llama la atención?</p> <p>¿Les interesaría ver un producto similar a este hecho desde CR? les gustaría ver un producto similar a este y conocer historias parecidas a las que se están contando ahí?</p> <p>¿En qué plataforma quisieran verlo?</p>

13.3 Anexo 3. Cuestionario de validación de prototipo de alta fidelidad

Cuadro 23

Cuestionario de validación del prototipo de alta fidelidad

Categoría	Preguntas	Opciones
Consentimiento informado	1. ¿Estás de acuerdo en participar en este estudio?	Sí No
Criterios de inclusión para participar del sondeo	2. ¿Qué edad tenés?	Complete
	3. ¿Cuál es su nacionalidad?	Complete
	4. ¿Te considerarás parte de la población LGBTIQ+?	Sí No
	5. Te considerarás una persona que mantiene un interés por la defensa de los derechos de la población LGBTIQ+ o una persona aliada de la población sexualmente disidente.	Sí No
Contenido narrativo	6. En términos generales, el prototipo ¿Captó su atención? es decir ¿genera expectativa y continuarías viendo la historia?	Sí No

	7. ¿Te sientes identificada(o, e) con alguno de los temas y personajes planteados o de alguna forma el documental tiene vinculación con sus motivaciones o intereses?	Sí No
Interactividad	8. A la hora de visualizar el audiovisual, ¿Pudo interactuar o navegar a la sección del «Encuentro de Lesbianas» y retornar a la historia central de «La noche de la avispa reina» sin inconvenientes?	-Sí -No Explique
	9. Responda en caso de que haya tenido inconvenientes para navegar a la sección de «Encuentro de Lesbianas», favor explique, ¿cuál fue el inconveniente?	
	¿Se comprende de forma clara la persona espectadora tiene la posibilidad de desviarse de la narrativa central y acceder a una historia paralela?	-Sí -No.
	11. Responda en caso de que considere que no es claro que la persona espectadora tiene la posibilidad de desviarse de la narrativa central y acceder a una historia paralela «Encuentro de Lesbianas». ¿Explique por qué no es claro? ¿Cómo podría ser menos confuso?	Explique
Representaciones asertivas	12. ¿El prototipo representa poblaciones LGBTIQ+ de forma asertiva?	-Sí -No.

	<p>13. ¿El prototipo reproduce o fomenta estereotipos u otro tipo de discriminación o forma de violencia hacia personas LGBTIQ+?</p> <p>14. Responda en caso de que considerar que el prototipo reproduce o fomenta estereotipos u otro tipo de discriminación o forma de violencia hacia personas LGBTIQ+, favor explique ¿por qué?</p>	<p>-Sí</p> <p>-No.</p> <p>Explique</p>
Formato documental falso	15. ¿Le resultó atractivo el formato de documental falso?	
	16. ¿Considera usted que el género documental falso permite representar personajes LGBTIQ+ de forma asertiva?	
	17. Posterior a visualizar el prototipo, ¿tiene usted un interés en confirmar o verificar si la información presentada en las diferentes escenas es real o ficticia?	<p>-Sí</p> <p>-No</p>
	18. ¿Su interés o curiosidad en conocer sobre cómo eran las experiencias de las poblaciones LGBTIQ+ en otras épocas aumentó?	<p>-Sí</p> <p>-No</p>

	<p>19. ¿Hay algún otro elemento del prototipo que rescata positivamente o que podría mejorar en términos de claridad de la interactividad, estética, desarrollo de las narrativas y personajes? Por favor explique, cualquier retroalimentación que no haya sido considerada anteriormente es importante para nosotros. ¡¡Gracias!!</p>	<p>Explique</p>
--	---	-----------------