

Cristian Alejandro Morales-Rubín

cristian.morales2533@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
(Latacunga – Ecuador)

ORCID: 0000-0002-7395-1961

Deisy Fernanda-Gualotuña

deisy.gualotuna0974@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
(Latacunga – Ecuador)

ORCID: 0000-0002-5038-1783

Lourdes Y. Cabrera-Martínez

lourdes.cabrera@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
(Latacunga – Ecuador)

ORCID: 0000-0003-0215-1083

Ricardo-Francisco Ureña-López

ricardo.urena@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
(Latacunga – Ecuador)

ORCID: 0000-0001-5525-5981

**MODOS DE PRODUCCIÓN Y
RECEPCIÓN DEL DISCURSO
PERIODÍSTICO DIGITAL SOBRE
LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN
ECUADOR**

*MODES OF PRODUCTION AND
RECEPTION OF DIGITAL
JOURNALISTIC DISCOURSE ON
THE LGBTIQ + COMMUNITY IN
ECUADOR*

DOI:

<https://doi.org/10.37135/kai.03.08.05>

Recibido: 16/08/21

Aceptado: 15/11/21

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar las características de los contenidos periodísticos del diario El Comercio sobre la comunidad LGBTIQ+ y sus procesos de recepción. Se siguió un enfoque multi-método: en lo cuantitativo se aplicó el análisis de contenido y para lo cualitativo se aplicaron entrevistas semiestructuradas a integrantes del Colectivo Círculo Transgénero Crisalys. Entre los resultados más relevantes se encontró el predominio de temas generales sobre la comunidad LGBTIQ+ y sin un manejo diferenciado desde las diversidades sexuales. Entre las conclusiones se plantea que, pese a los cambios percibidos en el tratamiento informativo, es necesario una aproximación periodística que otorgue centralidad a las historias de vida desde sus distintas particularidades.

Palabras clave: género, LGBTIQ+, percepciones, prensa digital, recepción.

Abstract

This article aims to analyze the characteristics of the journalistic content of the newspaper El Comercio on the LGBTIQ+ community and its reception processes. A multi-method approach was followed: content analysis was applied quantitatively, and semi-structured interviews were applied to the Crisalys Transgender Circle Collective members. Among the most relevant results was the predominance of general issues about the LGBTIQ+ community and without differentiated management from sexual diversities. Among the conclusions, it is suggested that a journalistic approach that centralizes life stories from their different peculiarities is necessary despite the perceived changes in the news treatment.

Key words: gender, LGBTIQ +, perceptions, digital press, reception

MODOS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DIGITAL SOBRE LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN ECUADOR

*MODES OF PRODUCTION
AND RECEPTION OF DIGITAL
JOURNALISTIC DISCOURSE
ON THE
LGBTIQ + COMMUNITY IN
ECUADOR*

Introducción

La comunidad LGBTIQ+ ha sido históricamente vulnerada, discriminada y violentada por su orientación sexual e identidad de género. En Ecuador, pese a los avances logrados en materia legal y conceptual sobre la diversidad sexual, todavía persisten formas de discriminación y violencia, frente a lo cual es fundamental el rol de los medios de comunicación. Aquello encuentra su explicación en un modelo heteronormativo socialmente legitimado y afianzado, que consecuentemente trae formas hegemónicas de razonamiento que privilegian como único modelo válido a la heterosexualidad (Vásquez y Carrasco, 2017; Wences-Acevedo, 2016).

El mayor o menor nivel de homofobia, misoginia, machismo y discriminación que caracteriza a la sociedad da como resultado la desigualdad por razones de orientación sexual e identidad de género, en este marco, las personas de la comunidad LGBTIQ+ organizan sus propias prácticas, habilidades y costumbres bajo las lógicas impuestas por la heteronormatividad, modos de razonamiento que tienen una estrecha relación con el discurso de los medios de comunicación (Herrero y Jiménez como se citó en Ventura, 2016).

Esta visión ha tenido incidencia en los medios de comunicación y ha favorecido discursos sensacionalistas sobre la comunidad LGBTIQ+, de este modo se facilitan acciones de exclusión y rechazo. Frente a eso, varios estudios (Carratalá y Herrero, 2019; Aznar, 2018) coinciden en afirmar que la prensa necesita ser usada como un medio de educación social. Los periodistas requieren prepararse para el abordaje de grupos sociales que son vulnerados, en este caso por su identidad u orientación sexual.

A esto añaden que es vital construir contenidos informativos dirigidos a desafiar y superar las diversas formas de discriminación, de esa manera se aporta a la defensa de los derechos humanos de la comunidad LGBTIQ+. En este sentido, el estilo en el que se presenta la información por parte de los medios de comunicación es clave para promover estrategias de sensibilización. Al respecto, en un análisis realizado en España sobre el tratamiento del colectivo LGBTIQ+ en dos medios nacionales se determinó que:

La Razón emplea un lenguaje discriminatorio basado en prejuicios, estereotipos y ataques a las personas LGTBI. Donde más se demuestra es en aquellos géneros periodísticos sujetos más a la interpretación que a la información, es decir, en artículos de opinión; en titulares, entradillas, preguntas de entrevistas [...] Esta forma de informar hace un flaco favor al avance en la igualdad y en la inclusión del colectivo LGTBI. Por el contrario, *El País* utiliza un lenguaje correcto y adecuado, ya que no se basa en estereotipos y tópicos distorsionados (Aznar, 2018, p 76).

La exposición de temas que abarcan la orientación sexual y la identidad de género necesitan tener

un enfoque basado en la promoción de la igualdad social, con ello se aportaría a la construcción de una sociedad basada en el reconocimiento y defensa de los derechos humanos de la comunidad LGBTIQ+. Para lograrlo, la producción informativa requiere ser manejada desde una perspectiva que le permita al público reflexionar sobre los prejuicios y los problemas que estos conllevan: discursos de odio y discriminación por orientación sexual e identidad de género.

En esa misma línea, en la revisión de antecedentes se detectó que los intereses de investigación han girado en torno a la incidencia de los medios de comunicación en la construcción de estereotipos y que un factor determinante ha sido el desconocimiento, el cual es fortalecido por una imagen sesgada por parte de los medios masivos (García, 2018; Baroffio, 2009). En otro estudio se determinó que para el análisis de este tema hay tres actores fundamentales: movimientos sociales, públicos y medios de comunicación y que estos son claves porque permiten comprender qué dinámicas se producen en el proceso de construcción y difusión del discurso periodístico (Núñez, 2017).

Precisamente, sobre los movimientos sociales, otra investigación (Idrovo et al., 2018) realizada en Ecuador analizó el nivel de ampliación de la cobertura sobre la comunidad LGBTIQ+ en el diario *El Mercurio* de Cuenca, la cual logró determinar un incremento de la producción informativa sobre la temática en mención y se asoció a una mayor presencia de los movimientos sociales, quienes han generado acciones en favor del reconocimiento y respeto de los derechos humanos. En otro trabajo se centraron en el análisis del tratamiento informativo sobre la comunidad LGBTIQ+ en los diarios *El Telégrafo* y *El Universo*, para determinar cómo son representados en función de la línea editorial del medio de comunicación y el nivel de conocimiento de los periodistas sobre términos particulares, de tal manera que se pueda garantizar una adecuada construcción de información (Nazareno, 2014).

Procesos de recepción en colectivos LGBTIQ+

La audiencia ha evolucionado en cuanto a la recepción de información que emiten los medios de comunicación, es decir, el público ahora construye una relación con los productos comunicacionales que se consumen mediante procesos de interacción y opinión (López, 2020). Para ser precisos, uno de los puntos claves de la recepción es reconocer la capacidad de la audiencia para actuar y percibir los mensajes de los medios y, de esta forma, es posible comprender las diversas interacciones de los sujetos sociales. En este marco, la comunidad LGBTIQ+ necesita considerar la influencia de los medios de comunicación en términos de recepción.

De esta manera, se puede observar cómo intervienen en la formación de la identidad e incluso en las actitudes de la sociedad hacia la diversidad de género, miradas que al venir estigmatizadas son un obstáculo para la igualdad (Ventura, 2016). Es por lo que los estudios de recepción son necesarios

para la comprensión de las dinámicas que envuelven al discurso periodístico.

El análisis de recepción hace énfasis en descifrar los mensajes es decir cómo el sujeto recibe un mensaje, señal o emoción, cuál es el medio y los distintos enfoques en el espacio que se desarrolla la interpretación, el análisis de recepción ocupa aspectos determinados y contribuye con elementos que determinan la valoración de qué cualidad puede tener el individuo (Aguirre, 2017, p. 22).

En este mismo sentido, otros estudios (López, 2020; Tapia, 2020) coinciden en que los procesos de recepción de los contenidos de los medios de comunicación están determinados por el tipo de información otorgada, la cual puede favorecer o limitar, en distintos grados, una visión distinta a la heteronormativa. Además, en el ámbito de los estudios de recepción están los aportes de Barbero, para quien no es posible referirse solamente al poder de los medios, sino a cómo las personas, en su calidad de receptores activos, les dan poder a los medios conforme a sus recursos culturales, sociales y tecnológicos, entre otros (Alcocer, 2014).

Heteronormatividad y medios digitales

¿Qué implica la heteronormatividad? Wences-Acevedo (2016) explica que se fundamenta en la primacía de la heterosexualidad como la única expresión válida de sexualidad. A esto agrega que esta mirada restrictiva “sin contemplar la existencia de la diversidad significa por sí mismo discriminación a sujetos no heterosexuales” (Wences-Acevedo, 2016, p. 196). Al referirse a la naturaleza heteronormativa del discurso mediático, los métodos académicos más extensos se centran en la visibilidad y representación de las identidades LGBTIQ+ (Heller, 2011 como se citó en Ventura, 2016). Es decir, las personas cuya orientación sexual es lesbiana, gay, bisexual y asexual, han sido vistos y representados en los medios de comunicación bajo la óptica de la heteronormatividad. Los medios de comunicación han dado mayor prioridad a la visibilización de la comunidad LGBTIQ+; sin embargo, no ha sido suficiente porque en varias ocasiones los contenidos no logran romper con discursos estigmatizantes. Al respecto, Ventura (2016) indica que:

Las relaciones homosexuales han logrado una cobertura relativamente digna en los medios de comunicación social, hecho que también afecta a los contenidos informativos. Sin embargo, Carratalá detecta que esta representación continúa sufriendo un tratamiento estigmatizador en determinados discursos periodísticos al emplear el eufemismo como recurso para aludir a las parejas formadas por dos hombres o dos mujeres (p. 937).

Asimismo, para las personas que no están de acuerdo con la hipótesis de la heteronormatividad, la posibilidad de empoderamiento ha producido expresiones alternativas de interacción. Aunque actualmente requieren adaptarse a una plataforma tecnológica, que aún no se ha manifestado de manera efectiva para la población LGBTIQ+, puesto que, todavía intentan crear un espacio de discusión hacia la diversificación de las orientaciones sexuales (Abreu, 2014). De modo que, la exclusión social por género y preferencias sexuales sigue vigente en los medios de comunicación.

Algunos estudios (Ventura, 2016; Abreu, 2014) concuerdan en que los medios tradicionales no abordan contenidos que describan las dinámicas cotidianas de las personas LGBTIQ+, por ello es necesario recurrir al uso del internet, que, a través de plataformas digitales y redes sociales posibilitan la promoción de discursos a favor de la igualdad. En este sentido, el desarrollo de medios en plataformas digitales puede contribuir a la constitución de un nuevo modelo de subjetividad y brindar oportunidades para contar historias, crear visibilidad y dar a conocer hechos y valores que ayuden a promover su desarrollo social.

Respecto a los medios en lo digital hay un amplio debate sobre su definición, el cual está condicionado por su origen. En esta investigación se trabaja con un medio tradicional que ha migrado a plataformas digitales y entre las múltiples definiciones está la de Cabrera (2013) quien se refiere a los medios que tienen una condición digital como *cibermedios*; otros autores (Sanjuán Pérez et al., 2015 como se citó en Cabrera-Mendéz et al. 2019) en cambio, usan el término *medios nativos digitales*. En cualquier caso, los medios que usan las plataformas digitales tienen en común características tecnológicas que coadyuban a que el medio adquiera “ciertas dimensiones cualitativas claves para desarrollar, por ejemplo, el potencial interactivo” (Cabrera-Mendez et al., 2019, p. 1515).

En este contexto, el presente artículo expone el análisis de la producción informativa sobre la comunidad LGBTIQ+, para ello se examinan las publicaciones de la página web del diario *El Comercio*, un medio tradicional, que también tiene presencia en el ámbito digital; fue fundado en Quito, capital de Ecuador y está vigente desde el 1 de enero de 1906. El análisis también se hace desde la perspectiva de un colectivo LGBTIQ+ y, en este caso, se indagan los modos de recepción del Círculo Transgénero Crisalys, colectivo fundado en septiembre del 2003. Su activismo se caracteriza por defender los derechos de la comunidad LGBTIQ+ y da prioridad a la población transfemenina. El nombre Crisalys es homónimo de la Crisálida, que es la pupa que generan las orugas para convertirse en mariposas.

Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación *Centro Universitario de Análisis Mediático: observación y educomunicación en temas de derechos humanos, género e interculturalidad*, cuya finalidad es investigar el discurso de los medios de comunicación para determinar el grado de discriminación en la producción informativa y promover procesos educomunicacionales de carácter participativo.

La pregunta central que orienta esta investigación es: ¿qué características adoptan tanto los contenidos periodísticos digitales del diario *El Comercio*, como los procesos de recepción en la comunidad LGBTIQ+, específicamente en el Círculo Transgénero Crisalys en el contexto de la

pandemia? Con base en esta interrogante, el objetivo general es determinar las características de los contenidos periodísticos digitales del diario *El Comercio* y los procesos de recepción en la comunidad LGBTIQ+, desde la perspectiva del Círculo Transgénero Crisalys.

Mientras que los objetivos específicos son: a) examinar las particularidades del contenido periodístico digital del diario *El Comercio* en cuestiones referidas a temáticas, fuentes, titulares, imágenes y lenguaje, contribuyendo a la medición de la invisibilización, banalización y negativización, b) identificar la valoración del Círculo Transgénero Crisalys sobre la producción periodística del diario *El Comercio* en aspectos relacionados al manejo de temas, fuentes, titulares, imágenes y lenguaje; y, c) determinar los retos y acciones que plantea el Colectivo Transgénero Crisalys respecto a las formas de abordaje periodístico del diario *El Comercio*.

Es fundamental añadir que esta indagación aportará un contenido relevante a las ciencias sociales, específicamente al campo de la comunicación, porque además del análisis a la agenda mediática, se toma en cuenta la perspectiva de las personas que pertenecen a la comunidad LGBTIQ+. Hay que subrayar que se considera valiosa la doble mirada de este trabajo porque posibilita triangular fuentes y enfoques para comprender las particularidades del contenido periodístico, así como la forma y los significados que las audiencias asignan a esa producción informativa. Gómez (2003) lo plantea en los siguientes términos:

Entender la diversidad de escenarios permite a su vez entender la diversidad de mediaciones posibles en los procesos de recepción. Aquí es pertinente tener presente que la interacción con un medio además de otras cosas es un catalizador de identidades profundas y memorias individuales y colectivas que precisamente afloran detonadas por los referentes mediáticos (p. 9).

Estrategia metodológica

Para esta investigación se utilizó un diseño no experimental transversal de carácter correlacional mediante una estrategia multi-método, la cual implica la aplicación conjunta de dos o más fuentes y/o enfoques (Bryman, 2004; Cohen y Gómez Rojas, 2019) y, en este caso, se recurrió a los enfoques cualitativo y cuantitativo. Su uso permitió comprender la producción informativa sobre la comunidad LGBTIQ+, desde dos aproximaciones: a) recepción de una audiencia específica: Círculo Transgénero Crisalys, y, b) registro cuantitativo de la información publicada por diario *El Comercio*.

Para el enfoque cualitativo, mediante un muestreo intencional, se aplicó la técnica de entrevistas semiestructuradas a miembros del Círculo Transgénero Crisalys. Los criterios que se siguieron para seleccionar a los participantes fueron: a) integrantes del colectivo por al menos 5 años, b) personas del colectivo que accedan frecuentemente a las publicaciones del diario *El Comercio*, c)

disponibilidad de las personas para ser parte de esta investigación; y, d) representantes de la junta directiva del Círculo Transgénero Crisalys; el último parámetro no se aplicó a todos los invitados (tabla 1).

Tabla 1. Datos de los participantes en las entrevistas semiestructuradas

Nº	Código	Identidad de género u orientación sexual	Edad	Rol dentro del colectivo	Tiempo en el colectivo	Ciudad de origen
1	PMV01	Mujer transexual	49 años	Consejera principal de Protección de Derechos	5 años	Quito
2	ARB02	Gay	24 años	Miembro del colectivo	5 años	Quito
3	MNC03	Gay	25 años	Miembro del colectivo	6 años	Quito
4	CDH04	Gay	27 años	Miembro del colectivo	5 años	Mejía
5	ASP05	Gay	28 años	Miembro del colectivo	5 años	Tena
6	KYR06	Mujer transexual	46 años	Presidenta del colectivo	15 años	Quito
7	SHF07	Mujer transexual	43 años	Vicepresidenta del colectivo	9 años	Quito
8	VAF08	Lesbiana	29 años	Miembro del colectivo	5 años	Quito

Fuente: elaboración propia

Como instrumento se aplicó una guía de preguntas en función de las siguientes categorías: a) valoración del manejo de temas y fuentes, b) valoración de los titulares, imágenes y lenguaje, y, c) retos y acciones planteadas por el colectivo frente a la producción informativa (ver tabla 2). Una vez realizadas las entrevistas se procedió a la transcripción, codificación y análisis mediante un proceso inductivo.

Tabla 2. Matriz de articulación de objetivos y aspectos de la guía de preguntas

Objetivos	Aspectos indagados en las entrevistas a los integrantes del colectivo
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la valoración del Círculo Transgénero Crisalys sobre la producción periodística del diario <i>El Comercio</i> en aspectos relacionados al manejo de temas, fuentes, titulares, imágenes y lenguaje. Determinar los retos y acciones que plantea el Colectivo Transgénero Crisalys respecto a las formas de abordaje periodístico del diario <i>El Comercio</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Temáticas priorizadas Estereotipos Manejo de fuentes Tratamiento de titulares Empleo de imágenes Uso del lenguaje periodístico Frecuencia de publicaciones Cambios percibidos Rol del periodismo

Fuente: elaboración propia.

Para el enfoque cuantitativo se implementó la técnica del análisis de contenido a través de una matriz de análisis, con la finalidad de examinar la producción periodística relacionada con la comunidad LGBTIQ+ y publicada en la página web del diario *El Comercio*, el cual fue seleccionado porque es un medio tradicional vigente desde el 1 de enero de 1906 y tiene un alcance importante en la opinión pública nacional. El seguimiento se lo realizó durante el primer semestre del 2021 y, en total, se identificaron 53 producciones informativas que fueron clasificadas según el ámbito geográfico del hecho noticioso: nacional e internacional. El equipo consideró oportuno hacer esta segmentación por las posibilidades de contrastar qué eventos se destacan dentro y fuera de Ecuador.

En la matriz de análisis se usaron categorías de asunto o tópico: a) manejo de temas y fuentes; y, b) manejo de titulares, imágenes y lenguaje. Con respecto a las fuentes se tomó la clasificación que hace Ruiz y Albertini (2008): *oficiales*, aquellas que provienen de un ámbito institucional y de poder; *interesadas*, aquellas que están vinculadas con el suceso informativo; y, *especializadas*, aquellas que no están vinculadas directamente con el hecho y que brindan una perspectiva profesional. En el caso de titulares se los clasificó en sensacionalistas y equilibrados, para las diferenciaciones se siguieron los criterios de Peñarrieta et al (2014), quien identifica las siguientes características vinculadas al sensacionalismo: valoran/califican la información y usan signos de interrogación o admiración; mientras que un titular equilibrado es aquel que no se inclina a una de las partes, usa términos objetivos y no recurre a signos de interrogación y/o admiración.

Para el estudio de las imágenes se las segmentó en: 1) apropiadas: están en correspondencia con la narrativa periodística, 2) inapropiadas: imágenes que no tienen relación alguna con la narrativa periodísticas, y, 3) superficiales: tienen una relación indirecta con la narrativa periodística. Esta clasificación surgió del análisis y debate del equipo investigador en dos instancias: a) imágenes utilizadas por el medio de comunicación para presentar la información sobre la comunidad LGBTIQ+; y, b) entrevistas semiestructuradas, debido a que los participantes recurrieron frecuentemente a esos términos. Para el análisis del lenguaje se recurrió a la propuesta de Roman Jakobson, quien estableció en 1984 seis funciones del lenguaje (tabla 3).

Tabla 3. Caracterización de las funciones del lenguaje

N.º	Funciones	Definición
1	Denotativa o referencial	Orientada al contexto, se caracteriza por ser objetiva a través de oraciones declarativas
2	Expresiva o emotiva	Orientada al destinatario, apela al uso de interjecciones y recursos morfológicos como aumentativos, despectivos y diminutivos.
3	Conativa	Orientada al destinatario, en quien busca influir, recurre al uso del imperativo.
4	Poética	Centrada en el mensaje y su dimensión estética. Se busca una adecuada selección y combinación de palabras.
5	Metalingüística	Orientada al código, recurre al lenguaje para explicar su significado
6	Fática	Orientada hacia el canal y su finalidad es establecer o mantener el contacto con el interlocutor.

Fuente: Jakobson (1984).

También se usó una categoría de dirección: a) derechos humanos, en la cual se siguió lo propuesto en el Índice de Vulneración de Derechos en los Medios (IVDM), diseñado por el Laboratorio de Comunicación y Derechos (LABCYD), iniciativa impulsada en el 2013 por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS), Defensoría del Pueblo y el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). El IVDM se define como una “herramienta para analizar los contenidos mediáticos cuyo objetivo es aportar una perspectiva técnica y crítica, sostenida en datos cuantitativos y cualitativos, con criterios de análisis que eviten la discrecionalidad” (LABCYD,

2014, p. 6). En concreto, esta investigación trabajó con las siguientes dimensiones del IVDM: invisibilización, banalización y negativización (Tabla 4).

Tabla 4. Dimensiones del IVDM

Nº	Dimensiones	Definición
1	Invisibilización	“Ocultar artificialmente a una persona, colectivo o hecho. La invisibilización mediática es la mínima presencia de una persona, colectivo o hecho como fuente o protagonista en los contenidos a partir de su exclusión, omisión o generalización” (LABCYD, 2014, p. 23).
2	Banalización	“Desvalorizar a una persona, colectivo o acontecimiento, volviéndolo superficial, insustancial, trivial e intrascendente” (LABCYD, 2014, p. 10).
3	Negativización	“Producir un contenido desequilibrado y tendente a juzgar desde el punto de vista más desfavorable o contraproducente, impidiendo desarrollar un sentido crítico a la sociedad con base en la relación equitativa de los aspectos positivos y negativos de un hecho” (LABCYD, 2014, p. 29).

Fuente: LABCYD, 2014, p. 10, 23 y 29.

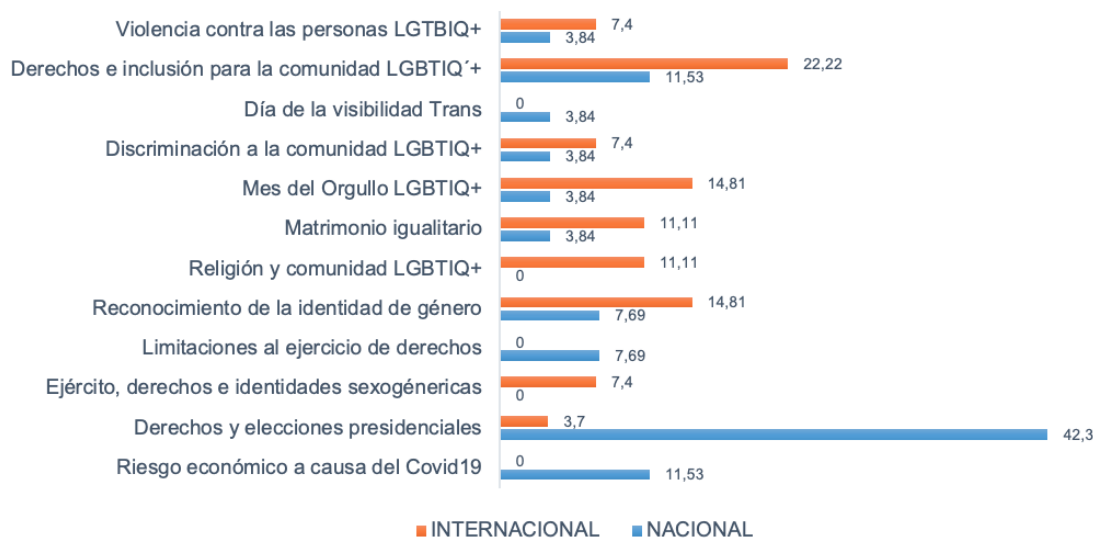
Consideraciones éticas

Un aspecto esencial de la investigación tuvo que ver con la autorización por parte de las personas del colectivo Crisalys para ser entrevistadas. En este caso se recurrió al consentimiento informado, el cual consiste en explicar a las personas los riesgos y beneficios de la investigación. Asimismo, se garantizó el anonimato y la confidencialidad de toda la información proporcionada en las entrevistas. Sobre este punto, Rueda (2004) afirma que el objetivo es garantizar que “los individuos participen en la investigación sólo cuando esta es compatible con sus valores, intereses y preferencias. Se relaciona directamente con el respeto a las personas y a sus decisiones autónomas, debiéndose tener especial precaución en la protección de grupos vulnerables” (p. 6).

Resultados

Monitoreo a la producción periodística digital del diario *El Comercio* sobre la comunidad LGBTIQ+

A partir de la aplicación de la matriz de análisis a la producción informativa del diario *El Comercio*, durante el primer semestre se identificó que el 50,95% correspondía al ámbito internacional y el 49,06% al ámbito nacional. A continuación, se exponen los resultados de las categorías analizadas.

Figura 1. Temáticas generales

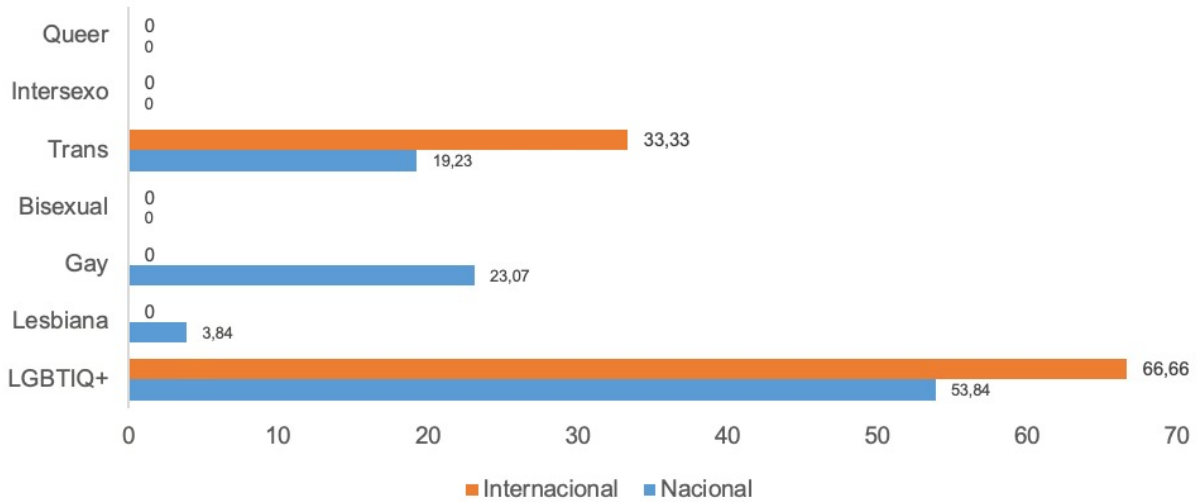
Fuente: elaboración propia

En la figura 1, se puede evidenciar que en la agenda informativa del diario *El Comercio* los principales temas en el ámbito nacional, durante el primer semestre del 2021, han sido: derechos y elecciones presidenciales con el 42,3%, le siguen riesgo económico a causa del COVID19 con el 11,53 y derechos e inclusión para la comunidad LGTBIQ+, ambos con el 11,53%. Y los temas con menor presencia fueron: matrimonio igualitario, mes del orgullo LGTBIQ+, discriminación a la comunidad LGTBIQ+ y día de la visibilidad trans, violencia contra las personas LGTBIQ+, todos con el 3,84%. Los temas que no están presentes fueron: ejército, derechos e identidades sexogénicas; religión y comunidad LGTBIQ+.

Respecto a derechos y elecciones presidenciales en Ecuador, algunas de las producciones informativas fueron las siguientes: ¿los votantes quieren candidatos que hablen sobre derechos?; defensores de derechos de niños, mujeres, LGBTI y naturaleza piden respuestas a Arauz y Lasso y en las propuestas de candidatos sobre derechos de mujeres derechos de mujeres y LGTBIQ hacen falta precisiones. En temas referidos a riesgo económico a causa del COVID19, algunos de los titulares fueron: mujeres lesbianas, bisexuales y trans, otras víctimas de la pandemia; Human Rights Watch: la pandemia ha agravado el riesgo de caer en la pobreza; el acceso al trabajo para la población trans es limitado.

En el ámbito internacional, los temas con mayor presencia fueron: derechos e inclusión para la comunidad LGTBIQ+ con el 22,22%, seguido de: mes del orgullo LGTBIQ+ y reconocimiento de la identidad de género, ambos con el 14,81%. Y los temas que no están presentes en el ámbito internacional fueron: riesgo económico a causa del COVID19, limitaciones al ejercicio de derechos y Día de la Visibilidad Trans.

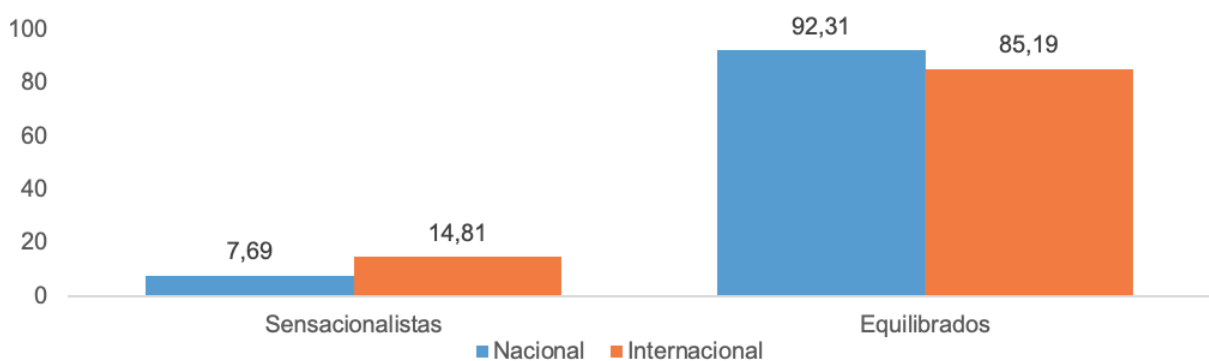
Figura 2. Temáticas específicas según grupos de la comunidad LGBTIQ+



Fuente: elaboración propia

En la figura 2 se expone la presencia de temas según las diversidades sexuales. Como se aprecia la agenda informativa del medio destacan hechos sobre la comunidad LGBTIQ+: en el ámbito internacional fue del 66,66% y en el ámbito nacional del 53,84%. Mientras que, tanto en el ámbito nacional como internacional, la segunda temática con mayor presencia fue la referida a la identidad de género trans. En el ámbito nacional también se abordaron temas relacionados a las orientaciones sexuales gay (23,07%) y lesbiana (3,84), mientras que en el ámbito internacional no hay presencia de esas temáticas. En el caso de *queer*, bisexual e intersexo están invisibilizadas en la producción informativa nacional e internacional.

Figura 3. Tipos de titulares



Fuente: elaboración propia

En la figura 3 se observa que tanto en el ámbito nacional (92,31%) como internacional (85,19%) predomina el uso de titulares *equilibrados*; y, en el caso de titulares *sensacionalistas* hay mayor presencia en el ámbito internacional con el 14,81% que en el ámbito nacional con el 7,69%.

Figura 4. Uso de fuentes

Fuente: elaboración propia

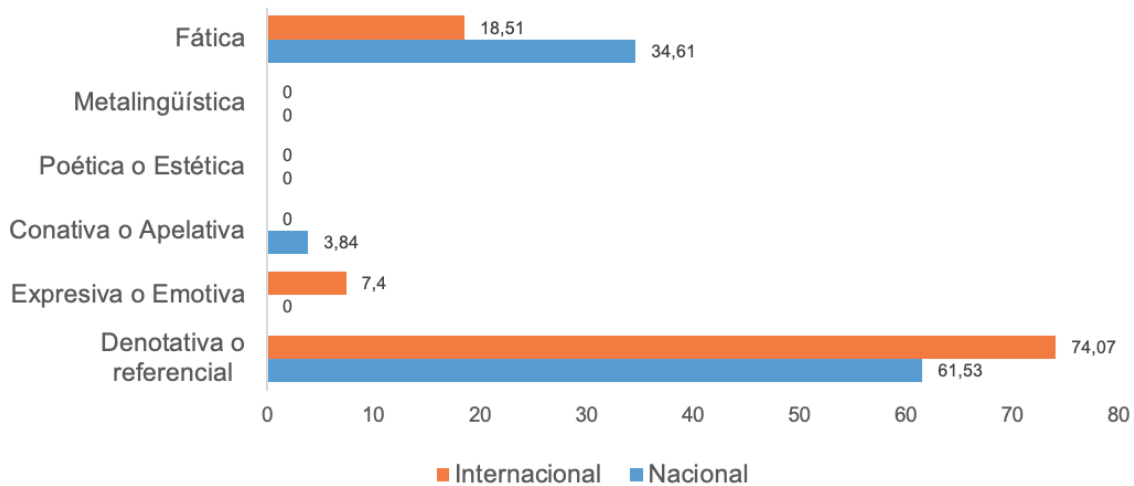
En la figura 4, se exponen las fuentes que este medio escrito emplea en la producción informativa relacionada con la comunidad LGBTIQ+. En el caso de las fuentes oficiales hay un predominio en su uso en el ámbito internacional con el 40%, mientras que en el ámbito nacional es del 20%. Las fuentes interesadas son más usadas a nivel nacional (46,25%), mientras que a nivel internacional es del 29,09%. Finalmente, las fuentes especializadas corresponden al 33,75% en la producción informativa nacional frente al 30,91% del ámbito internacional.

Figura 5. Uso de imágenes

Fuente: elaboración propia

En la figura 5 se presentan los resultados de las imágenes usadas en la producción informativa del diario *El Comercio*. Como se puede apreciar, hay una prevalencia de imágenes apropiadas tanto en el ámbito nacional (73,07%), como en el ámbito internacional (62,96%); le sigue el uso de imágenes superficiales con el 23,07% en el ámbito nacional y el 25,92% en el ámbito internacional. Finalmente, hay una mínima presencia de imágenes inapropiadas: 3,84% y 11,1%, para el ámbito nacional e internacional, respectivamente.

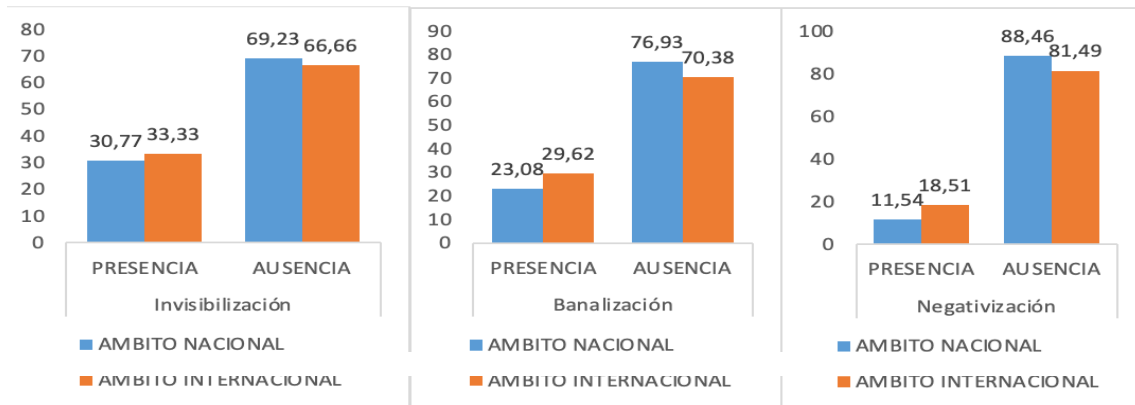
Figura 6. Funciones del lenguaje



Fuente: elaboración propia

La figura 6 corresponde a los resultados de las funciones de lenguaje, establecidas por Jakobson (1984), predominantes en la agenda informativa del diario *El Comercio*. Tal como se observa, la función denotativa o referencial es la predominante en los ámbitos nacional (61,53%) e internacional (74,07%), le siguen la función fática con el 34,61% en el ámbito nacional y el 18,51% en el ámbito internacional. La tercera función predominante en el ámbito internacional es la emotiva con el 7,4% y en el ámbito nacional la conativa con el 3,84%. Finalmente, las funciones metalingüística y poética no aparecieron en ningún ámbito.

Figura 7. Vulneración de derechos a la comunidad LGBTIQ+



Fuente: elaboración propia

La figura 7 corresponde a la medición realizada a la producción informativa del medio de comunicación, conforme a las tres dimensiones del Índice de Vulneración de Derechos en los medios (IVDM) propuesto por LABCYD y el cual fue explicado en el apartado metodológico. En el caso de contenidos que *invisibilizan* la presencia de una persona o colectivo fue del 30,77% en el ámbito nacional y del 33,33% en el ámbito internacional; no obstante, en la mayor parte de la

producción informativa, tanto a nivel nacional (69,23) como internacional (66,66) no se manifestó invisibilización de la comunidad LGBTIQ+.

En el caso de contenidos que banalizan a personas o colectivos LGBTIQ+ fue del 23,08% en el ámbito nacional y del 29,62 en el ámbito internacional. Al igual que en la dimensión anterior, no se evidenció una prevalencia de contenidos informativos que desvaloricen a una persona o colectivo LGBTIQ+, al punto de representarlo como superficial. Finalmente, con respecto a contenidos que negativizan a la comunidad LGBTIQ+, es decir, que tienden a presentar la información desde una perspectiva desfavorable, fue del 11,54% para el ámbito nacional y del 18,51% para el ámbito internacional. Mientras que, en mayor medida, tanto en lo nacional (88,46%) como en lo internacional (81,49%) en la producción informativa no se manifestó negativización de la comunidad LGBTIQ+.

Modos de recepción de la producción periodística digital del diario *El Comercio* en el Colectivo Crisalys

En esta sección se explican los resultados más relevantes del enfoque cualitativo. Para empezar, se explican los hallazgos con respecto a la categoría uno: valoración del manejo de temas y fuentes. Entre los primeros aspectos que se revisaron fue la perspectiva sobre las temáticas priorizadas por diario *El Comercio* en su versión digital, es decir, cómo los integrantes el Círculo Transgénero Crisalys valoran el tratamiento informativo cuando se trata de la comunidad LGBTIQ+.

Los participantes consideran que las temáticas destacadas han sido las siguientes: matrimonio igualitario, derechos humanos y violencia; sin embargo, agregan que hay varios puntos conflictivos que han tenido una presencia limitada, tal es el caso de las dificultades económicas y sociales a causa del COVID19 en personas del grupo trans y en general de la comunidad LGBTIQ+: “Claramente hay un avance; pero, falta un camino largo por recorrer en temas como salud sexual, personas trans, cómo fue la vida de la comunidad a raíz de la pandemia, hablar de que muchas personas LGBTIQ+ perdieron sus trabajos” (MNC03, comunicación personal, mayo 2021).

Otro punto que se destacó fue que es necesario generar más información sobre las problemáticas que enfrentan las personas LGBTIQ+, aunque consideran necesario que los contenidos informativos no estén asociados, solamente, a hechos violentos como muertes, porque se podría vincular a la comunidad únicamente con sucesos problemáticos. Su demanda es por contenidos periodísticos que retraten los problemas cotidianos y que debido a formas imperceptibles de violencia no son tomados en cuenta: “Pienso que deberían priorizar más lo malo como el *bullying*, el maltrato y el acoso para que la gente se informe y pueda ver la realidad de las personas LGBTIQ+ y no sólo buscar artículos positivos para publicar” (ARB02, comunicación personal, mayo 2021).

Como se observa, si bien entre los participantes hay una tendencia a una valoración favorable sobre la producción informativa, y, de hecho, creen prioritario profundizar en aspectos relacionados a logros en cuestión de derechos, plantean que hay ciertos temas que tienen un tratamiento restringido, lo cual no permite visibilizar los desafíos que enfrentan en su cotidianidad. Otro elemento que destacan es la falta de conocimientos sobre las diversidades sexuales, lo cual ocasiona que traten de una manera homogénea los contenidos relacionados a la comunidad LGBTIQ+.

Bajo estas circunstancias otro de los hallazgos es el relacionado con otra de las categorías de interés para esta investigación: *retos y acciones que plantea el colectivo a los medios de comunicación*. Desde la perspectiva de los participantes, uno de los desafíos para los medios de comunicación es ampliar la mirada sobre la comunidad LGBTIQ+, lo cual trae implícito la inclusión de otras temáticas en la agenda informativa del medio. En este caso valoran como prioritario el impulsar el tratamiento de hechos que vayan más allá de las fechas especiales para la comunidad.

Este reto conlleva el abordaje de las distintas dinámicas que rodean a la comunidad, por ese motivo, los participantes, si bien subrayan lo necesario de abordar problemas como el *bullying* en escuelas, colegios y universidades; discriminación laboral y familiar; confrontación con la iglesia; dificultades para la formación académica o mayor seguimiento y profundización a casos de violencia, también proponen visibilizar a la comunidad en términos de aportes a la historia de los colectivos sociales y el activismo en espacios como la economía, el arte, la cultura, la política y la ciencia: “Se debería tomar en cuenta cuando sacamos nuestros logros, avances y contribuciones a la ciencia, esto es algo que aún *El Comercio* no le da tanta importancia” (ASP05, comunicación personal, mayo 2021). Para los integrantes del colectivo, la inclusión de estas temáticas coadyuvará a que los medios de comunicación cumplan con su rol de sensibilizar a la sociedad frente a las ideas estigmatizantes y discriminatorias que persisten en muchos sectores.

Por otro lado, la mayoría de los participantes coinciden en que la producción periodística del diario *El Comercio* no es sensacionalista: “Considero que este medio escrito no genera sensacionalismo, ni fanatismo, pienso que *El Comercio* se enfoca en dar una información verídica y centrada” (ASP05, comunicación personal, mayo 2021). Aunque algunos destacan que los hechos relacionados con la comunidad LGBTIQ+ pueden ser sensibles de ser tomados desde una perspectiva amarillista, no obstante, aquello está condicionado por el tipo de periodista: “Hay que tomar en cuenta que aún existe sensacionalismo al momento de publicar algo con relación a la comunidad LGBTIQ+, hay periodistas que les interesa aprender y son empáticos y otros que abordan estos temas para llamar la atención” (SHF07, comunicación personal, mayo 2021).

Asimismo, otro de los aspectos que se revisó fue la evaluación del manejo de fuentes. En general, existe una valoración favorable del uso de fuentes, aunque también hicieron alusión a que pueden ser superficiales. Desde su perspectiva usan diversidad de fuentes y expresan confianza en el

trabajo del diario *El Comercio*, no obstante, consideran que hace falta tomar en cuenta, en mayor medida, a las organizaciones que trabajan directamente en la defensa de los derechos humanos de la comunidad LGBTIQ+, porque lo asocian con una producción con mayores posibilidades de incidencia: “Existen otras fuentes de información que se deberían tomar en cuenta para profundizar más estos temas, por ejemplo, Organizaciones de Derechos Humanos y Fundaciones LGBTIQ+, este tipo de instituciones deberían estar citadas como fuentes para sustentar las noticias LGBTIQ+” (MNC03, comunicación personal, mayo 2021) y “Con relación al manejo de fuentes del diario *El Comercio* podría decir que emplea fuentes un poco superficiales” (ASP05, comunicación personal, mayo 2021).

De la misma manera, otro aspecto analizado de la categoría uno fue: *contribución a la reproducción de estereotipos*; se pudo observar que, casi de manera unánime, los integrantes del colectivo señalaron que el discurso periodístico del diario *El Comercio* no contribuye a la reproducción de estereotipos: “Hablando de los estereotipos podría decir que diario *El Comercio* se ha basado en ser respetuoso usando correctamente las siglas LGBTIQ+ que engloban a toda nuestra comunidad” (CDH04, comunicación personal, junio 2021).

A esto se añade que, para el fortalecimiento de los estereotipos, los participantes creen que el rol central lo tienen los lectores porque, dependiendo de sus esquemas culturales, asignan un significado determinado a la información difundida por el medio. Otro punto relevante que apareció en las entrevistas fue el rol que cumplen los medios en un contexto heteronormativo: “Todo medio de comunicación en el Ecuador, en su mayoría, maneja un sistema binario y patriarcal que les cuesta cambiar esa construcción social de estereotipos. Muchas veces los dueños de medios de comunicación, incluido *El Comercio*, son gente muy conservadora” (SHF07, comunicación personal, mayo 2021).

Finalmente, otro elemento de la categoría uno es el referido a los cambios en el manejo informativo sobre la comunidad LGBTIQ+, donde se pudo constatar que, para el colectivo, el tratamiento periodístico ha experimentado transformaciones: se ha transitado de una lógica amarillista a un enfoque de derechos humanos. En ese sentido, destacan la existencia de un antes y un después. Los participantes señalan que las razones de ese cambio fueron la despenalización de la homosexualidad, ocurrida el 25 de noviembre de 1997; la Constitución de Ecuador, expedida en 2008 y la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el 2013:

Antes de la despenalización de 1997, los editoriales de diario *El Comercio* eran bien ofensivos, sobre todo con las personas trans y las trabajadoras sexuales. Estas ofensas reproducen mucho el estereotipo haciéndonos ver como delincuentes, que no merecíamos ocupar un lugar en la sociedad o vivir, entonces, podría decir que actualmente sí existe un cambio justo, yo creo que todos los comunicadores sociales y todos los implementos que se utilizan como medios masivos deben, a más de informar, deben educar (PMV01, comunicación personal, mayo 2021).

Si bien se estima como satisfactorio el cambio en el manejo informativo sobre la comunidad LGBTIQ+, también se detectó, de manera convergente, insatisfacción por la frecuencia de publicación. Se evidenció que, frente a otros temas, los relacionados con la comunidad LGBTIQ+ requieren ser abordados con mayor periodicidad, porque de esta manera la audiencia tendría mayores elementos para aproximarse a la vida de las personas con orientaciones e identidades sexuales distintas a las legitimadas por el modelo heteronormativo: "El aporte de noticias es muy pobre porque solo se habla de ciertos temas que son parte en nuestro gremio, no existe un constante flujo de información sobre la comunidad LGBTIQ+" (ASP05, comunicación personal, mayo 2021).

Desde la perspectiva del colectivo la frecuencia de publicación está determinada por ciertas fechas como el Día Internacional contra la Homofobia, la Bifobia y la Transfobia (17 de mayo) y el Día del Orgullo Gay (28 de junio), y se deja a otros temas fuera de la agenda informativa del medio, por ejemplo, el Día de la Visibilidad Trans, recordado cada 31 de marzo, que es prácticamente invisibilizado en el discurso periodístico del diario *El Comercio*.

En la segunda categoría sobre manejo de lenguaje, titulares e imágenes, un primer punto es el referido la percepción sobre el lenguaje de la producción periodística del diario *El Comercio*. Se detectó que el lenguaje es valorado, de manera general, como respetuoso y equilibrado, aunque se destacó que no en todas las publicaciones hay garantía en el uso de una terminología adecuada para referirse a las particularidades de la comunidad LGBTIQ+: "No hay un conocimiento claro por parte de los redactores cuando se refieren a la diversidad sexual que existen dentro del grupo LGBTIQ+, por ejemplo, hubo un noticia en la que decía que ser travesti y ser transexual era lo mismo" (MNC03, comunicación personal, mayo 2021).

También se constató que detectan como elementos determinantes para el uso de un correcto lenguaje, no solo la preparación del periodista, sino también el rol del editor en jefe quien tiene la responsabilidad de garantizar que el discurso periodístico cumpla con criterios de calidad. Otro factor que valoran es el compromiso que se requiere para el uso del lenguaje debido a la capacidad de incidencia que tienen los medios de comunicación.

Con relación a los titulares de situaciones sobre la comunidad LGBTIQ+, la mayoría de los participantes coincidieron en que diario *El Comercio* actualmente emplea, en su gran mayoría, titulares apropiados: "Los titulares lo manejan en el ámbito del respeto, *El Comercio* sabe cómo transmitir la noticia manejándolo de una manera adecuada en cuanto a la terminología, los titulares no son amarillistas" (CDH04, comunicación personal, junio 2021). Los participantes en las entrevistas también reflexionaron sobre las precauciones que se necesitan para realizar un titular porque, en ciertos casos, se puede dar una falta de relación entre el titular y el contenido; además, señalan que hay que evitar el uso de titulares que, de manera innecesaria, describen la orientación sexual, lo cual puede estigmatizar a personas de la comunidad LGBTIQ+. Sobre el uso de imágenes

en la producción informativa se constató que los participantes perciben que diario El Comercio usa en sus narrativas periodísticas, de manera prioritaria y casi exclusiva, a la bandera de la comunidad LGBTIQ+. Aquello percibido por los integrantes del colectivo como imágenes superficiales:

Siempre que se trata de un reportaje referente a la objeción de derechos sale nuestra bandera con sus distintivos seis colores. Cabe recalcar que dentro de la comunidad LGBTIQ+ cada sigla tiene una bandera, por ejemplo, la bandera trans es de color celeste, rosado, blanco, rosado, celeste; pero, muy poco conoce la gente de esto, entonces, siempre todo reportaje de la comunidad va vinculado con las siglas LGBTIQ+ y la bandera de arcoíris (SHF07, comunicación personal, mayo 2021).

Pese a que destacan que la bandera es un símbolo representativo para la comunidad, consideran que se puede caer en un reduccionismo al usarla de forma frecuente. A propósito de ello, entre los retos identificados en esta categoría es la necesidad de recurrir a otras imágenes. Subrayan como valioso usar imágenes que permitan conocer desde otra perspectiva a las personas que forman parte de la comunidad y, por eso, creen fundamental evitar el uso de imágenes sensacionalistas. El colectivo propone recurrir a imágenes que retraten: a) la vida cotidiana de las personas de la comunidad, b) activistas representando a logros en derechos, y, c) particularidades de cada identidad de género.

Para los participantes el uso informado de las imágenes y un contenido adecuado favorecen la sensibilización de la audiencia sobre los derechos humanos que amparan a la comunidad LGBTIQ+: “Las imágenes deben ser adecuadas para que puedan representar de una forma correcta a todas las personas LGBTI, especialmente a las transgénero, lo que no se quiere es ser vistas como extraterrestres o fenómenos, simplemente se deben plasmar fotografías como personas normales” (KYR06, comunicación personal, mayo 2021).

Otro desafío identificado es el rol de los medios frente a la concientización sobre las fobias que experimentan quienes son parte de la comunidad LGBTIQ+. Para contribuir a ello creen primordial que las agendas informativas expliquen el significado y alcance de las fobias. Junto a ello se requiere construir contenidos informativos orientados hacia la inclusión y una crítica hacia el sistema binario patriarcal. Una estrategia sugerida es el uso de las historias de vida, de tal manera que se exponga lo que está detrás de las personas con una orientación e identidad distinta a la heterosexual. Esto requiere ampliar el uso de las fuentes. Además de las organizaciones sociales, proponen que las narrativas periodísticas incluyan a personas desde distintos ámbitos y no asociarlas, exclusivamente, al tema del VIH o el trabajo sexual.

A esto se suma el reto que tienen los medios para aportar a la construcción de un sistema de igualdad y equidad en orientación sexual e identidad de género. Los participantes coinciden en asegurar que uno de ellos es la superación de un sistema social marcado por varios estigmas, provenientes principalmente del pensamiento religioso y conservador: “Un reto para toda la sociedad es enfrentar

ese imaginario simbólico que tienen las personas de estigmatizar a la comunidad y todo lo que abarca el pensamiento conservador que ha sido inculcado desde la religión católica y cristiana” (PMV01, comunicación personal, mayo 2021).

En este escenario, la pregunta planteada es: ¿cómo llegar a la audiencia sin caer en un contenido sensacionalista y superficial? Para los participantes los medios de comunicación, en este caso diario *El Comercio*, limita su producción informativa sobre la comunidad LGBTIQ+ porque su trabajo está constantemente en búsqueda de la aprobación de una audiencia. A estos aspectos se suman las interrogantes frente a la derogatoria de la *Ley Orgánica de Comunicación* (LOC) vigente desde junio de 2013 en Ecuador, y el nuevo marco legal que está en proceso de aprobación titulado *Ley Orgánica de Expresión y Comunicación*. El colectivo está atento a cómo esa nueva normativa orientará el tratamiento informativo sobre la comunidad LGBTIQ+: “Ver cómo los medios se van a expresar sobre las personas LGBTIQ+, es decir, no se sabe si van a tener más libertad o más restricción para manejar ciertos temas” (KYR06, mayo 2021).

Discusión y conclusiones

Los hallazgos expuestos evidencian que los contenidos periodísticos del diario *El Comercio*, durante el primer semestre del 2021, aunque han presentado hechos relacionados con la comunidad LGBTIQ+, manifiestan uniformización y que la mayor parte de la información es desde la perspectiva general del colectivo LGBTIQ+, seguido por temas relacionados con la comunidad transgénero; sin embargo, el resto de diversidades sexuales están mínimamente presentes o, en algunos casos, totalmente ausentes de la agenda informativa del medio. A propósito de esto, Londoño y Trujillo (2003) reflexionan sobre el rol de los medios de comunicación:

La prensa, tiene el propósito de profundizar en temas y analizarlos desde una perspectiva que permita ver al lector la realidad con mucha más claridad, y tratándose de temas de diversidad sexual la prensa debe proponer nuevas apuestas críticas y reflexivas para continuar con el deber de educar e informar a sus lectores (p.100).

En la agenda informativa del diario *El Comercio* se evidenció que hay temas con menor relevancia en el ámbito nacional, a diferencia del ámbito internacional, tal es el caso de asuntos relacionados con: derechos, inclusión y reconocimiento de la identidad de género y mes del orgullo LGBTIQ+. Además, particularmente en el contexto de la pandemia, si bien se evidenció que la situación de vulnerabilidad económica y social a la que quedaron expuestas las personas de la comunidad LGBTIQ+ fue el segundo tópico mayor abordado en lo nacional, desde la perspectiva del colectivo Crisalys hay temas que fueron insuficientemente abordados. Por ejemplo, la vida cotidiana durante la pandemia y desempleo, aunque también sugirieron abordar las acciones de ayuda que realizaron algunos integrantes de la comunidad LGBTIQ+. Esto trae implicaciones importantes para la

configuración de los discursos periodísticos, particularmente, una reflexión sobre la necesaria inclusión de aproximaciones distintas que posibiliten la inserción de nuevas temáticas en la agenda informativa; aspecto que es convergente con análisis similares (Aznar, 2018; Idrovo et al., 2018).

Además, los contenidos informativos analizados no manifestaron la prevalencia de una vulneración de derechos sobre la comunidad LGBTIQ+ en ninguno de los indicadores medidos: invisibilización, banalización y negativización; sin embargo, por la falta de información sobre las otras diversidades, no se contó con elementos para medirlos acorde a sus especificidades. Al respecto, Zeballos (2017) coincide en afirmar que, por mucho tiempo, la imagen que suscita los medios de comunicación sobre el grupo LGBTIQ+ ha propagado estereotipos y exclusión social, sin reconocer los diferentes rasgos de cada identidad, es por ello por lo que mejorar en el ámbito periodístico es un paso más para defender los derechos humanos y la orientación sexual e identidad de género.

A su vez, la producción informativa de la comunidad LGBTIQ+ requiere un manejo de términos adecuados. Pese a que se evidenció en los participantes una percepción favorable del medio, también se identificaron áreas en las que se necesita mejorar y, precisamente, construir contenidos que informen sobre términos como orientación sexual, identidad de género, expresión de género y diversidades sexuales, por nombrar solamente algunos, ya que estos son elementos decisivos para aportar a la sensibilización de la población. En esa línea, Idrovo *et al* (2018) proponen lo necesario de: “Mejorar el conocimiento de sus periodistas en la temática LGBTI y de género en general, para asegurar un lenguaje inclusivo y no discriminator en sus notas” (p. 25). A esto se suma la preeminencia de la función referencial del lenguaje, muy vinculada al rol informativo del medio, sin ir más allá mediante un ejercicio interpretativo de los hechos, explicando los factores vinculados a una problemática. Esto último se vincula a la función conativa o apelativa del lenguaje, casi inexistente en el corpus analizado.

La preeminencia de fuentes interesadas en las narrativas periodísticas, sobre todo en el ámbito nacional, evidencia el valor que el medio le está dando a las voces que vienen de la comunidad LGBTIQ+. No obstante, sería propicio favorecer la inclusión de otras fuentes, de modo que representen a actores que aportan en distintos campos y que son frecuentemente invisibilizados en las agendas informativas, tal como se ha podido constatar en este estudio. En esa misma línea es neurálgico repensar los contenidos de las agendas informativas en función de temáticas que permitan retratar las distintas vivencias de quienes pertenecen a la comunidad LGBTIQ+. Sobre eso, Idrovo et al (2018) refieren lo necesario de: “Hacer notas de prensa con historias de vida positivas y exitosas de la población LGBTI que aporte a cambiar imaginarios sobre este grupo en la población en general” (p.25).

Conforme a los resultados identificados emergen varios retos para la prensa en el ámbito digital, particularmente cuando se trata de contenidos periodísticos sobre la comunidad LGBTIQ+. Los

medios son actores centrales para la sensibilización y aquello necesita partir del reconocimiento y difusión de las diversidades sexuales, no solo en términos de los problemas que enfrentan, sino también de su aporte a la sociedad en lo económico, político, científico o cultural, entre otros. Para ello es importante fomentar la realización de contenidos integrales, es decir, que tomen en cuenta todos los elementos constitutivos de una información relevante: temáticas, titulares, uso del lenguaje, contenidos, imágenes y fuentes. Todos estos elementos manejados desde una perspectiva que priorice y defienda los derechos humanos.

Por último, la comunidad LGBTIQ+, si bien valora como importantes los cambios en la producción informativa, también destacan lo central que es pasar a una siguiente etapa en las narrativas periodísticas: trabajar por una perspectiva que posibilite una adecuada integración social, y aquello podrá darse si tanto el periodista como la propia estructura institucional del medio favorecen la construcción de contenidos orientados al cuestionamiento de la lógica patriarcal y heteronormativa vigente. En torno a ello Bermejo-Berros (2018) argumenta que estos análisis que integran tanto la perspectiva del medio, como de la audiencia necesitan posibilitar la construcción de una respuesta multidimensional y que se concrete en productos mediáticos.

En el escenario quedan planteadas varias dudas e interrogantes sobre el nuevo marco legal que reemplazará a la LOC en Ecuador. Algunas preguntas que quedan planteadas son: ¿en qué medida una nueva ley de comunicación garantizará o limitará el ejercicio y reconocimiento de derechos para la comunidad LGBTIQ+?, ¿qué tan necesario es un marco legal para garantizar un tratamiento informativo acorde a una perspectiva de derechos humanos?, ¿cuál es el rol del activismo en el caso de contenidos informativos sobre la comunidad LGBTIQ+?, y ¿de qué manera el tipo de medio (público, privado o comunitario) incide en la priorización de ciertos temas en la agenda informativa?

Referencias

1. Abreu, C. D. (2014). *Géneros y sexualidades no heteronormativas en las redes sociales digitales* [Tesis de Doctorado, Universidad de Barcelona]. <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/62126>
2. Aguirre Litardo, L. Y. (2017). *Estudio de recepción de las publicidades de Axe y su influencia en la construcción de estereotipos de masculinidad en jóvenes de sexto semestre de la facultad comunicación social de la Universidad de Guayaquil* [Tesis de Doctorado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15377/1/Lingner%20Yomira%20Aguirre%20Litardo.pdf>
3. Alcocer Cruz, D.G. (2014). De la Escuela de Frankfurt a la recepción activa. *Revista Razón y Palabra*, (87), 228-245. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/633/660>
4. Aznar Iñiguez, C. (2018) *Visibilidad y tratamiento del colectivo LGTBI en dos medios nacionales: El País y La Razón* [Tesis de Licenciatura, Universidad Miguel Hernández de Elche]. <http://193.147.134.18/>

bitstream/11000/6922/1/PER_TFG_AZNAR_I%C3%91IGUEZ_CRISTINA.pdf

5. Baroffio, C. (2009). Discriminación a homosexuales en la sociedad. En *Creación y Producción en Diseño y Comunicación. Ensayos Contemporáneos* (pp.25-27) Universidad de Palermo. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/138_libro.pdf#page=25
6. Bermejo-Berros, J. (2018). Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 1-28. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511554775009/index.html>
7. Bryman, A. (2004). Investigación cualitativa sobre liderazgo: Una revisión crítica pero apreciativa. *El liderazgo trimestral*, 15(6), 729-769. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984304000840>
8. Cabrera Méndez, M., Codina, Ll. y Salaverría Aliaga, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1506 a 1520. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1396/79es.html>
9. Cabrera, M.A. (coord.). (2013). *Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma* (pp. 157–166). Fragua.
10. Carratalá, A. y Herrero Jiménez, B. (2019). La regulación contra el discurso de odio hacia el colectivo LGTBI en los medios: Análisis comparado de diez leyes autonómicas. *RAEIC. Revista de la Asociación Española de Investigación*, 6(12), 58-80. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.12.3>
11. Cohen, N. y Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿Para qué?*. Editorial Teseo. <https://www.teseopress.com/metodologiadelainvestigacion/>
12. Gómez Orozco, G. (2003). Los estudios de recepción: De un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto, Porto Alegre: UFRGS*, 2(9), 1-13. <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3629/4400>
13. Idrovo, J., Cordero, M. I. y Sarmiento, A. (2018). *Análisis comparativo del tratamiento de temas LGBTI en diario El Mercurio de Cuenca, entre el 2015 y el 2017*. Sendas. <http://sendas.org.ec/documentos/ANALISIS%20COBERTURA%20TEMAS%20LGBTI%20EL%20MERCURIO%202015%202017.pdf>.
14. Jakobson, R. (1984). *Lingüística y poética. Ensayos de lingüística general*. Ariel. http://cursobecarios.cuaed.unam.mx/licel/cuarto_semestre/sintaxis_espanol/unidad3/img/Jakobson.pdf
15. Laboratorio de Comunicación y Derechos. (2014). *Índice de vulneración de derechos de los medios*. https://www.cpccs.gob.ec/docs/niceditUploads/tempo/1402502163IVDM_2014.pdf
16. Londoño Carmona, M. y Trujillo Morales, A. (2013). *Análisis del tratamiento periodístico a la información relacionada con la comunidad LGBTI dada por el periódico El País en Cali, agosto 2012-mayo 2013* [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de Occidente]. <http://www.observatoriogbt.org.bo/assets/archivos/biblioteca/c1a647c1287641de9864d93b89f067bc.pdf>
17. López Matute, C. G. (2020). *Estudio de recepción del programa televisivo "EXPRESARTE" y su incidencia en la opinión pública de los estudiantes del séptimo semestre de Comunicación Social de*

- la Universidad de Guayaquil* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49427/1/Estudio%20de%20recepci%3%b3n%20del%20programa%20televisivo%20e2%80%9cEXPRESARTE%e2%80%9d%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20opini%3%b3n%20p%3%bablica.pdf>
18. Nazareno Delgado, J. E. (2014). *Discurso periodístico sobre diversidad de género en prensa pública y privada: El caso de El Telégrafo y El Universo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1680/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-33.pdf>
 19. Núñez Caza, S. A. (2017). *El tema LGBTI, entre los encuadres y agendas de la prensa pública y privada: Un análisis sobre la cobertura de la marcha por el orgullo entre El Telégrafo y El Comercio a partir de la vigencia del principio de no discriminación en el Ecuador* [Tesis de Maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales]. <http://hdl.handle.net/10469/12025>
 20. Peñarrieta Bedoya, L. G., Rodríguez Rocha, L. H. y Ramos Condori, K. (2014). Análisis de los contenidos de elementos impresos de la portada de diario *Correo* edición región puno 2012. *COMUNI@CCIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 5(2), 59-65. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449844868006>
 21. Rueda Castro, L. (2004). Consideraciones éticas en el desarrollo de investigaciones que involucran a seres humanos como sujetos de investigación. Las investigaciones en terapia ocupacional. *Revista Chilena de Terapia Ocupacional*, (4), 19 - 24. <https://revistateoriadelarte.uchile.cl/index.php/RTO/article/view/158/138https://revistateoriadelarte.uchile.cl/index.php/RTO/article/view/158/138https://revistateoriadelarte.uchile.cl/index.php/RTO/article/view/158/138>
 22. Ruiz, A. y Albertini, E. (2008). Fuentes periodísticas: concept, clasificación y modos de uso. *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, (60), 14-25. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/trampas/article/view/6853>
 23. Tapia Briones, D. G. (2020) *Análisis de recepción de contenidos de la comunidad LGBTI en página web del diario El Universo y su influencia en la opinión pública de los estudiantes de comunicación de la Universidad de Guayaquil, en el 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49183/1/An%3%A1lisis%20de%20recepci%3%B3n%20de%20contenidos%20de%20la%20comunidad%20LGBTI%20en%20p%3%A1gina%20web%20del%20diario%20EL%20UNIVERSO%20y%20su%20influencia%20en%20la%20opini%3%B3n%20p%3%BAblica%20de%20los%20estudiantes%20de%20comunicaci%3%B3n%20de%20la%20Universidad%20de%20Guayaquil%2C%20en%20el%202019.pdf>
 24. Vásquez Santibáñez, M.B. y Carrasco Gutiérrez, A. M. (2017). Género, cuerpo y heteronormatividad. Reflexiones desde la antropología. *Interciencia*, 42(9), 616-622. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33952909011>
 25. Ventura, R. (julio, 2016). Audiencia LGBT y sus percepciones sobre los “media safe spaces” [Ponencia]. V Congreso Iberoamericano de Comunicación “*Comunicación, Cultura y Cooperación*”, Madrid, España. https://www.cac.cat/sites/default/files/202001/Rafael_Ventura_2nPremi_XXXIedicio.pdf
<https://www.ecorfan.org/handbooks/Ciencias%20Estudios%20de%20Genero%20T-II/22.pdf>
 26. Wences-Acevedo, R. (2016). *Heteronormatividad y matrimonio entre personas del mismo sexo*. Ecorfan.

<https://www.ecorfan.org/handbooks/Ciencias%20Estudios%20de%20Genero%20T-II/22.pdf>

27. Zeballos Manosalvas, S. D. (2017). *La percepción de la población GLBTI en Guayaquil acerca de la representación que sobre ella hacen los medios de comunicación escritos de circulación nacional* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/8956>.