

ABORDAJE MEDIÁTICO de la
DIVERSIDAD SEXUAL en la prensa
escrita ecuatoriana: antes y después
de la **LEY DE COMUNICACIÓN**



ABORDAJE MEDIÁTICO DE LA DIVERSIDAD SEXUAL EN LA PRENSA ESCRITA ECUATORIANA: ANTES Y DESPUÉS DE LA LEY DE COMUNICACIÓN

**Proyecto Adelante con la Diversidad Sexual: cambio e innovación
social para el ejercicio pleno de los derechos LGBTI**

**Fundación Sendas, servicios para un desarrollo alternativo del sur
Hivos
Unión Europea**

Elaborado por:

María Isabel Cordero
Sendas

Levantamiento de información:

María Isabel Cordero
María Angélica Sarmiento

Edición:

Alexandra Vázquez

Diagramación

Ma. Fabiola Álvarez

Cuenca, Ecuador, 2017

Se puede usar de manera total o parcial los contenidos del presente documento, siempre y cuando sea citado y reconocida su autoría.

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	7
<hr/>	
1 INTRODUCCIÓN	9
<hr/>	
2 PREGUNTAS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.1 Objetivo General	11
2.2 Objetivos Específicos	11
<hr/>	
3 METODOLOGÍA	13
<hr/>	
4 MARCO CONCEPTUAL	15
4.1 Lo fundamental respecto a la diversidad sexo- genérica	15
4.2 Conceptos sobre discriminación contra la población LGBTI	17
4.3 Elementos claves para el análisis de prensa	18
4.4 Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador	22
<hr/>	
5 ANÁLISIS DE RESULTADOS	25
5.1 Reporte de medios y noticias analizadas	25
5.2 Visibilidad de la temática LGBTI en periódicos	26
5.3 Análisis del tipo de lenguaje en la prensa	29
5.4 Análisis del tipo de noticia que se publica en la prensa	30
5.5 Ubicación y manejo gráfico en la prensa	33
5.6 Aporte a la construcción de percepciones sobre la población LGBTI	36
<hr/>	
6 CONCLUSIONES	39
6.1 Visibilidad de la temáticas	39
6.2 Análisis de tipo de lenguaje	39
6.3 Ubicación y manejo grafico	40
6.4 Aporte a la construcción de percepciones sobre la población LGBTI	41
6.5 Aportes de la ley de comunicación al abordaje de temas LGBTI	42
<hr/>	
7 RECOMENDACIONES GENERALES	45
<hr/>	
8 BIBLIOGRAFÍA	47
<hr/>	
9 ANEXOS	49
<hr/>	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diarios considerados para el análisis	00
--	----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Noticias LGBTI publicadas	00
Gráfico 2. Cobertura Temas LGBTI por Periodo	00
Gráfico 3. Reconocimiento por Identidad Sexo-Genérica	00
Gráfico 4. Tipo de Lenguaje usado 2012-2013	00
Gráfico 5. Tipo de Lenguaje usado 2015-2016	00
Gráfico 6. Tipo de noticia 2012-213	00
Gráfico 7. Tipo de noticia 2015-2016	00
Gráfico 8. Segmentos que ocupan las noticias LGBTI por Periodo	00
Gráfico 9. Tipos de Fotografías usadas por periodos	00
Gráfico 10. Tipo de Título utilizado por periodos	00
Gráfico 11. Percepciones que generan las noticias	00

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente a las personas activistas, las organizaciones y la cooperación internacional que apoyaron la realización de este Informe con sus valiosos aportes en lo técnico y lo financiero. Esperamos que este documento ayude a la reflexión sobre la calidad de vida de las personas LGBTI y a que se logre su verdadera inclusión, con un enfoque de derechos a la luz de la Constitución del Ecuador y los Tratados Internacionales de Derechos Humanos.

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio analizó cuatro diarios importantes del país, en dos periodos temporales: 2012-2013/ 2015-2016, para identificar cómo la prensa escrita del Ecuador ha incorporado o no un enfoque de derechos, en el abordaje de la temática LGBTI; relacionando el análisis con el posible impacto de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en el año 2013.

El estudio analizó elementos como la visibilidad; el lenguaje y tipo de noticia; la ubicación y manejo gráfico; La construcción de percepciones y los enfoques utilizados.

Los principales hallazgos se relacionan con la visibilidad de la temática que se ha incrementado en el transcurso del tiempo, mostrando mayor cobertura en los medios, sobre todo en lo que se refiere al activismo de la población LGBTI a propósito del Día del Orgullo con una visibilidad importante de la población gay; sin embargo de ello, se identifica que persiste el desconocimiento de la diversidad sexual en todas sus expresiones.

De otro lado, se ha identificado que, el lenguaje utilizado por los diarios en el periodo de estudio es sobre todo noticioso e informativo. Se observa un cambio positivo en el uso del mismo, pasando de un lenguaje sensacionalista a otro más respetuoso, si se compara los dos periodos estudiados; no obstante las noticias de corte religioso evidencian aun un tratamiento discriminatorio respecto del tema.

Se ha encontrado también el incremento en el tipo de noticias, comparando los dos periodos, pero, la temática aún continúa teniendo un tratamiento secundario en la prensa escrita y de poca relevancia política y social.

Respecto a las percepciones que sobre la población LGBTI provocan las noticias analizadas en el público, se encontró que el 23% las muestra como sujetos de derechos, el 18% como víctimas de violencia, el 17% como un fenómeno, el 16% como activistas, el 10% como personas discriminadas, el 7% como personas comunes, el 6% como personas sin derechos y el 3% como un mal social.

Finalmente, no se ha observado cambios importantes antes y después de la Ley de Comunicación en el tratamiento de la temática LGBTI en la prensa escrita, no así en otros aspectos relacionados con programas de radio y televisión, donde se ha censurado e incluso clausurado programas que promovían la discriminación y el odio a la población LGBTI.

1. INTRODUCCIÓN

La situación de vida, en término de ejercicio de derechos, de la población LGBTI en el país resulta igual o aún más compleja de lo que muchos pueden imaginar. Si bien, existe un significativo avance en temas político-normativos, y en el imaginario popular se plantea que la población LGBTI ahora puede vivir más libremente; la realidad sustancial dista mucho del discurso formal y políticamente correcto.

La discriminación y violencia que vive la población LGBTI, de manera particular la población transexual y lesbiana, puede comprobarse a través de los datos que se presentan en los Informes país de Derechos Humanos que las organizaciones LGBTI han elaborado a lo largo de los últimos 5 años. Solo durante el año 2016 se recolectaron 98 casos de discriminación y violencia en el mencionado informe. De otro lado, la Clínica Jurídica de Equidad y la Fundación Pakta, registraron la atención de más de 120 casos de vulneración de derechos a personas LGBTI en el mismo año. Entre los casos más significativos se encuentran aquellos relacionados con violencia intrafamiliar que viven adolescentes y jóvenes al exponer su orientación sexual o identidad de género en el seno familiar; sufriendo violencia psicológica, patrimonial y física, que ha llevado inclusive al internamiento forzado en clínicas de deshomosexualización, espacios que existen en el país pese a todas las prohibiciones jurídicas y en donde es sabido, se ejerce violencia sexual, como parte del tratamiento.

Por su parte, la Encuesta sobre Condiciones de Vida, Inclusión Social y Derechos Humanos de la población LGBTI en Ecuador, elaborada por el INEC en el 2013, señala que la población LGBTI sufre discriminación en espacios privados en un 50.5% y en espacios públicos en un 55.8%. El 71.4% de las personas encuestadas, manifestaron haber vivido exclusión, en espacios privados, como su entorno familiar o espacios de esparcimiento, y un 60,8% declararon haber vivido esta experiencia en espacios públicos, como parques, calles, centros comerciales, universidades. Según el INEC (2013), los casos de violencia en perjuicio de este sector de la sociedad, registran un 52.1% en el ámbito privado y un 65.6% en espacios públicos.

Los mass medias y todo el quehacer mediático, tienen un rol importantísimo en la construcción del imaginario social y los discursos, aportando a que, o bien se perpetúe y sostenga el abordaje tradicional sobre el tema, o bien se transformen y erradiquen las conductas violentas y discriminatorias. Los medios de comunicación actúan como constructores de la realidad y de conocimiento en la población, los

mensajes que posicionan se fijan en el imaginario de la población; definiendo lo que es verdadero, válido y certero, en relación a esta premisa. Por ello es importante analizar y comprender cómo y de qué manera los medios de comunicación abordan los temas LGBTI.

La prensa escrita de manera particular, es uno de los medios de comunicación más fiables, pues deja constancia de lo que informa; por ello demanda claridad y concreción. Al ser un medio que aún mantiene gran credibilidad, uso y audiencia en nuestro entorno, requiere ser analizado en cuanto al tema que nos ocupa en el presente estudio.

En esta línea, lo que se busca es comprender el abordaje que la prensa escrita tiene sobre temas relacionados con la población LGBTI; qué aspectos son considerados y priorizados, cuál es la connotación e importancia que se da a esta temática; desde qué enfoque se lo hace; cuál es el impacto que genera en la opinión pública.

Cabe señalar que la Ley de Comunicación, vigente en Ecuador, desde mayo del 2013, busca regular el contenido que se maneja en medios de comunicación nacionales. Esta normativa marca un hito importante para el análisis propuesto, en consecuencia es importante señalar el uso o no de un lenguaje inclusivo y de derechos al momento de abordar temáticas LGBTI, antes y después de la ley.

2. PREGUNTAS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación intenta encontrar una respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de tratamiento da la prensa escrita al tema LGBTI? Es decir en qué sección de prensa se ubica, qué imágenes muestra, con qué encabezados presenta la noticia.
- ¿Desde qué enfoque (s) la prensa en el país aborda el tema LGBTI?
- ¿Se han presentado cambios en los enfoques y el tratamiento del tema LGBTI a partir de la Ley de Comunicación?

2.1 OBJETIVO GENERAL

Evidenciar si la prensa escrita en el Ecuador ha incorporado un enfoque de derechos en el abordaje de la temática LGBTI.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar el tipo de tratamiento que la prensa escrita en el país da al tema LGBTI .
2. Identificar los enfoques desde los cuales la prensa escrita en el país aborda el tema LGBTI.
3. Demostrar si el abordaje del tema LGBTI en la prensa escrita en el país tiene un enfoque de derechos a partir de la incorporación de la Ley de Comunicación.

3. METODOLOGÍA

La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo, desarrollado a partir del análisis del discurso y contenido de notas y artículos presentes en diarios nacionales. Para el desarrollo de la investigación se realizaron algunos pasos metodológicos que se exponen a continuación:

1. Capitalización de otras investigaciones y artículos científicos.
2. Elaboración de marco conceptual y enfoques de análisis.
3. Precisión de herramientas de análisis (matrices anexas y grupo focal)
4. Elaboración de hemeroteca según tipos de periódico y periodos.
5. Análisis de información capitalizada
6. Elaboración de documento final.

Una vez que se hubo elaborado el marco conceptual y establecido los enfoques de análisis, así como estructurado las herramientas requeridas, se definió la muestra de los diarios, con los siguientes criterios:

- 1 medio privado de alcance nacional de corte tradicional y conservador (Universo)
- 1 medio privado de alcance nacional de corte amarillista (Extra)
- 1 medio privado de alcance local de corte tradicional (Mercurio)
- 1 medio público de alcance nacional manejado por el Estado (El Telégrafo)

Se analizaron los diarios mencionados durante los meses de junio y diciembre del 2012 o 2013 y los de junio y diciembre del 2015 o 2016, esto según la facilidad que hubo para acceder a los mismos en las hemerotecas de las bibliotecas públicas de Cuenca y Guayaquil, además se ubicó las noticias on line del Periódico El Extra del periodo 2016, ya que no fue posible acceder a la hemeroteca física de este periodo, por temas ajenos al equipo investigador.

Se revisaron y seleccionaron, todos los artículos de prensa que abordaban el tema LGBTI o donde se trataba de alguna forma sobre población LGBTI.

Los años de análisis se definieron considerando un antes y un después de la Ley Orgánica de Comunicación que fue aprobada en Mayo del 2013. Los meses definidos para el estudio, se escogieron debido a que son periodos de mayor cobertura del tema, Junio por ser el mes en que se celebra el Orgullo LGBTI y Diciembre por conmemorarse el Día de acción contra el VIH.

Se llevó a cabo el análisis del abordaje, temático y de enfoque, de las noticias publicadas en la muestra establecida a través de las siguientes variables:

- A) Visibilidad: frecuencia con la que se aborda la temática LGBTI en los medios
- B) Lenguaje y tipo de noticia: tipo de lenguaje periodístico que se utiliza al realizar la nota de prensa escrita, este puede variar de acuerdo al tipo de medio escrito y al estilo periodístico que tiene el medio, sin embargo consideramos algunos parámetros generales: noticioso, informativo, sensacionalista, político, cultural, etc; así como al tipo de noticia que se publica: editorial, científica, derechos, legal, política, farándula, cultural, etc .
- C) Ubicación y Manejo gráfico: cómo se grafica/ilustra las noticias sobre la comunidad LGBTI y el lugar o segmento que estas noticias ocupan en la prensa.
- D) Construcción de percepciones: Consiste en analizar de manera general el papel que las noticias publicadas cumplen al momento de construir, fomentar o ratificar estereotipos y percepciones sobre las personas LGBTI.
- E) Enfoques: desde qué enfoque, punto de vista o posición se abordan, tratan y desarrollan las noticias de temáticas LGBTI.

El análisis de estos elementos se realizó mediante una tabla- matiz de análisis, la cual se anexa al informe de investigación. Para el ejercicio cuantitativo se utilizó la plantilla Excel, con cuyos datos se elaboraron los gráficos estadísticos.

Adicional al ejercicio analítico cuantitativo de los artículos de prensa, se desarrolló un grupo focal con 10 jóvenes universitarios de las carreras de Derecho, Comunicación Social y Psicología con quienes se profundizó sobre la construcción de percepciones. Esta actividad partió de la definición de una batería de percepciones respecto a la población LGBTI (Anexo a la investigación) en relación a los artículos de prensa. Esta técnica aportó en definir, a partir del análisis de las noticias, la percepción proyectada. Solo se podía asignar una percepción por noticia.

4. MARCO CONCEPTUAL

4.2 LO FUNDAMENTAL RESPECTO A LA DIVERSIDAD SEXO-GENÉRICA

Según la Declaración de Valencia de los Derechos Sexuales y Reproductivos (1997): “La sexualidad humana constituye el origen de vínculos más profundos entre los seres humanos, y de su realización efectiva depende el bienestar de las personas, las parejas, la familia y la sociedad. Es, por lo tanto, su patrimonio más importante, y su respeto debe ser promovido por todos los medios posibles”. Esta experiencia fundamental en el ser humano es heterogénea y diversa. La diversidad sexual, por tanto, hace referencia a todas las variables que se pueden encontrar en la sexualidad humana. Usualmente se la explica a través del uso de tres conceptos: sexo, género (s) y deseo.

Tradicionalmente la sociedad y cultura han establecido parámetros y normas que dictaminan las relaciones heterosexuales como la única manera de relacionarse sexualmente, afirmación que la diversidad sexual desvirtúa por completo. Pues, en su defecto propone la práctica, la orientación y la identidad sexo-genérica; es decir reconoce las prácticas o identidades no heterosexuales, impulsando la libre expresión de cuerpos, sensaciones y deseos, sin más límite que el derecho de las/os otras/os.

Los conceptos de sexo y género son importantes a la hora de acercarse a la comprensión de la diversidad sexual. El sexo hace alusión al conjunto de características morfológicas, fisiológicas, genéticas, hormonales y genitales, que marcan la diferencia entre seres humanos. Se asume el sistema binario, es decir, “macho y hembra” como la única alternativa, sin tomar en cuenta a las personas intersexuales, a quienes, desde lo genital, es imposible definirlos y, constantemente, son tratadas/os como un problema.

De otro lado, el género ha sido concebido como un elemento de análisis que permite reconocer comportamientos, actitudes y roles que la sociedad asigna a las personas, a través de las que se definen las relaciones históricamente desiguales y de poder entre lo masculino (hombres) y lo femenino (mujeres). Se lo concibe, también, como la representación social de los cuerpos.

En la actualidad, desde las organizaciones de personas LGBTI y algunas organizaciones feministas, se está tratando de incorporar el uso del plural, es decir, utilizar géneros, en lugar de género, con la finalidad de incluir a las personas no heterosexuales, especialmente a las personas trans.

Las relaciones que se dan entre los seres humanos alude no solamente a los cuerpos que se atraen o que se desean (orientación sexual); es factible también la atracción entre géneros (orientación de género).

Cuando hablamos de orientación sexual cabe manifestar que el deseo o la atracción hacia otras personas, va desde la “heterosexualidad exclusiva” hasta la “homosexualidad exclusiva” incluyendo varias formas de bisexualidad. El sistema binario o la norma de relacionamiento entre personas nos hablan de que el hombre debe ser masculino y relacionarse con una mujer femenina, esto es lo que es “bien visto”, sin embargo, existen diferentes expresiones y manifestaciones del relacionamiento:

- **Lesbianas:** mujeres que se relacionan sexual y/o afectivamente con otras mujeres. Ocasionalmente hay mujeres que se denominan homosexuales o gays, lo que no implica una asunción de roles masculinos necesariamente, lo hacen más desde el uso del término “homosexual” como sinónimo del relacionamiento con el “mismo sexo”.
- **Gays:** anglicismo que define a hombres que se relacionan sexual y/o afectivamente con otros hombres. Generalmente son conocidos y nombrados como homosexuales.
- **Bisexuales:** mujeres y hombres que se desarrollan indistintamente con otras mujeres u otros hombres, sin que exista una intensidad o frecuencia determinadas.

Como ya se mencionó, también los géneros que se atraen entre sí. La “identidad de género” hace referencia a la forma en que una persona se percibe a sí misma en relación con las concepciones sociales de masculinidad y feminidad. Toda identidad que se exprese trasgrediendo este orden, tiene algún nivel de transgenerismo y en efecto contraviene de alguna manera, sistema rígido de la dicotomía masculino-femenino. Expresiones de ello son los siguientes grupos:

- **Transgéneros:** personas que pueden tener una identidad de género masculina (trans masculinos u hombres trans) o femenina (trans femeninas o mujeres trans) y las características físicas del sexo opuesto y que no encajan en un macho-hombre o en una hembra-mujer.
- **Transexuales:** personas cuya identidad de género “no corresponde” a su sexo biológico y que, de alguna manera, han intervenido sus cuerpos para transgredir al sexo opuesto.

4.2 CONCEPTOS SOBRE DISCRIMINACIÓN CONTRA LA POBLACIÓN LGBTI

A continuación se expone un conjunto de conceptos útiles a la hora de acercarse a la comprensión de formas, motivaciones y expresiones de la discriminación contra la población LGBTI, los mismos que han sido tomados del “Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos de la población LGBTI en Ecuador” (Sendas, 2017):

Estereotipos

Creencias o ideas organizadas sobre determinado grupo social. Un estereotipo es una imagen mental muy simplificada y con pocos detalles, se basa en creencias ilógicas erróneas; generalmente son usados en una forma negativa o perjudicial, casi siempre para justificar comportamientos discriminatorios basados en la, etnia, género, sexualidad, nacionalidad, religión, profesiones, clases sociales, etc.

Prejuicios

Están relacionados directamente con los estereotipos, dependiendo de éstos se puede tener valoraciones, sentimientos o emociones negativas o positivas sobre determinado grupo social. No se encuentran respaldados en la experiencia.

Heteronormatividad

Las normas o dictámenes sociales que determinan el comportamiento “correcto” de las personas, en lo referente a la vivencia de su sexualidad, asumiendo la construcción de su identidad de género en base a sus genitales.

Mitos

A través de los mitos se construyen irreales características de personas o cosas hipervalorizando la realidad, de manera positiva o negativa.

Discriminación

Impide o anula el goce, la exigibilidad o el cumplimiento de los derechos de una(s) persona(s) o de grupos, en base a características propias, generalmente relacionadas con la edad, el sexo, la religión, la orientación sexual, la identidad de género, el origen, entre otras muchas más.

Homofobia

Término genérico para describir todas las actitudes, comportamientos, acciones, omisiones, que van en contra de las personas no heterosexuales y que redundan en diversas formas de violencia y exclusión, vulnerando sus derechos humanos. En Ecuador, el término “LGBTIfobias” es utilizado, desde años atrás, por algunas/os activistas. El término homofobia es concebido, también, como el miedo irracional a los hombres homosexuales (gays).

Se expresa a través de invisibilización, burla, lenguaje, todo tipo de violencias y puede culminar en crímenes de odio. Es preciso señalar que la lesbofobia acompaña al sexismo, lo que crea doble vulnerabilidad de las mujeres lesbianas y no heterosexuales en general, frente a un sistema misógino y patriarcal.

4.3 ELEMENTOS CLAVES PARA EL ANÁLISIS DE PRENSA

Los medios de comunicación tienen bajo su responsabilidad la difusión de mensajes e información relevante para un contexto determinado. Los canales que utilizan los medios de comunicación pueden ir desde los más tradicionales: radio, prensa y televisión, hasta los más modernos: blog, web, redes sociales.

Pese al uso cada vez mayor de medios alternativos, estos canales no han perdido su razón de ser: producir y generar opinión pública sobre un evento gracias a la transmisión de información oportuna, verídica y práctica a las masas. Esto se produce mediante un ejercicio comunicativo con una intención específica: informar, opinar, evaluar, persuadir, promover, etc., aprovechando y dando sentido práctico al medio que utilizan: radio, prensa, televisión, web, redes sociales.

En esta dinámica, en donde los medios inciden directamente en los receptores, se hace necesario reconocer el rol mediador que tienen, al lograr que el público se entere de lo que otros hacen, pero sobre todo al provocar reacciones, generar conocimiento y hasta provocar que se intervenga en un evento determinado. Los mass media transmiten al ambiente político la demanda del ambiente social y al ámbito social las decisiones del ámbito político, incorporando así las ideas que forman parte de la conversación social.

Pero nada de esto fuera posible si los mass medias no utilizaran todos los recursos con los que cuentan en su ejercicio comunicacional: lenguaje, enfoque, imágenes, estilos, etc., los cuales tienen un importante rol en la psicología social y el comportamiento de masas.

Todo ejercicio de análisis de prensa, requiere comprender lo que significan estos recursos y el impacto de los mismos en la población, por eso a continuación se presenta una breve descripción de lo que son estos elementos y como son utilizados sobre los receptores con intenciones políticas e ideológicas muy claras.

Lenguaje. *Los medios de comunicación son mediadores lingüísticos, es decir, tienen en principio la capacidad de difundir voces y hábitos morfosintácticos nuevos, y, en un segundo momento, en su fijación, contribuyendo así al enriquecimiento del caudal léxico de los hablantes y, asimismo, a la nivelación y normalización del idioma (Mapelli, G, 2008, p.1).*

Por otra parte, el papel de mediador se configura también en la actividad de simplificación o reformulación de textos que no estarían al alcance del público común o su fácil entendimiento. Este ejercicio demanda la construcción del lenguaje periodístico, el mismo que tiene un carácter híbrido y que caracteriza a las diferentes secciones o segmentos de un periódico.

En los medios de comunicación se encuentra el lenguaje propio de cada ámbito especializado (economía, política, ciencia, deporte, etc.). En la prensa, encontraremos, pues, una serie de recursos (explicación, definiciones, usos de marcadores, metáforas, etc.) que sirven para reformular la terminología propia de los ámbitos de especialidad tratados, a fin de que el receptor pueda comprender de forma cabal la información.

Sin embargo estos múltiples lenguajes o este lenguaje híbrido, tienen un sentido político, que va más allá de lograr que el público comprenda y acceda a información y conocimientos sobre temas que pueden ser complejos, su intención es anclar en la conciencia social verdades, ideas, conocimientos, discursos, hábitos, creencias, prácticas, conductas, posiciones políticas, etc.

El lenguaje periodístico tiene en si un poder social elevadísimo, que bien manejado puede conducir a la masas a un ejercicio de desarrollo y crecimiento en aspectos socio-económicos, al igual que en el ámbito cultural, por eso se lo llama el quinto poder. Sin embargo, el uso repetido de lenguaje discriminador, crítico, burlesco, engañoso, exagerado, sobre condiciones y realidades sociales determinadas ha logrado generar en el imaginario colectivo una idea/fijación sobre las cosas totalmente adversa al desarrollo social y humano.

Analizar desde un claro enfoque de género y derechos el uso y abuso de los diferentes tipos de lenguajes que utiliza la prensa, permite evidenciar cómo esta actúa conscientemente sobre el imaginario de la población y provoca actitudes y comportamientos discriminadores, de odio, prejuiciosos contra ciertos grupos poblacionales o determinados movimientos sociales.

Enfoque. *Se entiende por enfoque a la acción de valorar o analizar determinada condición y objeto desde un punto de vista determinado.*

En la prensa escrita se evidencia la formulación de noticias y artículos desde diferentes puntos de vista, los cuales comúnmente responden a la línea política editorial del medio de comunicación, o al estilo periodístico de quien la escribe. El ejercicio de trabajar periodísticamente desde un enfoque determina parte en mucho de las directrices que los medios de comunicación plantean a sus equipos de campo, sin embargo el estilo personal y subjetivo que puede tener una nota, muestra el enfoque desde el cual el autor pone en común el evento o noticia.

Reconocer el enfoque que un artículo de prensa tiene, requiere prestar atención al mensaje en su conjunto, analizar su lenguaje, su titular, su contenido clave, las imágenes utilizadas, y desde ahí se podrá decir si el enfoque que está utilizando está basado en consideración de género, derechos, ciudadanía, interculturalidad, intergeneración, o por el contrario, constituye un enfoque discriminatorio, sexista, violentador, amarillista.

El enfoque desde el que se aborda una noticia, marcará la diferencia de cómo el público asume el tema, lo aborda, lo entiende y lo acepta o rechaza, lo toma en serio o lo hace ver como una burla, lo analiza o lo descarta.

Tipo de tratamiento noticioso *En prensa escrita es común hablar del tratamiento noticioso en relación a la importancia y sección que la noticia tiene en la coyuntura o contexto local, nacional e internacional, así las noticias de mayor orden están siempre en primera plana y secciones más importantes, y las menos importantes se encuentran en las últimas páginas.*

Desde esta lógica, la prensa escrita se divide en bloques y a su vez en secciones. Así se cuenta con 3 o 4 bloques, clasificados por letras A, B, C; además de suplementos o revistas que se publican en un día particular de la semana, por ejemplo los domingos. Las secciones comúnmente se encuentran divididas en: Primera Plana, Opinión (Editoriales), Política y Economía, Internacional, Nacional y Local, Cultura, Deportes, Social (farándula y espectáculos)

Semiótica del periódico

Existe una red de artificios semióticos que el periódico puede utilizar para orientar la importancia de la información y enjuiciarla, aunque la expresión lingüística se limite a narrar los hechos con imparcialidad (Mapelli, 2008, p. 5).

Desde un ejercicio de análisis de prensa, se vuelve una herramienta crucial comprender la semiótica del periódico y considerar algunos elementos que hacen

o no de una noticia un hecho importante en la prensa. Entre estos elementos señalaremos los siguientes:

- La portada y la primera página de cada sección son las más importantes
- Las páginas impares más relieve
- La mitad superior de la página y la parte izquierda de ésta
- Otros elementos a considerar: número de columnas, tamaño y tipo de letra, número y calidad de fotografías

Género periodístico. En el periodismo, los géneros discursivos se definen como distintas formas de expresión que encontramos en los medios de comunicación y que se diferencian por su estructura retórica, su estilo y sus finalidades específicas (Mapelli, 2008, p.6).

Se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos. En muchos casos se entremezclan y llegan a enriquecerse de otros recursos o elementos literarios (prosa, cuento, ensayo). A continuación se exponen los principales géneros periodísticos:

Informativos, incluyen los siguientes:

- Noticia: da a conocer hechos de interés colectivo, se caracteriza por el uso de un lenguaje neutro, objetivo y claro.
- Entrevista: a través del diálogo recoge noticia, opiniones, datos informativos
- Reportaje: es el más vasto de los géneros. Investiga, describe, informa, documenta y entretiene

Opinión, considera el artículo y los editoriales:

- Artículo: es el género subjetivo clásico, en donde quien escribe expone opiniones o juicios personales sobre un acontecimiento.
- Editoriales: resume la posición doctrinaria o política de un medio de comunicación frente a hechos de interés colectivo

Híbridos, puede incluir la crónica y la columna.

- Crónica: es la exposición o narración de un acontecimiento, en el orden en que se desarrolló. Se caracteriza por transmitir la impresión del cronista

- **Columna:** trata con brevedad uno o varios asuntos de interés público

Manejo gráfico, en la prensa escrita destacan los recursos gráficos (iconos, imágenes, colores, tamaño de las letras, etc.) que complementan y matizan el texto. Por este motivo, el lenguaje periodístico se ha definido como *lengua bruja y encantadora* porque atrae al lector recurriendo a los elementos visuales, extra verbales (Mapelli, 2008, p. 5).

A esto se suma el uso de fotografías, gráficos, ilustraciones, comics o caricaturas, que hablan por sí solas y que en muchos de los casos son el enganche para que una noticia sea leída y obtenga el impacto que los medios de comunicación buscan, sobre todo, en la prensa.

El uso de imágenes (positivas o negativas) marca la predisposición del público lector y define en mucho el sentido y apropiación que este le da a una noticia o a un medio. Imágenes sexistas, amarillistas o de crónica roja, son la base para que un medio tenga un reconocimiento del mismo corte, y su público sepa que va a encontrar en dicho medio y que consumir como información.

4.4 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR

En junio del 2013 la Asamblea Nacional del Ecuador, aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, la cual tiene por objetivo general regular la forma de proceder y funcionar de los medios de comunicación públicos y privados del país.

Dicha Ley ha sido duramente criticada por múltiples sectores sociales nacionales e internacionales, al considerarse que atenta contra el derecho a la libre expresión, constituyéndose en una forma de ejercicio del poder del ejecutivo, para controlar a los medios de comunicación independientes. Se ha dicho también que coarta a las empresas de comunicación y su capacidad para gestionar y producir información.

Sin embargo de ello, cabe destacar que esta Ley de Comunicación, considera elementos clave en materia de derechos humanos propiciando condiciones favorables para grupos en situación de vulnerabilidad, como lo son: las mujeres, niñas, niños y adolescentes, etnias, población LGBTI, dado que sanciona la difusión y transmisión de mensajes que promuevan la discriminación y el odio, que tengan contenido xenofóbico, sexista o violento.

Este principio normativo ha permitido que varios grupos poblacionales denuncien a distintos medios de comunicación, llegando a sanciones no solo económicas sino que además han sentado precedentes para la prensa, así, gracias a las denuncias, se ha prohibido la transmisión y producción de ciertos programas televisivos en

donde se naturalizaba la violencia de género y los estereotipos burlescos contra la población gay y trans, particularmente.

En concreto la Ley Orgánica de Comunicación, plantea los siguientes artículos que buscan proteger y asegurar los derechos humanos y la no discriminación:

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan;

TÍTULO IV REGULACIÓN DE CONTENIDOS

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de

prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Estos artículos han permitido un ejercicio de mayor regulación en la creación de contenidos en medios de comunicación en el país, así como la denuncia contra la circulación o emisión de mensajes de discriminación y odio contra la población LGBTI.

5. ANALISIS DE RESULTADOS

5.1 REPORTE DE MEDIOS Y NOTICIAS ANALIZADAS

Los periódicos analizados y el periodo segmentado, según lo planteado en la metodología son los siguientes:

Tabla 1. Diarios considerados para el análisis

EL UNIVERSO
Períodos: Junio y diciembre 2012 · Junio y diciembre 2105
Características del medio: El Universo es un diario matutino ecuatoriano fundado en 1921 y publicado en la ciudad de Guayaquil. Este diario es actualmente el más importante de la ciudad y uno de los más grandes del país. El Universo es propiedad de la Compañía Anónima El Universo y a su vez, es editado por Grupo El Universo.
EL TELÉGRAFO
Períodos: Junio y diciembre del 2013 · Junio y diciembre del 2015
Características del medio: El Telégrafo es un diario fundado el 16 de febrero de 1884 en la ciudad de Guayaquil. En el año 2008, El Telégrafo fue refundado como diario público. Luego del período correista, en junio del 2017 diario El Telégrafo fue vendido, volviendo a ser un medio privado.
DIARIO EXTRA
Períodos: Junio y diciembre del 2012 · Junio y diciembre del 2016
Características del medio: El Diario Extra es un periódico ecuatoriano, fundado el 21 de octubre de 1974, en Guayaquil. Es el diario más vendido a nivel nacional. La casa editorial del mismo es Gráficos Nacionales, S.A. (GRANASA). Este diario de circulación masiva se caracteriza por su sensacionalismo y por las imágenes sin censura que presenta sobre crónica roja, en sus inicios incluía fotografías de alto contenido erótico que muchas veces han sido cuestionadas por la sociedad en general, en la actualidad este tipo de contenidos es más controlado. Además, esta publicación está orientada a sectores populares por su relativo bajo costo.

EL MERCURIO

Períodos: Junio y diciembre del 2012 · Junio y diciembre del 2015

Características del medio: Diario “El Mercurio” de Cuenca- Ecuador, fue fundado el 22 de octubre de 1924. Durante décadas ha venido desarrollando un trabajo ininterrumpido en la información a la ciudadanía del país y del austro. Expandiéndose y creciendo como un medio impreso, va adquiriendo carácter nacional.

5.2 VISIBILIDAD DE LA TEMÁTICA LGBTI EN PERIÓDICOS

Se considera el tema de visibilidad a la frecuencia de noticias que son publicadas en la prensa. Al respecto se puede señalar que existe un nivel de tratamiento sobre la población de diversidad sexual en las noticias de los diarios analizados, lo que evidencia que existe, a la vez, el reconocimiento sobre la temática LGBTI en la prensa. Se encontró un importante volumen de noticias en los periódicos señalados, según el periodo analizado: 2012-2013 y 2015-2016. Así lo recoge el siguiente gráfico:

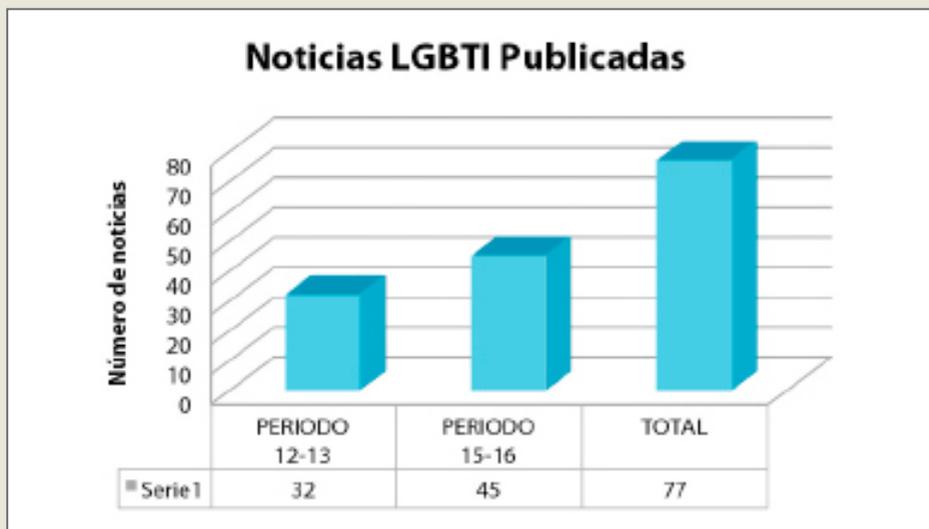


Gráfico 1. Noticias publicadas Fuente: Sendas, 2017

De la información expuesta, se evidencia un importante incremento en el número total de noticias con temáticas LGBTI entre los años 2012-2013 y 2015-2016. Como se ve en la gráfica, se pasa de 32 noticias en el primer período a 45 noticias, en el segundo, lo cual significa un incremento del 40.6% de cobertura.

En el Gráfico 2 se observa que el incremento del que se habla se dio en la mayoría de diarios analizados, salvo en Diario El Extra, que si bien bajo el número de noticias publicadas, mejoró significativamente su lenguaje y atención al tema, como se verá en los siguientes puntos.

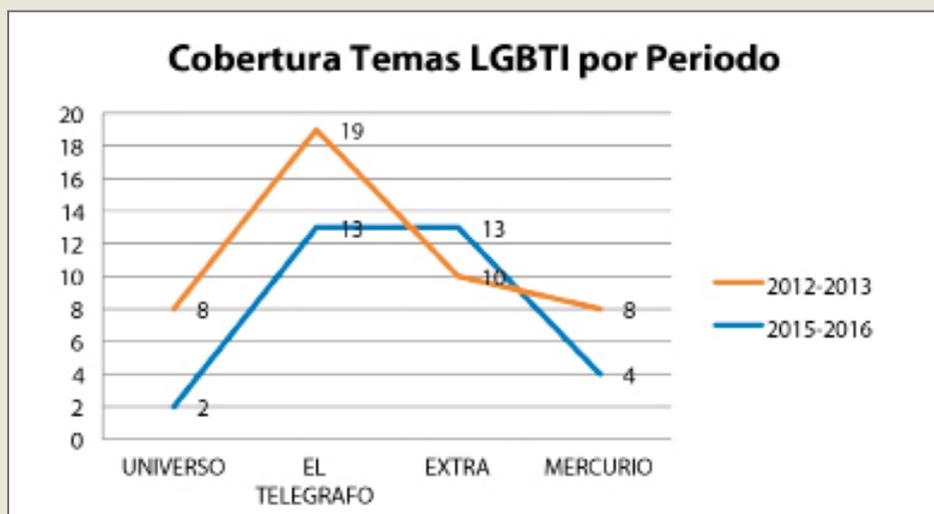


Gráfico 2. Cobertura de Temas LGBTI por periodo. Fuente: Sendas, 2017

De otro lado, el incremento de cobertura de prensa en los temas relacionados a la población LGBTI en el periodo de estudio, tiene su sustento, básicamente en el reconocimiento del Día del Orgullo por parte de los medios de comunicación, como una fecha cada vez más simbólica y emblemática en el país. Sin embargo no se puede dejar de lado el posicionamiento político que las organizaciones LGBTI tienen, en el país y su vinculación pública con el entonces presidente Rafael Correa, como es el caso de la Federación LGBTI del Ecuador, lo que ha impactado en la presencia del tema en el diario El Telégrafo, que es el medio con mayor incremento de cobertura. Por otro lado, el mayor volumen de noticias publicado, permite identificar cuál es la población más nombrada en las notas publicadas. Así lo expone el gráfico a continuación:



Gráfico 3. Reconocimiento por identidad. Fuente: Sendas, 2017

Como se puede observar, hay poblaciones mucho más reconocidas y nombradas en las noticias de prensa analizadas que otras. Así la población Gay y Transexual (femenina) son las más nombradas y a quienes más se hace referencia en la prensa, no así la población bisexual que no es reconocida ni una sola vez, o la población intersex que es considerada en un solo artículo de carácter científico y de salud. La población lésbica, por su parte, es drásticamente invisibilizada en relación a la población gay.

Esto permite demostrar que la población sexo-genérica en su totalidad no es reconocida por la prensa escrita, no es nombrada, por tanto no existe. Señalaríamos entonces que, se está construyendo en el imaginario del público la comprensión de la diversidad sexual vinculada básicamente a personas Gays y Transexuales Femeninos.

Las noticias analizadas, en su mayoría hacen referencia a la población LGBTI; sin embargo están relacionadas a noticias de carácter informativo sobre temas de activismo LGBTI.

5.3 ANÁLISIS DEL TIPO DE LENGUAJE EN LA PRENSA

Tipo de Lenguaje

Del análisis realizado, se identificó tres tipos de lenguaje en las noticias: noticioso informativo, sensacionalista y lenguaje de editorial.

De estos tipos de lenguaje, prevalece el noticioso informativo en todos los diarios analizados y el lenguaje sensacionalista en el Diario El Extra, para el período 2012-2013, notándose un cambio trascendental en el siguiente periodo analizado (2015-2016) en el que en todos los diarios prevalece el lenguaje noticioso informativo, aunque se ubica otro tipo de lenguaje, de carácter discriminatorio, presente en el Diario el Universo. Esta comparación se puede observar en los gráficos 5 y 6 respectivamente.

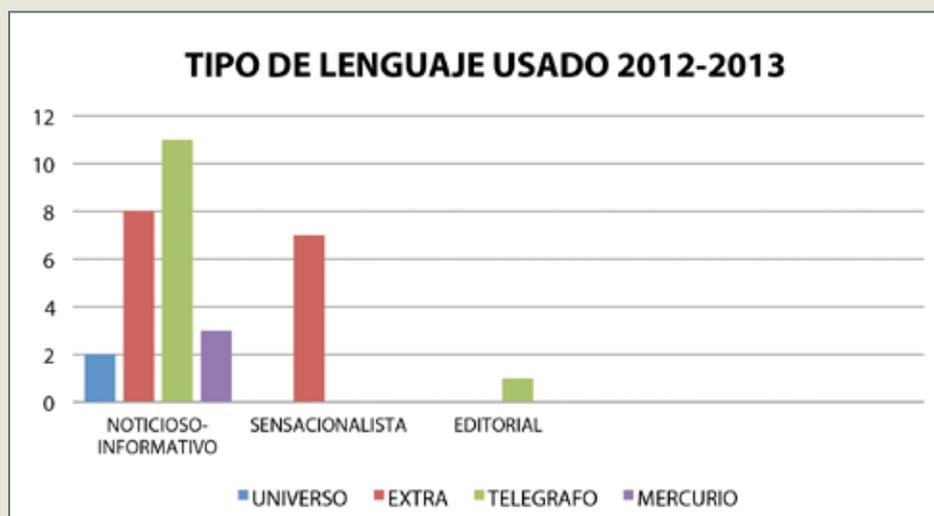


Gráfico 4. Tipo de lenguaje usado 2012-2013. Fuente: Sendas, 2017

Las noticias referentes al abordaje de la temática LGBTI en el país utilizan mayoritariamente un lenguaje de tipo noticioso-informativo, incluso antes y después de la Ley de Comunicación.

Se puede evidenciar un ligero incremento en el lenguaje de tipo editorial y de opinión que aparece en algunos medios de comunicación al tratar la temática LGBTI, para lo cual periodistas analizan la temática desde sus posiciones personales o buscan

entrevistas de personas que manejan y conocen el tema. Es importante señalar que este tipo de artículos guardan un fuerte enfoque de derechos y buscan posicionar positivamente a la población LGBTI en el público.

Se hace evidente la significativa disminución del lenguaje sensacionalista que utilizaba Diario El Extra entre un periodo y otro, para el abordaje de temas LGBTI. Las noticias sensacionalistas analizadas en el primer periodo guardan un corte poco informativo de la realidad, utilizan términos peyorativos hacia la población LGBTI y colocan a la población en el imaginario popular como seres míticos y poco comunes, sobre todo a la población transfemenina.

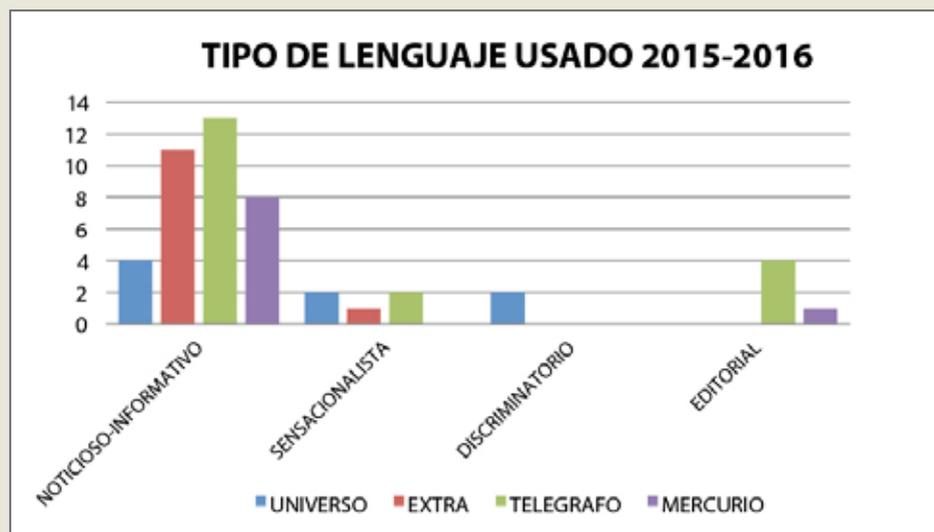


Gráfico 5. Tipo de lenguaje usado 2015-2016. Fuente: Sendas, 2017

5.4 ANÁLISIS DEL TIPO DE NOTICIA QUE SE PUBLICA EN LA PRENSA

Este punto aborda el tipo de noticias que se publica, conforme a los contenidos que aborda, para ello se plantean los siguientes criterios:

Derechos: noticias que promueven los derechos de las personas LGBTI y su exigibilidad, y/o evidencian la situación de vulnerabilidad de derechos de las personas LGBTI.

- **Activismo:** noticias que dan cuenta sobre eventos o actividades realizadas

por personas y organizaciones LGBTI para posicionar su agenda política o exigibilidad de derechos.

- **Farándula:** Noticias sobre personajes públicos nacionales e internacionales y temas LGBTI.
- **Crónica:** Noticias sobre situación violentas, crímenes, asaltos, atentados contra población LGBTI-
- **Cultural:** Noticias sobre eventos culturales que aborden la temática LGBTI.
- **Religioso:** Noticias que evidencian la posición de las religiones frente a la población LGBTI.
- **Político:** Noticias que evidencian las reacciones o planteamientos de líderes políticos frente a la población LGBTI.
- **Salud/Científico:** Noticias que difunden información científica y/o de salud relacionada a la población LGBTI.
- **Denuncia:** Noticias que denuncia la situación de la población LGBTI.
- **Historias de vida:** Noticias que narran historias de vida de población LGBTI.



Gráfico 6. Tipo de Noticias 2012-2013. Fuente: Sendas, 2017

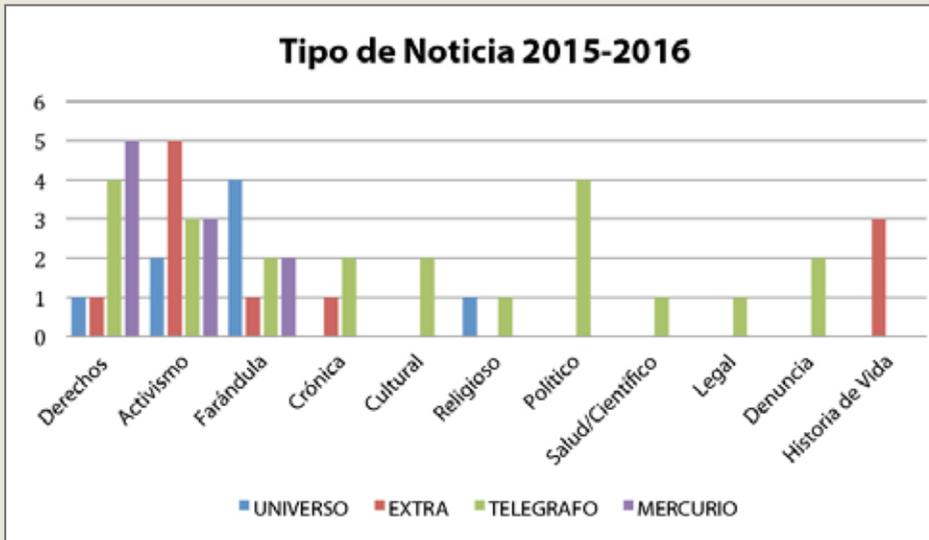


Gráfico 7. Tipo de Noticias 2015-2016. Fuente: Sendas, 2017

Los gráficos 6 y 7 muestran con claridad el tipo de noticia presente para cada periodo de análisis. Un punto interesante a observar es la aparición de noticias sobre activismo LGBTI en el segundo periodo, vinculadas a las actividades por el Mes del Orgullo LGBTI, lo cual ratifica lo expuesto anteriormente en el sentido de que para el segundo periodo las actividades del Orgullo son un tema de interés para los medios de comunicación.

Se evidencia la preocupación por facilitar a la población noticias relevantes del tema y sobre todo promover positivamente la Marcha del Orgullo en distintas ciudades, para que esto no tome por sorpresa a la ciudadanía, pero también con el afán de posicionar en la agenda pública las razones de porque se realiza esta marcha, se espera que a futuro esta cobertura aumente y concilie el tema del activismos con la promoción de derechos.

Es importante hacer hincapié en que muchas de las historias de vida narradas en la prensa analizada, si bien no necesariamente tienen un tinte sensacionalista, si utilizan recursos lingüísticos que conmueven al público y convocan a los sentimientos, pese a que este ítem no se analizó a profundidad, es necesario considerar con precaución este tipo de abordaje de eventos, pues puede provocar actitudes paternalistas y lastimeras hacia la población LGBTI.

Las noticias de tipo religioso que se encontraron, si bien usan en su mayoría un lenguaje noticioso-informativo, en su dinámica están repitiendo los discursos de discriminación y odio que emiten distintos sectores religiosos.

5.5 UBICACIÓN Y MANEJO GRÁFICO EN LA PRENSA

En este punto se analizan los elementos que se consideran claves en el tratamiento de las noticias, esto es página, sección y ubicación del periódico en el que aparecen, así como el manejo gráfico de la noticia, el tamaño del titular, el uso de colores, el uso de fotografías e ilustraciones y pies de fotos. Todos elementos que configuran la semiótica del periódico.

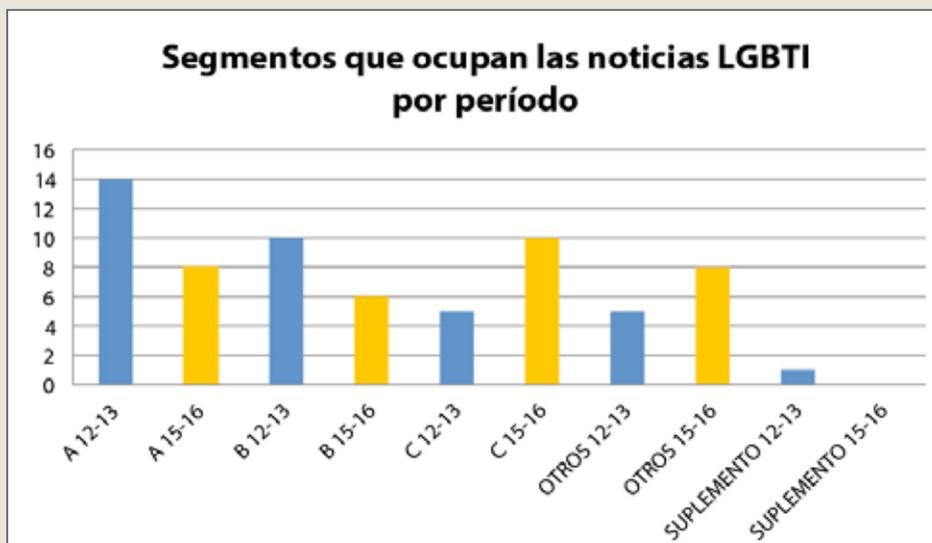


Gráfico 8. Segmentos que ocupan las noticias LGBTI por periodo. Fuente: Sendas, 2017

Pese al incremento de noticias sobre temas LGBTI que hay del periodo 12-13 al periodo 15-16, se evidencia que el tratamiento de estas noticias no ha mejorado, las noticias respecto a esta temática aparecen con más frecuencia en el segundo periodo, pero en segmentos menos importantes de la prensa (sección b, c, otros o supelmentos), y esto guarda relación a que dichas noticias abordan temas de activismo o cultura, que no son considerados como material de los primeros segmentos de un periódico, pues no implican cambios sociales, políticos o económicos coyunturales o emergentes.

De todas las notas de prensa analizadas, solo una de ellas está en primera plana del

Diario El Extra, y en el interior está desarrollado un amplio artículo en la sección A, que trata sobre la historia de vida de una transfemenina y su esfuerzo por alcanzar un puesto político. Sin embargo el titular: “Trans quiere poner a temblar la Asamblea” y algunos comentarios en los contenidos mantienen un corte sensacionalista.

Muchas de las noticias de farándula que aparecen en torno a la temática LGBTI, resultan ser internacionales, y se encuentran con más frecuencia en el periodo 15-16, las mismas hacen referencia a la vida de Bruce Jenner, medallista olímpico que a los 60 años cambió de identidad y sexo. Parecería que las noticias transfemeninas y vinculadas a la farándula tienen más importancia que aquella de corte científico o de salud respecto a la población LGBTI.

Manejo Gráfico

El primer elemento a considerar respecto al manejo gráfico en la prensa es el tipo de fotografías o ilustraciones que se utilizan para acompañar una noticia, en el caso de los periódicos analizados de manera objetiva, se encontraron los siguientes resultados:

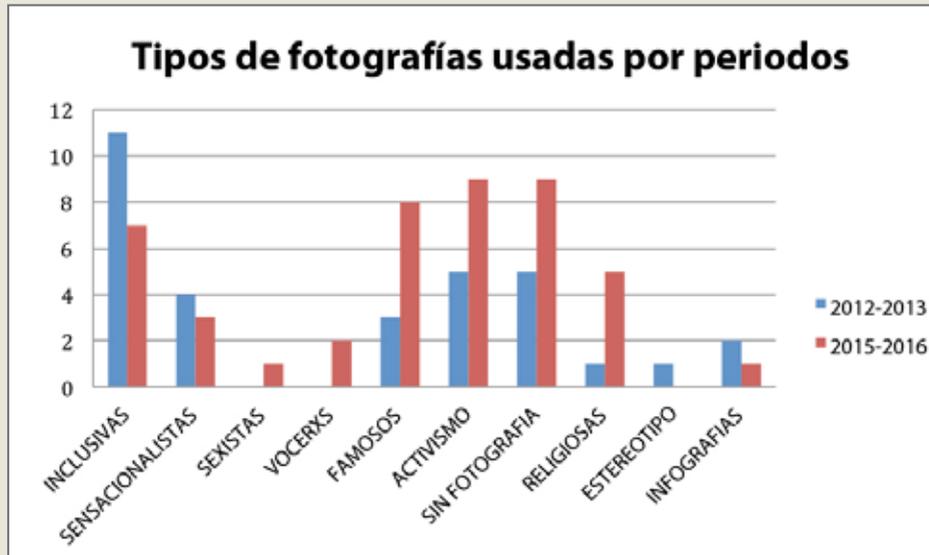


Gráfico 9. Tipos de fotografías usadas por periodos. Fuente: Sendas, 2017

El 24% de imágenes utilizadas en la prensa ecuatoriana tiene un corte inclusivo, esto implica el reconocimiento de la población de la diversidad sexual desde su cotidianidad y sin estereotipos, se ve así parejas homosexuales de la mano o besándose, familias homoparentales, transfemeninas en su trabajo o como reinas de belleza, etc. Sin embargo es importante reconocer que para el segundo periodo hay disminución significativa del uso de este tipo de fotografías, lo cual es remplazado por fotografías de activismo, de personalidades famosas o, existen notas sin fotografía.

En esta línea, un 18% de notas de prensa no tienen fotografías, y si bien para el segundo periodo hay una mayor número de noticia, estas en su mayoría aparecen sin imagen alguna. Esto es un elemento clave a considerar, pues al momento de provocar a la lectura y de llegar al público meta de manera positiva, juega un rol importante la imagen que acompaña a la noticia.

Al haber un importante incremento de noticias, entre el primero y segundo periodo, sobre el activismo LGBTI resulta obvio que se muestre un 18% de imágenes vinculadas a marchas, eventos públicos, banderas de la diversidad, sin embargo solo se tiene un 3% de imágenes de voceros de las organizaciones LGBTI posicionando el tema, lo cual se puede interpretar como un ejercicio de protección por parte de quienes defienden derechos o como la resistencia a ser sujetos públicos y por tanto víctimas de mayor discriminación en espacios laborales, familiares o educativos.

Es evidente que los personajes famosos, tanto a nivel nacional como internacional, tienen un rol crucial en la temática LGBTI; así el 14% de fotografías usadas en estas noticias son ilustradas con estos personajes, quienes en la mayoría de las ocasiones son voceros a favor de los derechos LGBTI o son miembros de la comunidad LGBTI y hacen vocería por sus derechos.

Es importante reconocer que el 9% de imágenes son aún sensacionalistas y que apenas un 1% tienen un tinte sexista y estereotipado.

Manejo de Titulares

Otro elemento a considerar en el tratamiento de noticias respecto a la temática LGBTI es el manejo que tienen los titulares de las noticias, así estos se clasifican en:

- **Simple:** cuando solo está presente el título
- **Con Subtítulo:** cuando luego del título hay un subtítulo que refuerza la idea
- **Con sobretítulo:** cuando antes del título hay un sobretítulo que introduce la idea
- **Completo:** cuando el título está acompañado de sobretítulo, subtítulo y una lid, que resume la noticia con una idea clave.

El siguiente gráfico muestra cómo se utilizan los titulares de las noticias analizadas:

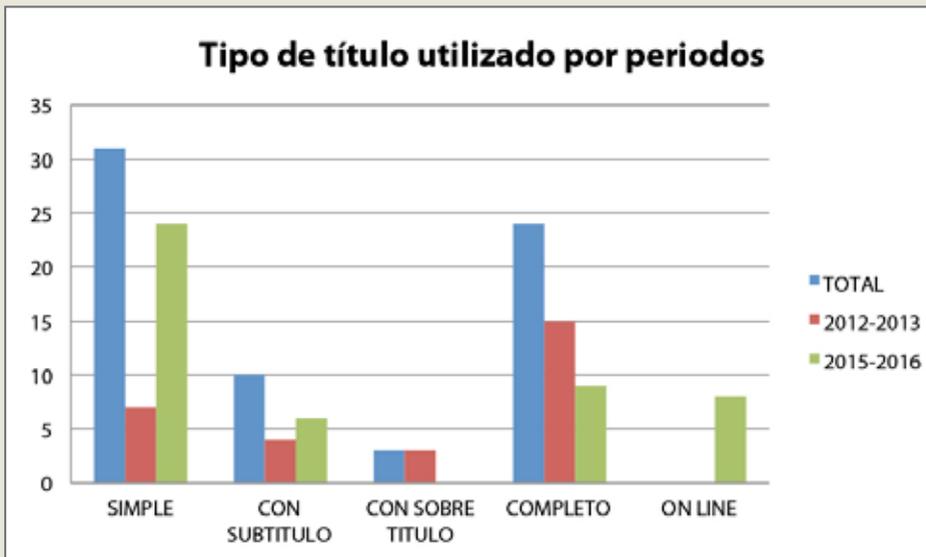


Gráfico 10. Tipo de título utilizado por periodos. Fuente: Sendas, 2017

Como se puede ver en el gráfico, un 46% de noticias tienen un titular simple, este tipo de títulos no son generalmente atractivos visualmente, ni atraen al público hacia la noticia; si a esto se suma que no hay imagen, como pasa en un 18% de las noticias, esta tiene pocas posibilidades de ser leída.

Sin embargo, es interesante reconocer que un 36% de noticias tienen titulares completos, y están acompañadas de fotografías incluyentes o infografías, la mayoría de este tipo de noticias se las encuentra en los Diarios El Telégrafo y El Extra, que tienen un estilo gráfico muy llamativo, con notas amplias y detallan el evento, tiene información de varias fuentes, lo que hace de estas noticias atractivas y exitosas en materia de consumo de las masas.

5.6 APOORTE A LA CONSTRUCCIÓN DE PERCEPCIONES SOBRE LA POBLACIÓN LGBTI

En el marco conceptual de la presente investigación, se plantea con claridad que los medios de comunicación tienen un rol crucial en la elaboración y definición de imaginarios y percepciones sobre la realidad social. Lo que los medios dicen o dejan de decir, respecto a una situación determinada o sobre una o un grupo de personas,

se convierte rápidamente en lo que la población en general considera como una verdad irrefutable.

Desde esta entrada, los medios de comunicación cumplen un papel determinante en la construcción de percepciones sobre la población LGBTI, y son quienes aportan significativamente a que este grupo poblacional sea reconocido como sujeto de derechos o como ciudadanos de segunda categoría.

Desde un análisis de contenido de las noticias revisadas en los periódicos del país, se evidencia que estas aportan a la construcción de algunas percepciones sobre la población LGBTI, las mismas que se recogen a continuación en el gráfico:



Gráfico 11. Percepciones que generan las noticias Fuente: Sendas, 2017

El 23% de las noticias publicadas muestran a la población LGBTI como sujetos de derechos, esto en relación a que evidencian los avances que en materia de derechos ha tenido la población LGBTI, así el tema del acceso a la unión de hecho, al cambio de género en la cédula, o al acceso al matrimonio igualitario en otros países del mundo. En la misma línea hay un importante aporte a evidenciar que la población LGBTI es activista de sus derechos y de expresiones culturales que aportan significativamente al bienestar colectivo, así lo muestran el 16 % de noticias.

Sin embargo alarma evidenciar que el 18% de noticias, los muestra como víctimas

de violencia y el 10% los hace ver como sujetos discriminados socialmente. El 6% de las noticias los muestra como personas sin derechos. Estos datos se inscriben en la realidad evidenciada en estudios como los Informe País sobre derechos humanos de la población LGBTI, o el Estudio de condiciones de vida de la población LGBTI realizado por el INEC en el 2013.

Un 17% de noticias aporta en la construcción de la población LGBTI como un fenómeno¹, es decir como sujetos que desconciertan al observador, rompen normas y estereotipos fijados por el sistema cultural con una marcada esencia patriarcal, del que somos parte. Por lo tanto, los hacen ver como sujetos fuera de lo normal. Esta percepción se evidencia en las noticias sensacionalistas y de farándula que son consumidas por un grupo importante de la población, especialmente jóvenes, a los cuales resulta fácil influenciar.

El punto anterior se contrapone frente al 7% de las noticias publicadas que posicionan a la población LGBTI como personas comunes, es decir como aquellos sujetos que son activos social, cultural y económicamente sin generar reacciones de desconcierto o mostrarse diversos sexualmente.

Un 3% de las noticias los hacen ver como un mal social, estas noticias son aquellas que informan sobre la posición de la iglesia católica, quien frente al matrimonio igualitario ha dejado ver claramente su oposición, y el riesgo que esto tiene de acabar con la familia tradicional y el modelo social patriarcal.

Por tanto hay un importante porcentaje de noticias analizadas que lo que hacen es generar en algunos caso o reforzar en otros aquellas percepciones negativas que se construyen en relación a la población LGBTI, así, por ejemplo, cuando se hacen noticias sobre violencia y personas LGBTI, se las ubica como población en condiciones de riesgo, o vinculadas con drogas, trabajo sexual, relaciones afectivas controversiales, o estar o participar de actividades consideradas como inmorales.

¹. Usualmente se usa el término *fenómeno* para referirse a un acontecimiento extraordinario. El término se usa más comúnmente para referirse a los sucesos que en un principio desafían la explicación o desconciertan al observador, eventos adversos o inusuales, así como personas o hechos de especial importancia. Dictionary of Visual Discourse: A Dialectical Lexicon of Terms. 2011. ISBN 978-1409401889.

6. CONCLUSIONES

6.1 VISIBILIDAD DE LA TEMÁTICA

- Se encontró un incremento del 40.6% de cobertura de la temática LGBTI en los periódicos analizado, entre un periodo a otro (2012-2013/2015-2016), lo cual evidencia que la temática va cobrando mayor importancia en medios de comunicación, pero también como elemento de información y consumo de masas.
- Uno de los elementos coyunturales que provoca que exista mayor cobertura en el tema, es el realce e importancia pública y política que cobra el mes del orgullo, no solo porque cada vez hay mayor información sobre el desfile y eventos de activismo cultural, sino porque es un mes en donde las organizaciones LGBTI y de derechos humanos hacen pública la situación de vida de la población LGBTI, a través de investigaciones, entrega de informes sombra, control social a decisores nacionales y locales, incidencia política, etc.
- El 30% de noticias habla sobre población gay y el 22% sobre población transfemenina, frente al 5% que habla de población lesbiana, 1.2% de población intesexual y 0% de población bisexual. Por lo tanto, persiste el desconocimiento de la diversidad sexual en todas sus expresiones, lo que lleva inclusive a un ejercicio de invisibilización de lo femenino, dentro de este grupo.

6.2 ANALISIS DE TIPO DE LENGUAJE

- Las noticias referentes al abordaje de la temática LGBTI en el país utilizan mayoritariamente un lenguaje de tipo noticioso-informativo, incluso antes y después de la Ley de Comunicación.
- Se hace evidente la significativa disminución del lenguaje sensacionalista que utilizaba Diario El Extra entre un periodo y otro, para el abordaje de temas LGBTI, lo cual se debe registrar como un ejercicio positivo en un medio que es reconocido como el más amarillista y de crónica roja del país. Las razones de este nuevo abordaje deberían ser analizadas con mayor detenimiento, para considerarlo como una buena práctica a replicar en otros medios de comunicación.
- Si bien hay una disminución en el lenguaje sensacionalista, hay un incremento

en el uso del lenguaje discriminatorio. En concreto, en las noticias que tienen un corte religioso se deja ver a la población LGBTI como un elemento negativo para la sociedad, lo cual provoca una percepción negativa sobre la diversidad sexual. En este punto es necesario llamar a la cautela, pues facilitar este tipo de información en medios de comunicación, sin un previo y profundo análisis, puede provocar que ciertos sectores de la población vean reforzadas sus posiciones ideológicas y religiosas y las ratifiquen como únicas y correctas; sin reflexionar sobre el ejercicio discriminatorio que cometen o sobre el refuerzo de prejuicios negativos.

- Las noticias con un lenguaje sensacionalista centran su atención en la población transfemenina lo cual aporta a construir una percepción negativa sobre esta población. La idea de que son sujetos complejos, fuera de la norma, míticos y llenos de secretos, no aporta a reconocerlos como seres humanos en todas sus dimensiones y por tanto como sujetos de derechos.
- Entre un periodo y otro se evidencia un incremento en el tipo de noticias publicadas. En el segundo periodo se encontraron noticias que abordaban temas científicos y de salud, así como temas legales y de denuncia o el abordaje en editoriales, lo que en el primer periodo analizado no existe. Se concluye entonces que los temas LGBTI, con el paso del tiempo y en relación al activismo en incremento, van tomando otras dimensiones e intereses públicos, y que los medios de comunicación no pueden dejar pasar.
- Pese a que hay un importante incremento en el tipo de noticias sobre activismo, se evidencia que estas no guardan relación con la promoción de derechos de las personas LGBTI y se limitan a informar de las actividades que se hacen en torno a la marcha del Orgullo.
- Un elemento más a analizar en este ítem es que la mayoría de noticias sobre temas LGBTI han sido publicadas en los dos periodos por diario El Telégrafo, quien tiene por principal informante a Dianne Rodríguez, representante de la Federación LGBTI del Ecuador, afiliada a Alianza País (partido de gobierno) y candidata a Asambleísta en los periodos de análisis de la prensa, por tanto no se puede asegurar un ejercicio sin intención política por parte de este medio en la cobertura y atención al tema LGBTI.

6.3 UBICACIÓN Y MANEJO GRÁFICO

- Respecto al tratamiento de las noticias en la prensa, se evidencia que entre un periodo y otro hay una disminución del 42% de noticias publicadas en el primer segmento de los periódicos, frente a un incremento cercano al 50% de noticias

publicadas en el segmento C, en el segundo periodo. Así también se evidencia un incremento del 30% en segmentos de cultura/farándula. Ello guarda relación con el incremento de cobertura en noticias sobre activismo, cultura y farándula, lo que lleva a concluir que no siempre más, significa mejor en el tema de comunicación; pues las noticias sobre temas LGBTI continúan teniendo un tratamiento secundario en la prensa escrita y de poca relevancia política y social.

- Se pueden encontrar una importante cobertura de noticias internacionales en temas LGBTI, lo cual evidencia que hay un mayor realce a lo que pasa en materia de derechos y política LGBTI en otros países que en nuestro propio país. Además parecería que las noticias de personas transfemeninas vinculadas a la farándula tienen más importancia que aquella de corte científico o de salud respecto a la población LGBTI.
- Un 24% de fotografías utilizadas en notas de prensa tienen un enfoque inclusivo, muestran a personas de la diversidad en su cotidianidad social, familiar, laboral y afectiva, así como un 18% muestran el activismo de la comunidad LGBTI. Lo cual aporta a mejorar la percepción de la población LGBTI y promueve su reconocimiento como ciudadanos activos y participativos en el ejercicio de derechos. Sin embargo un 18% de noticias no tienen ninguna foto, lo cual podría significar que se da poca importancia a la nota en un medio de prensa escrito.
- Respecto a los titulares, un 46% de los mismos son simples, y no tienen nada que llame la atención al público, salvo aquellos sensacionalistas que no cumplen un rol positivo. Esto ratifica que falta mucho por hacer a que la prensa mejore el tratamiento y manejo gráfico de las noticias en temas LGBTI.
- La mayoría de noticias con un título completo se las encuentra en los diarios El Telégrafo y el Extra, que además tienen un estilo gráfico muy llamativo, con notas amplias y detallan el evento, tiene información de varias fuentes, lo que hace de estas noticias atractivas y exitosas en materia de consumo de las masas. Práctica que se debe reconocer y felicitar.

6.4 APORTE A LA CONSTRUCCIÓN DE PERCEPCIONES SOBRE LA POBLACIÓN LGBTI

- Respecto a las percepciones que sobre la población LGBTI provocan las noticias analizadas en el público, se encontró que el 23% las muestra como sujetos de derechos, el 18% como víctimas de violencia, el 17% como un fenómeno, el 16% como activistas, el 10% como personas discriminadas, el 7% como personas comunes, el 6% como personas sin derechos y el 3% como un mal social.

- La percepción de que las personas LGBTI son sujetos de derechos se debe básicamente a que en las noticias tratan los avances que en materia de derechos tiene la población LGBTI así como su activismo público, sin embargo esta percepción no necesariamente es positiva. Se corre el riesgo de posicionar en lo público que hay igualdad de derechos cuando esto no es real. En Ecuador la población LGBTI no tiene derecho al matrimonio, a la adopción, a la filiación familiar, entre otros temas civiles importantes, de igual manera pasa en otros campos de los derechos humanos.
- Hay un importante porcentaje de noticias que provoca que la población LGBTI continúe siendo vista como un fenómeno, especialmente la población Trans, lo cual se debe trabajar con urgencia. Esta percepción da cabida a la discriminación y prejuicios, así como a justificar acciones y violencia homofóbica, provoca mayor desconocimiento e ignorancia frente a la diversidad sexual.
- La transmisión de boletines de prensa que vienen del Vaticano y de otras iglesias, tal y como se emiten, provocan que la población LGBTI sea vista como un mal social, y que su lucha por la igualdad de derechos sea percibido de igual manera, sobre todo frente al tema del matrimonio igualitario, se genera la idea errónea de que la familia tradicional está en riesgo, de que es una aberración, y de que las personas LGBTI no pueden ni deben tener hijos pues sería una perversión. Lo cual repercute en la posibilidad de demandar y ejercer derechos por parte de la población LGBTI, y nuevamente se refuerzan justificativos para que sea discriminada.
- El riesgo de que estas percepciones negativas sobre la población LGBTI continúen transmitiéndose en la prensa, es que refuerza estereotipos y prejuicios existentes sobre la población LGBTI, generando estigma, discriminación y odio. La población LGBTIfóbica ve respaldado su criterio en noticias que se prestan a ser interpretadas a su favor y es algo sobre lo que se debe hacer control social.

6.5 APORTES DE LA LEY DE COMUNICACIÓN AL ABORDAJE DE TEMAS LGBTI

Lo analizado en los diferentes puntos permite plantear que la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación, ha incidido en el abordaje de la temática LGBTI en la siguiente forma:

- No se evidencia que en el uso de lenguaje o tipo de noticia o manejo gráfico, haya un marcado antes y después de la Ley de Comunicación, cuando se analizan noticias relacionadas con la temática LGBTI.

- La Ley prohíbe el uso de lenguaje discriminatorio, lo cual no está presente de manera explícita en ninguna noticia analizada, ni antes ni después de la Ley, lo que no contempla la Ley es que lo expresado sin utilizar lenguaje discriminatorio puede construir percepciones negativas y discriminatorias sobre la población LGBTI, y esto es evidente sobre todo en las noticias de tipo religioso, como se analiza en el punto 5.3
- La Ley prohíbe el uso de lenguaje, contenidos o publicidad sexista en horarios familiares, lo cual ha servido de mucho para la televisión y radio, pero para la prensa no hay nada explícito al respecto. La Ley en esta materia debe ser muy clara, no puede prestarse a interpretación o tener vacíos legales.
- Se han presentado varias denuncias a programas televisivos y radiales, así como a noticieros, en donde se promueve la discriminación y el odio a la población LGBTI con resultados efectivos. por ejemplo se prohibió la transmisión del programa de producción nacional “La Pareja Feliz”, con dos argumentos contundentes: 1) Naturalizaba la violencia intrafamiliar, 2) Promovía la burla y la discriminación a la población de la diversidad sexual. Otro caso emblemático es del Pastor Zabala, evangélico candidato a la Asamblea, que en un medio televisivo dio un discurso de odio y discriminación contra la población LGBTI, lo que trajo dos resultados positivos: 1) Se le retiró la candidatura al Pastor Zabala por parte del Concejo Nacional Electoral, 2) El medio de comunicación que pasó la entrevista fue sancionado por no censurar los comentarios de Zabala.
- Sin embargo no se conoce ningún caso en donde un medio de comunicación escrito haya sido sancionado por la autoridad competente, que en este caso es la SUPERCOM, por utilizar un lenguaje o imágenes con tinte discriminatorio o de odio a la población LGBTI.

7. RECOMENDACIONES GENERALES

Las siguientes recomendaciones surgen de los resultados de la investigación, pero sobre todo son un compendio de recomendaciones y buenas prácticas encontradas en otras investigaciones que se han hecho al respecto y que tienen total valía, dirigidas a medios de comunicación en general y que deben aplicarse desde una voluntad política de los medios por mejorar la percepción que la población tiene respecto a las personas de la diversidad sexual:

- Resulta imprescindible difundir los resultados del estudio entre los medios de prensa escrita, docentes y estudiantes de comunicación social y periodismo, así como entre organizaciones y agrupaciones LGBTI; de tal manera que haya una sensibilización sobre la problemática de la investigación y sus resultados; pero sobre todo para que se ubiquen las potencialidades y debilidades existentes en el manejo y se promueva un mejor y mayor abordaje.
- A partir de los resultados y hallazgos se recomienda promover un taller informativo y educativo con periodistas de prensa escrita del país, así como un intercambio de experiencia entre los medios con buenas prácticas o que han cambiado positivamente sus prácticas periodísticas, con aquellos que desean hacer lo mismo.
- Considerar lo que establece el Convenio contra toda forma de discriminación y odio, la Constitución y la Ley de Comunicación, para la elaboración y difusión de noticias en torno a la población LGBTI.
- Contar con un manual de estilo que consideren el enfoque de género y un lenguaje inclusivo, hacia el mejor abordaje y posicionamiento de noticias en temas LGBTI.
- Contar con un marco ético institucional que asegure coherencia con una práctica humana y de derechos, que incluya el abordaje de temas LGBTI, y no solo se centre en temas socialmente aceptados como correctos o de consumo.
- Sensibilizar a todos la planta de personal en temas de género y diversidad sexogenérica, hacia el mejor abordaje y tratamiento de noticias respecto a este grupo poblacional, con la intención de que el público también se sensibilice y se eliminen discursos discriminadores.

- Cuestionar estereotipos: dejar de relacionar lo trans con el trabajo sexual, lo lésbico con mujeres masculinas, lo LGBTI solo con población gay, o no reconocer las otras diversidades sexo-genéricas.
- Reconocer los aspectos culturales, sociales y políticos tras las historias personales: abordar el contexto y no solo ubicar los aspectos que naturalizan estereotipos, o que general percepciones negativas hacia la población LGBTI.
- Reconocer y cuestionar prácticas discriminadoras emitidas por instituciones o personajes reconocidos públicamente: los discursos discriminadores o de odio, burlas, mensajes sarcásticos se deben cuestionar y no replicar como chiste o como nota curiosa.
- Considerar los comentarios discriminadores como tales y no repetirlos: evaluar constantemente los contenidos emitidos, y a quienes lo hacen, aunque estos vengan de la iglesia, o de otras instituciones reconocidas.
- Consultar con los colectivos involucrados y los movimientos anti discriminación la elaboración de noticias, investigaciones, o cobertura de temas coyunturales.
- Uso de términos correctos: no se debe hablar de la diversidad sexual con términos ofensivos o únicos.
- Referirnos a la población transexual con el sexo y nombre con que se sienten identificadas.
- No es aceptable poner comillas alrededor del nombre o pronombre de una persona transexual o usar «alias», esto genera una imagen negativa y por tanto una percepción negativa.
- Hacer más periodismo científico e investigativo en temas LGBTI, que permita a la población mejorar sus niveles de conocimiento hacia población intersex, transexual, o bisexual, y dejar de mostrarlos como personas con trastornos o fenómenos.
- Aprovechar estadísticas e investigaciones académicas que son poco difundidas y poder facilitar información actualizada.
- Dar más cobertura a hechos reales y cotidianos que a posiciones personales, fundamentalistas y/o religiosas.
- Hablar desde un marco normativo y de derechos al momento de abordar noticias en temas controversiales: matrimonio igualitario, identidad sexo-genérica en la cédula, derechos patrimoniales, atención en salud, acceso a educación, etc.

8. BIBLIOGRAFÍA

Area Querr (2007). Medios de Comunicación y Discriminación: Desigualdad de Clase y Diferencias de Identidades y Expresiones de Géneros y Orientaciones Sexuales en los Medios de Comunicación. Universidad de Buenos Aires Facultad de Filosofía y Letras Secretaría de Extensión y Bienestar Estudiantil

Asamblea Nacional (2013). Ley Orgánica de Comunicación. www.registroficial.gob.ec

Declaración de Valencia sobre los Derechos Sexuales. 29 de junio de 1997. Recuperado de: http://jovenes.alcoholinformate.org.mx/article.cfm?fecha_calendario=%7Bts%20%272017-05-31%2003:47:55%27%7D&lapso=anio&mover=adelante&articleID=1255

FELGBTI (2010). Guía para el tratamiento informativo de las noticias relacionadas con la transexualidad. España

GLADD (2010). Guía Para los Medios - De la Alianza Gay y Lésbica Contra la Difamación para el uso de los medios en español. www.gladd.org

Lasso, M. (2011) Estudio del tratamiento periodístico que hacen los medios de prensa escrita sobre la población LGBTI: caso Trans, para la elaboración de una guía de tratamientos. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UDLA

Mapelli, G. (2008). El Lenguaje de la Prensa. Lingua Spagnola II. Recuperado de: http://www00.unibg.it/dati/corsi/3021/23533-LENGUAJE%20PERIOD%CDSTICO_07-08_dispensa%201.pdf

Monsalve, S. (2017). Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos de la población LGBTI en Ecuador. Cuenca: Sendas, Hivos.

Rodriguez, M. (2013). Interrogar la desigualdad: Imágenes de los grupos subalternos en los medios de comunicación argentinos contemporáneos. 149RUNA XXXIV (2), pp 149-162.

Ruiz, N (2011). Significaciones imaginarias sociales sobre la homosexualidad en la prensa escrita de Venezuela. Revista Psicoperspectivas: individuo y sociedad. VOL. 10, N° 2, 2011 pp. 202-223

<http://semioticadelaimagen91.blogspot.com/2012/02/semiotica-del-periodico.html>

https://es.slideshare.net/alarife/lenguaje-periodistico?next_slideshow=1

9. ANEXOS

9.1 TABLA-MATRIZ DE ANÁLISIS

Matriz 1: Análisis de prensa según sección, identidad abordada e imagen utilizada

Periodico	Fecha	Titulo	Seccion y pagina	Identidad (L,G,B,T o I)	Imagen ²

^{2.} *Hacer una breve descripción de la imagen que usan, incluir comentarios cuando son imágenes denigrantes, sexistas discriminatoria, sensacionalistas.*

Matriz 2: Análisis de prensa según lenguaje y enfoque de abordaje.

Periodico	Fecha	Titulo	Lenguaje ³	Enfoque de abordaje ⁴

^{3.} *Sensacionalista, sexista, discriminatorio, moralista-religioso, noticioso- objetivo, informativo, otros.*

^{4.} *Derechos, moralista, religioso, género, cultural, farándula, salud, político, legal, criminalista, deportes, activismo, otros.*

9.2 BATERÍA DE PERCEPCIONES

En el grupo focal de análisis de percepciones se pidió a los participantes que hagan un listado, mediante lluvia de ideas, sobre las percepciones que tienen respecto a la población LGBTI. El resultado de este ejercicio fue el siguiente:

- Sujetos de derechos
- Activistas
- Afeminados
- Fenómenos
- Víctimas de violencia
- Depravados/pervertidos
- Mal social
- Personas sin derechos
- Personas comunes
- Discriminados
- Trabajadores sexuales
- Enfermos
- Delincuentes

Como se ve en los resultados no todas las percepciones fueron identificadas en las notas de prensa.

