

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación
Convocatoria 2014-2016

Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en
Opinión Pública

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.

Sebastián Alejandro Núñez Caza

Asesora: Dra. Palmira Chavero

Lectoras: Dra. Sofía Argüello y Dra. Natalia Aruguete

Quito, marzo del 2017

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mi madre, Ximena Caza, mi padre Víctor Hugo Núñez, mis hermanas Valeria y Sofía Núñez por estar a mi lado y motivarme a continuar hasta el final. A mis amistades de FLACSO; Jenny Proaño, Maricruz Zalles, Ana Coa y Belén Ávalos por estar atentas al desarrollo de mi investigación y en especial por brindarme su incondicional amistad; y a los grupos LGBTI que son un ejemplo de lucha constante, más allá de la etiquetas de género y orientación sexual.

Tabla de contenidos

Resumen	VIII
Agradecimientos.....	IX
Introducción	1
Capítulo 1	18
Medios masivos y visibilidad.....	18
1. Teoría del <i>Agenda Setting</i>	19
1.1. La agenda mediática.....	21
1.1.1. Normas informativas	22
1.1.2. Otros medios informativos	24
1.1.3. Fuentes informativas	26
2. Teoría del <i>Framing</i>	32
2.1. Encuadre como elemento de transacción.	34
2.1.1. La mediación.	39
2.1.2. Los movimientos LGBTI	42
2.1.3. Rol político de los medios	47
Capítulo 2	52
Visibilidad pública de los LGBTI	52
1. Origen de la marcha por el Orgullo en Ecuador.....	57
1.1.Sistema de derechos	62
2. Ley Orgánica de Comunicación	65
2.1. Medios públicos	69
Capítulo 3	77
Metodología	77
1. Unidades de análisis	79
2. Indicadores del Índice de Vulneración de Derechos.	81
3. Dimensiones cualitativas.....	89
4. Manual de Codificación	91
Capítulo 4	98
1. Análisis cuantitativo.....	98
2. Análisis cualitativo.....	106

3. Diagnóstico general.....	132
Lista de referencias.....	151

Lista de ilustraciones

1. Cobertura <i>El Comercio</i> , julio 1, 2007.....	13
2. Cobertura <i>El Telégrafo</i> , julio 7, 2003.....	13
3. Concepto de <i>agenda mediática</i>	22
4. Trámite 083-2014-INPS, denuncia a <i>Teleamazonas</i>	65
5. Denuncia SUPERCOM Bonil, <i>El Universo</i>	65
6. Orden cronológico de temas entre <i>El Comercio</i> y <i>El Telégrafo</i>	101
7. Orden cronológico por grupo de temas entre <i>El Comercio</i> y <i>El Telégrafo</i>	102
7.1. Aplicación del IVDM.....	105
8. <i>El Comercio</i> , junio 25, 2000.....	108
9. <i>El Comercio</i> , junio 29, 2000.....	108
10. <i>El Comercio</i> , julio 5, 1998.....	134
11. <i>El Telégrafo</i> , junio 29, 2011.....	138
12. <i>El Comercio</i> , junio 29, 1998.....	138

Lista de tablas

1. Dimensiones temática y episódica.....	91
2. Presencia y ausencia de temas, <i>El Comercio</i> y <i>El Telégrafo</i>	98
3. Presencia de grupos de temas, <i>El Comercio</i> y <i>El Telégrafo</i>	99
4. Presencia de temas específicos, <i>El Comercio</i> y <i>El Telégrafo</i>	100
6. IVDM, <i>El Telégrafo</i>	104
7. IVDM, <i>El Comercio</i>	105
8. Análisis de encuadre 1998.....	106
9. Análisis de encuadre 2000.....	108
10. Análisis de encuadre 2001.....	110
11. Análisis de encuadre 2002.....	112
12. Análisis de encuadre 2003.....	113
13. Análisis de encuadre 2004.....	115
14. Análisis de encuadre 2005.....	117
15. Análisis de encuadre 2006.....	118

16. Análisis de encuadre 2007.....	119
17. Análisis de encuadre 2008.....	120
18. Análisis de encuadre 2009.....	122
19. Análisis de encuadre 2010.....	123
20. Análisis de encuadre 2011.....	125
21. Análisis de encuadre 2012.....	126
22. Análisis de encuadre 2013.....	128
23. Análisis de encuadre 2014.....	129
24. Análisis de encuadre 2015.....	131

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Sebastián Alejandro Núñez Caza, autor de la tesis titulada *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, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia *Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NY-ND 3.0 EC)*, para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, marzo del 2017



Sebastián Alejandro Núñez Caza

Resumen

La convergencia de dos conceptos clave como son el de *agenda mediática* y *frame* (provenientes desde las teorías del *Agenda Setting* y del *Framing*), es el pilar teórico elegido dentro de esta tesis, en principio, para acercarnos a un estudio sobre la representación mediática respecto a los movimientos sociales de nuestro país. Un tema que ha sido poco analizado desde el campo de la comunicación y de los mismos estudios sobre los movimientos sociales, en un contexto en el que se ha manifestado una cobertura mediática dirigida a una audiencia en relación a los grupos LGBTI. Así, en teoría se han identificado al menos tres actores sociales relevantes (medios de comunicación, movimientos sociales y públicos), los mismos que tienen como elemento clave a los contenidos, dentro de sus diversos niveles de interacción. En este sentido, nos hemos enfocado en el análisis de los contenidos de dos medios relevantes dentro del escenario mediático ecuatoriano, *El Telégrafo* y *El Comercio*, con respecto a la cobertura mediática alrededor de las marchas por el Orgullo porque se ha planteado la existencia de un problema social, al cuestionar el rol visibilizante que cumple la prensa pública y privada en la manera en que se presenta y enmarca su información, con relación a los grupos LGBTI como objetos de la información.

Palabras claves: *Agenda mediática, frame, LGBTI e issue.*

Abstract: *The theoretical convergence of media agenda and frame, concepts from Agenda Setting and Framing theories respectively, was the reflection base of this investigation in the framework over media representation, about social movements in Equator. Especially, when LGBTI issues have been identified in a public and private media coverage and redirected to an audience through some frames. By this reason, El Comercio and El Telégrafo were taken for this analysis like cases of two types of elite media in the country. In addition, this work has recognized the roll of collective actions, as the “GLBTI Proud”, not only as a portion of the democratic development of GTLBI movements here in the country, but also because those groups have been identified on a content coverage as a media object.*

Agradecimientos

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo constante de mi asesora la Dra. Palmira Chavero, quien siempre tuvo la disposición para escuchar mis inquietudes y solicitudes de último momento. Además, de agradecer a la Dra. Isabel Ramos, la Dra. Susana Sel y a la Dra. Susana Wappenstein por sus contribuciones académicas, recomendaciones y enseñanzas que me ayudaron a crecer no solo como profesional, sino como ser humano.

Introducción

Desde 1998, que entra en vigencia un principio por la no discriminación en el Ecuador, parece haber marcado una nueva etapa con respecto a la representación pública de los grupos LGBTI (*gays*, lesbianas, bisexuales, transexuales e intersexuales) ecuatorianos. Ya que hasta 1997 la vigencia del artículo 516 y su inciso primero del antiguo Código Penal del Ecuador criminalizaba el travestismo y la homosexualidad (Argüello 2013, Viteri 2014, Páez 2007 y Quintana et. al. 2014), impidiendo a estos grupos manifestarse de forma pública; principalmente, por temor a su represión. Así, la redacción de un principio de no discriminación en la Constitución al siguiente año representó una oportunidad a favor de los grupos LGBTI, sugiriendo nuevas posibilidades y formas de expresarse públicamente ante el resto de la sociedad.

En el país, la periodización anual de las conocidas marchas por el Orgullo es un caso de la concreción y vigencia de este principio de igualdad que ha llegado a los grupos LGBTI desde 1998; representado una de sus acciones colectivas más difundidas a nivel nacional. Estas han sido el mecanismo que tienen los grupos LGBTI para establecer nuevas demandas en torno la identidad de género y la orientación sexual en los escenarios actuales (Figari 2011, 225). Por lo que, esta expresión colectiva ha pasado de una veintena de personas asistentes en 1998 en el Ecuador (*El Comercio*, junio 29, 1998) a llegar a las dos mil en el 2012 (Ministerio de Inclusión Social Económica, 2012); estableciendo un fenómeno colectivo visible, con tintes reivindicativos, característico del universo político que se ha difundido en los grupos LGBTI ecuatorianos.

Sin embargo, el interés mediático, por otro lado, también se ha convertido en un elemento clave dentro de la exposición de los colectivos LGBTI y su socialización. Puesto que los medios masivos al mismo tiempo que se han constituido en un actor relevante, sobre todo, para la visibilidad de acontecimientos dirigido a diversos grupos y públicos (McCombs 2006, Hallin y Mancini 2008 y McQuail 2005), también las expresiones colectivas masivas de un movimiento se han convertido en elemento de exposición mediática por diferentes razones (Tarrow 2012 y McAdam 1999). En este sentido, considerar a las marchas del Orgullo como un elemento de los medios de comunicación plantea una serie de interrogantes en este trabajo, que toma en cuenta las particularidades de esta porción de la realidad social ecuatoriana sobre grupos LGBTI, junto a los medios de comunicación dentro del escenario público.

Al respecto, se ha identificado una serie de relaciones sociales diversas y de diferentes niveles, especialmente, en la imbricación de tres actores sociales como son los movimientos sociales, los medios de comunicación y las audiencias. Esto sugiere la presencia de un fenómeno social complejo que debe ser analizado, no solo por los diferentes escenarios de interacción que se presenta entre estos tres actores (Snow y McAdam 2000), sino también por la actualidad que representa este tema en torno a la aplicación de logros constitucionales alcanzados en el país, dentro de un sistema de derechos y de regulación de los medios. Sin embargo, la situación de la representación mediática en torno a las marchas por el Orgullo hasta el momento ha sido un asunto residualmente analizado tanto en el campo de la comunicación o en el estudio de los movimientos sociales.

Esto ha permitido plantear un nuevo tipo de análisis con respecto a esta porción de la realidad dentro de este trabajo. Así, este análisis se convierte en una primera aproximación que conjuga el escenario reivindicativo de la diversidad sexual junto al escenario mediático de los medios de comunicación, enfocándose en los contenidos. Fundamentalmente, cuando por un lado, tras la revisión bibliográfica sobre lo LGBTI y los movimientos sociales, la representación de los medios de comunicación ha sido abordada como un elemento secundario de una lista estratégica entre los objetivos de un movimiento y sus demandas (Figari 2014, Peña 2014, Argüello 2013, Tarrow 2012, Mejía y Almanza 2010, Blanco 2008, Gamson y Wolfsfeld 1993, McAdam 1999; y Hunt, Benford y Snow 1994).

Mientras por el otro lado, cuando con respecto a los estudios sobre la comunicación de la información se han enfocado en el análisis de las relaciones y efectos entre los medios masivos de comunicación y unos públicos (McCombs 2006, McQuail 2005, Dussailant 2004, Gitlin 2003 Lippmann 1999, Scheufele 1999, Iyengar 1994, McCombs 1994 y Gandi 1991). En este sentido es que no se ha evidenciado una profundización teórica y/o un estudio concreto de este fenómeno social, como es el caso de los grupos LGBTI y su relación con los medios de comunicación, manifestado en la realidad de las marchas por el Orgullo y la producción de objetos mediáticos. Por lo que bajo estas dos consideraciones mencionadas es que aquí se plantea un nuevo reto dentro del estudio de la comunicación; donde grupos sociales interactúan bajo determinados parámetros con el contexto que se relaciona en torno a la comunicación masiva y sus medios (Kitzberger 2010).

Por ello es que en el camino de esta iniciativa, los aportes de la teoría del *Agenda Setting* y de la teoría del *Framing* permiten plantear elementos conceptuales mutuamente complementarios

para entender la imbricación de este fenómeno ha analizar. En especial, cuando los contenidos son el elemento constante que se localiza dentro de la complejidad que se está revelando, en la relación entre unos grupos sociales y los medios de comunicación. Ambas teorías permiten desde la abstracción aproximar a este trabajo, con un grado determinado de reflexión, a la definición de medios y movimientos sociales, donde se identifican múltiples niveles de interacción. Lo que sugiere, inclusive, la ejecución de un estudio más completo y complejo bajo los tintes de un enfoque sociológico total.

Es en este sentido con la colaboración de ambas teorías se ha identificado un problema social, en este caso relacionado a lo que se dice en los medios y cómo se lo construye desde el sentido. Así, en este trabajo es que se está en total acuerdo en mantener un pensamiento crítico con respecto a dos posturas que promueven estas teorías. Por un lado y tomando las palabras de McCombs (2006) desde la teoría del *Agenda Setting*, cuando se ha manifestado que los medios de comunicación contribuyen al consenso social y la visibilidad de acontecimientos. Por el otro desde la teoría del *Framing*, cuando se ha argumentado que lo que mencionan los medios está cargado de un determinado enfoque, convirtiendo a los medios de comunicación en actores sociales no verídicos u objetivos, con respecto a su construcción de la realidad.

Es por ello que la presente investigación cuestiona el rol de la comunicación informativa, tomando como referencia los resultados obtenidos tras un análisis de la denominada prensa seria, que en el Ecuador es una fuente significativa de información sobre acontecimientos que suceden en el entorno (prensa élite), no solo dirigido para la ciudadanía, sino para otros medios dentro del sistema mediático. Al mismo tiempo, se delimita una porción de la realidad social, tomando en cuenta a grupos como los LGBTI, cuando estos forman parte de la cobertura mediática en el tiempo referencial que se dan sus marchas, que por sí ya son públicas, a una suerte de ingreso como parte de los contenidos informativos de los medios.

Cabe volver a recalcar, que este trabajo es una primera aproximación a la compleja realidad que implica analizar dos actores sociales importantes como es el caso de los grupos LGBTI y los medios de comunicación, empezando por estudiar los contenidos. Además, se resalta, que si se tratase de hacer un análisis más rico, incluso las audiencias serían otro elemento que debería ser añadido a este estudio como se sugiere desde los estudios de la comunicación. Sin embargo, lo que se busca es hacer un aporte inicial analítico entre movimientos sociales y medios informativos, tomando en cuenta que los contenidos son el común denominador y la

base de cualquier análisis de los diferentes niveles de relaciones más complejas, manifiestas en el nivel interpretativo entre medios, movimientos sociales y unos públicos receptores.

Objetivos de la investigación

Así, la tesis pretende principalmente analizar cómo se han presentado los asuntos mediáticos sobre los movimientos LGBTI en los medios denominados públicos y privados. En este sentido, los objetivos secundarios se han centrado en:

- 1) Identificar los temas que se presentan en los medios elegidos a través de la observación de una parte de sus agendas mediáticas.
- 2) Describir el enfoque mediático de sus contenidos a partir de la primera marcha hasta la última registrada en el 2015.
- 3) Establecer relaciones y diferencias entre los contenidos de los medios privados y públicos desde 1998 hasta el 2015.

Con la finalidad de completar dichos planteamientos, el presente trabajo retoma a las teorías del *Agenda Setting* y del *Framing* aplicadas al estudio de la relación de los movimientos sociales y la comunicación mediática. Es decir, primero para entender a través de la teoría del *Agenda Setting* la definición de una *agenda mediática* y del funcionamiento de los medios (McCombs 2006), y la teoría del *Framing* para comprender dentro de un contexto de actores los formatos que otorgan los medios a sus contenidos cuando existe un *encuadre mediático* como un momento de exposición (Shoemaker y Reese, 1991).

Es por ello que dentro de la primera dimensión del *Agenda Setting* se plantea una definición de *agenda mediática* y el rol de la comunicación masiva en términos de visibilidad. Por otro lado, dentro de la segunda dimensión, se plantean la definición de *frame* como parte de un proceso de interacción social entre medios masivos y grupos sociales, bajo condiciones en las que el sentido juega un rol importante en la construcción de la realidad en una relación determinada en los contenidos mediáticos.

1. Agenda mediática y *frame*

Esta tesis tiene la intención por entender cómo desde los *mass media* se construyen los actores sociales dentro de sus contenidos; fundamentalmente, por un lado cuando se reconoce a “la

comunicación masiva como un fuerte referente para la representación social [...]” (Gitlin 2003, 9). Por lo que desde la parte más abstracta de este trabajo se comparte la postura de algunos autores que cuestionan la posición que tienen los *mass media* en torno a la visibilidad de sucesos desde lo que exponen (McCombs 2006, Gitlin 2003, Hanitzsch 2010, Scheufele 1999 y, Shoemaker y Reese, 1991). Incluso ha permitido mantener una postura crítica con respecto a la consideración de los medios masivos como actores políticos, pese a que muchos se desenvuelven como verdaderas empresas mediáticas (MQuail 2010, 215).

El capítulo uno de esta tesis, primero parte de la teoría del *Agenda Setting*, y luego de la teoría del *Framing* para reflexionar sobre la importancia de los contenidos masivos dentro de la representación de grupos sociales; comenzando en esta primera parte con el concepto de *agenda mediática*, donde se la ha definido como una serie de *objetos (temas o issues)* que adquieren visibilidad cuando se exponen en los medios de información (McCombs 2006, 191). Esta definición permite comprender, por un lado, a los asuntos que exponen los medios de comunicación como elementos informativos, por el otro, destacar la condición visibilizante que otorgan los *mass media* a los acontecimientos frente a una diversidad de audiencias al respecto de determinados asuntos.

En el apartado, se desarrollan dos nociones sobre cómo comprender a la *agenda mediática*. Una primera, entendiéndola a través de los temas u objetos que se plantean como consecuencia de una serie de relaciones sociales (McCombs 2006, 81) y, una segunda, en el modo en que dichos *issues* se presentan cuando se producen de manera masiva, bajo un tratamiento informativo pensado en las audiencias (McCombs 1991, 18). Así, es que se identifica desde la *Agenda Setting* algunos vínculos sociales para la determinación de una agenda mediática, al interrogarse: ¿Quién y qué plantea la *agenda* de los medios?, sugiriendo la manifestación de otros elementos sociales tanto al interior como al exterior de los *mass media*.

Al respecto, se citan las categorías que denomina McCombs (2006) *fuentes de información*, las *normas profesionales y la relación con otros medios de información*, dentro de los cuales se identifican algunas figuras que se relacionan con los medios (McCombs 2006, 192). Por ejemplo, el caso de los *líderes de opinión* (sujetos concedores de un tema), los *políticos* (candidatos electorales y presidentes), *gate keepers* (editores), *newsmen* (comunicadores, periodistas, columnistas, productores, etc.), *grupos culturales* (activistas, deportistas,

artísticas, etc.) y *medios élites* (la prensa) que van determinando una suerte de temas mediáticos.

Sin embargo, McCombs (2006) resalta la condición de estas dos últimas figuras con respecto a construir un tipo de agenda dada, cuando se “trata de asuntos que están empezando a ser estudiados desde el *Agenda Setting* [...]” (McCombs 2006, 220), lo que ha sugerido la presencia de un análisis residual en términos de determinar a los actores culturales como sujetos que generan una agenda mediática. Por ello, desde esta postura se destaca los pocos trabajos que se han dado para estudiar la relación que existen desde los grupos culturales con relación a plantear temas en los medios de comunicación (McCombs 2006, 220).

Inclusive, Hallin y Mancini (2008) han destacado la necesidad de profundizar este tipo de análisis que relaciona a los medios de comunicación y determinados actores políticos como los movimientos sociales (Hallin y Mancini 2008, 297). Es por ello que en este apartado del primer capítulo se justifica, en una forma inicial, la postura de esta tesis en torno a la representación mediática con respecto a los grupos sociales como los movimientos. Ya que si bien, se puede pensar que no generan una serie de temas de forma constante como lo hacen por ejemplo los presidentes o los famosos, en teoría se percibe que sí adquieren una suerte de visibilidad en los medios, pero bajo otros criterios que deben ser analizados cuando los movimientos sociales se convierten en temas de los medios de comunicación.

En torno a un segundo tipo de reflexión sobre la agenda mediática, también se determina lo que se expone en los medios. Para ello, se retoma la definición de agenda de VanSlyke (1991), que la entiende desde la teoría del *Agenda Setting* como “la información presentada en los medios y, la importancia que los medios la atribuyen a los temas ante una diversidad de audiencias [...]” (VanSlyke 1991, 211). Este concepto sugiere que la *agenda mediática* está constituida por elementos informativos dirigidos a una audiencia, y distribuidos bajo determinadas importancias (*saliencia*). Por ejemplo, a través de una determinada frecuencia de apareamiento o dentro de un orden temporal de los temas (Bardín 2002, 85).

Esta condición dentro de este trabajo marca, por otro lado, poder determinar una serie de temas que se manifiestan en los medios con respecto a un asunto que adquiere visibilidad ante unas audiencias, después de haberse planteado en la primera reflexión sobre la agenda, a quién o a qué ha hecho esta referencia. Así, se cierra la idea que es importante para este estudio con respecto a entender la *agenda mediática*. Principalmente, al observarse

limitaciones para responder un planteamiento que busca entender el cómo se desarrollan los asuntos mediáticos¹ más allá de las relevancias de los temas. En este sentido, se reconoce como lo sugiere Entman (1993) que más allá de la saliencia sobre la identificación de temas en los contenidos, existen aspectos que le otorgan un carácter más subjetivo, especialmente a su desarrollo como textos.

Esto va sugiriendo dentro de los contenidos, una tercera reflexión con respecto a la manera de representar la información a una suerte de resaltar unos elementos valorativos. En otras palabras, unos principios que rigen a los contenidos (Dussaillant 2004, 50). Así, se toma en cuenta en este apartado las palabras de Iyengar (1994), quien indica que los mensajes mediáticos están bajo unos formatos, enfoques o *frames* que permiten marcar su relación social, incluso política, de los asuntos que se presentan (Iyengar 1994, 56). El autor presenta dos opciones analíticas en las que se puede enmarcar los objetos de una agenda, ya sea la forma temática de un asunto o su forma episódica.

En palabras de Entman (1993), se explican estos formatos mediáticos “cuando se representan en los textos unos agentes en torno a los cuales existe un problema, sus aspectos morales y las sugerencias para resolverlo [...]” (Entman 1993, 51). Lo que permite tener una segunda idea para entender los contenidos desde un aspecto valorativo, más allá de especificar de qué o quién se habla y con qué relevancia como sucedía con la primera idea de agenda mediática. Por ello es que se identifica la presencia de un elemento de encuadre que forma parte de una agenda, cuando se desarrollan los asuntos sociales en torno a “[...] cómo se describen y lo que se considera relevante con respecto a sus protagonistas [...]” (Greer y Murray 2014, 264).

En este punto, se alcanza un debate que da inicio a la reflexión para entender el *encuadre mediático* sobre los contenidos como un elemento subjetivo desde los medios. Sin embargo, el hecho de identificar una carga de sentido en los contenidos de los medios de comunicación forma parte de un entramado teórico más rico. Ya que el encuadre o *frame* como concepto individual trasciende al entendimiento único de los medios de comunicación, a tal grado que existe una teoría, del *Framing*, para entender las interacciones de diversos actores sociales. Diversos autores al respecto han sostenido que los encuadres están “mediando las relaciones humanas” (McAdam 1999, Scheufele 1999 y Sádaba 2001)

¹ Aunque se menciona la existencia de una agenda de atributos, este concepto también es limitado ya que si bien responde de forma parcial la interrogante de cómo se desarrollan los temas en los medios, este se reduce a entender las características con los que se destaca un tema.

Así, por el lado de la teoría del *Framing* se sugiere “la existencia de los *frames* como las unidades que se encuentran dentro de cualquier relación social” (Scheufele 1999, 118). Por lo que son diversos y dependen de los vínculos que se estén analizando (Gamson 1984, 135). Incluso, algunos autores han denominado al *framing* como algo fragmentado por la diversidad de aportes y descubrimientos que se realizan en torno a los marcos de interpretación de los sujetos bajo diferentes contextos (Sádaba 2001, Scheufele 1999 y Entman 1993). Por ello dentro de esta segunda parte del primer capítulo, el encuadre va tomando no solo características subjetivas, como lo sugiere el campo de la comunicación sobre el desarrollo de los contenidos, sino que se lo considera como un elemento de intersubjetividad desde la teoría del *Framing*.

En palabras de Sádaba (2004), esta condición ha implicado que el *encuadre* sea un elemento socialmente construido, “lo que le permite emerger en la interacción y la representación que se realizan desde los actores [...]” (Sádaba 2004, 72). Los medios de comunicación y los movimientos sociales son dos actores sociales que interactúan bajo determinados momentos. El *frame* en este sentido coloca a los medios de comunicación dentro de un escenario de vinculación bajo un amplio contexto, representando un “tiempo de interrelación con determinados actores [...] un estado de transacción de sentidos” (Gamson y Wolfsfeld 1994), desde diversos niveles de interpretación e identificación.

Desde los estudios de los movimientos sociales, se considera que este momento puede darse bajo aspectos problemáticos entre sujetos sean políticos, sociales y mediáticos (Gamson et. al. 1992). Estas condiciones han implicado que se identifiquen “unos protagonistas, unos aliados y unos antagonistas [...]” (Scott, Benford y Snow 1994) como parte de sus marcos interpretativos, especialmente, cuando los movimientos se enfrentan a un problema. Esto puede colocar a los medios en una posición aliada, donde los medios adquieren una función política, al visibilizar aspectos relacionados a las condiciones desiguales que deben enfrentar actores sociales, por ejemplo como ha sucedido con los grupos negros en 1970 de Estados Unidos y su participación con los medios.

Sin embargo, algunos estudios de los movimientos sociales sugieren que la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación, se da dentro de una transacción de sentido desigual (Gamson y Wolfsfeld 1993, Gross 2008, Gamson et. al. 1992 y; Scott, Benford y Snow 1994). Uno de los niveles de esta asimetría se ha hecho manifiesta cuando en los medios se expone lo que ellos creen conveniente, “[...] de acuerdo a los parámetros que

adaptan sus contenidos” (Tuchman 1973, 112); los mismos que son dirigidos a una audiencia y no de acuerdo a los intereses y objetivos de los movimientos sociales. Por ello es que los aportes de la teoría del *Frame*, permiten entender al *encuadre mediático*, no solo como un elemento cargado de sentido y visibilidad social como lo sugieren los estudios de la comunicación, sino también como un momento clave para los grupos sociales a una suerte de beneficio para sus objetivos desde lo que expone un vocero, que puede ser aliado o no.

En el caso de la representación mediática de los movimientos LGBTI, si bien ha existido una literatura con respecto a su exposición en los medios, aún no se ha profundizado un estudio que centre su atención en el nivel de los contenidos con respecto a una cobertura de sus marchas en el Ecuador. Primero, porque existen pocos estudios desde los movimientos sociales que se han centrado en analizar el nivel del *frame mediático* relacionado a los grupos y movimientos sociales. Segundo, desde el campo de la comunicación se ha dado lo mismo, cuando se han centrado estos estudios en los efectos del *frame mediático* con respecto a unas audiencias, a través de los estudios de *rating* o de *marketing* político. Por lo que ambas ramas, han dejado de lado una profundización del *encuadre mediático* en torno a los contenidos, en especial, aquellos relacionados con los grupos LGBTI como momento de transacción de sentidos concretos en los objetos de los medios de comunicación.

2. Marchas por el Orgullo y sistema de medios en el Ecuador.

En este sentido el capítulo dos de esta tesis aplica el concepto de encuadre, desde un punto de vista que esquematiza un momento y una suerte de escenario interactivo, tomando en cuenta algunos elementos políticos y organizativos de los movimientos sociales que han otorgado las “[...] posibilidades de convertirlos en un objeto para los medios de comunicación [...]” (McAdam 1999). Por ello, es que se identifica un sistema de movimientos sociales y otro de los medios de comunicación, en el escenario ecuatoriano. Dentro del escenario de un sistema de movimientos se resalta en el capítulo dos, las condiciones que en el país se han dado para que grupos LGBTI puedan adquirir visibilidad pública y por ende cobertura mediática, como resultado de acciones organizadas y cambios legislativos importantes.

Así, en la primera parte del capítulo dos se resalta los acontecimientos tras el origen de las marchas por el Orgullo; tomando en cuenta el escenario político y disruptivo de los sujetos *sexualmente diversos* (Argüello 2013), que les ha permitido socializar su acción colectiva también en los medios de comunicación. Al respecto, se ha tomado en cuenta tres acontecimientos; como la despenalización de la homosexualidad, la vigencia del principio de

no discriminación en 1998 y la reforma constitucional del 2008, como acontecimientos que permitieron que las marchas por el Orgullo fueran posibles y se mantengan hasta el día de hoy como un suceso social.

Al respecto, se hace una breve reconstrucción histórica partiendo de la despenalización. Por ejemplo, se inicia con el 14 de junio de 1997 con los detenidos en el bar Abanicos en la ciudad de Cuenca². Esta es una fecha importante para el contexto de los colectivos LGBTI ecuatorianos ya que antes de 1997, no podían salir a las calles, por temor a los abusos y represión policiales. Por lo que el único referente que tenían los medios de comunicación hasta antes de 1997 sobre los LGBTI era la etiqueta criminal, sugerida por la ley dentro del Código Penal.

Así, se mencionan en este apartado algunas vinculaciones del colectivo LGBTI con organizaciones internacionales y el gobierno de turno como los informes de Amnistía Internacional, que mostraban datos sobre la situación de los homosexuales desaparecidos en el Ecuador y, también el proyecto de visibilización de la cancillería durante el gobierno de Fabián Alarcón. Estos dos eventos fueron indispensables para contribuir a la despenalización de la homosexualidad. Sin embargo, los cambios en torno a una legislación constitucional positiva hacia los LGBTI, aún no era un hecho concreto.

Este capítulo también resalta la importancia de un segundo episodio relevante dentro de esta aproximación contextual del escenario LGBTI. Al respecto, la reforma Constitucional de 1998 recoge las observaciones del Consejo Interamericano de Derechos Humanos (CIDH) y, los elementos de los pactos internacionales firmados por el Ecuador. Los mismos que permitieron que en marzo de 1998 se apruebe la redacción de la nueva Constitución, donde se reconoció por vez primera, la vigencia del artículo 23 a favor de la igualdad y la no discriminación por la orientación sexual manifestando:

Art 23.3 Todas las personas serán consideradas iguales y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma; religión, filiación política, posición económica, orientación sexual; estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole (Constitución Política de la República del Ecuador 1998)

² Cristian Mancero, “La construcción del movimiento *gay* y sus manifestaciones sociales, culturales, y políticas de la ciudad de Quito” (tesis de maestría, FLACSO, 2007), 45.

Al respecto, se destaca la importancia de este acontecimiento en este capítulo para los LGBTI. Primero, porque el Ecuador pasa a convertirse “en el segundo país libre de discriminación por orientación sexual constitucionalmente, después de África del Sur” (Figari 2010, 141).

Segundo, como consecuencia de aquello, la primera marcha por el Orgullo en el Ecuador se organiza en 1998 por FEDAEPS en las calles de la ciudad de Quito. En palabras de Chacon (2008) este suceso se concibió como “un momento histórico para el colectivo LGBTI que tras la despenalización de la homosexualidad y la posterior vigencia del artículo 23 de la Constitución, se les permitió adquirir una suerte de visibilidad pública a través de su primera marcha” (Chacon 2008, 19). Lo cual implicó, una nueva representación pública y por ende mediática en torno a los LGBTI, ya no como criminales sino como actores civiles reivindicativos.

A partir de ese momento, se hace relación a cómo las marchas adquirieron una periodicidad, entre el final de los meses de junio y los comienzos de julio. Principalmente, cuando esta expresión colectiva se ha manifestado públicamente tras la vigencia de un principio de no discriminación. También dentro de este capítulo se destaca el escenario constitucional de las marchas como un mecanismo que ha dado visibilidad a otras demandas. Por ejemplo, la ley orgánica para prevenir todas las formas de discriminación que no tuvo mayor acogida por el Congreso durante el gobierno de Gustavo Noboa en el 2004 (*El Comercio*, junio 24, 2004), el tema sobre el matrimonio civil igualitario del 2014, la no discriminación familiar del 2008, entre otras.

Además, en la segunda parte de este apartado se relaciona la aplicación del principio de no discriminación con algunas medidas gubernamentales posteriores, como es el caso de la reforma constitucional del 2008. La misma que ha beneficiado de diferentes formas a grupos que se sufren discriminación no solo por orientación sexual, sino también por identidad de género. En este sentido se mencionan los casos que han tomado en cuenta la legislación de los medios de comunicación y a sus contenidos. Especialmente, tras la consulta popular y reforma en el 2008, se planteó la creación de unos medios más democráticos y menos discriminatorios, como es el caso de los medios públicos y los comunitarios; junto a manifestar la prioridad de plantear una ley que prohibiese una publicidad discriminatoria en los medios dentro de las funciones del gobierno del Estado.

Art. 18 El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios,

[...] en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada (Constitución del Ecuador 2008).

Art. 19 La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación [...] Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación [...] que atente contra los derechos (Constitución del Ecuador 2008).

Así, es que tras este breve recorrido de episodios sugeridos en el capítulo dos, que bosquejan una porción del escenario social en torno a los movimientos LGBTI, luego se sugiere la presencia de un sistema mediático. Dentro del cual se evidencian algunas fluctuaciones y constantes que se han mantenido, cuando se toma como referencia temporal las marchas por el Orgullo.

En este sentido, la continuación de este segundo capítulo da la apertura a los cambios que se han dado dentro de un sistema de medios de comunicación, destacándose el rol de los medios públicos; y también el de los medios privados como actores sociales importantes para la visibilidad de acontecimientos (medios de comunicación élite) en torno a la información. Al respecto, se identifican dos fechas importantes en torno a la representación mediática. El 2008 donde tras el cambio constitucional se garantizó la creación de unos nuevos medios de propiedad del Estado, y el 2013, cuando entra en vigencia una ley de comunicación en torno a la regulación de los contenidos discriminatorios.

Así, en el 2008 se destaca el hecho de la expansión de los medios de propiedad del Estado, con la creación de un canal nacional, la incautación de algunos medios privados, la compra de un periódico y la repotenciación de la radio pública, para contrarrestar “[...] la predominancia de la empresa mediática privada [...]” (Almeida et al 2011, 74). En este punto, se señala la importancia que ha adquirido *El Telégrafo*, como una prensa de alta cobertura dentro de la tipología de un medio público (Ayala y Calvache 2008). Además, se expresa como los medios de propiedad privada hasta la fecha se han mantenido como una empresa mediática, de alta cobertura a nivel nacional (Mitau 2011); señalando el caso de *El Comercio* como una de las fuentes más significativas dentro de la visibilidad de temas específicos bajo la propiedad privada de los medios.

En este sentido, es que se identifica una suerte de cobertura, figura uno y dos, en torno a la fecha en que se dan las marchas por el Orgullo de parte de ambos medios, seleccionados

dentro del sistema de comunicación en el Ecuador, iniciado prácticamente desde el año 1998 cuando se dio la primera marcha. El acontecimiento va a ser analizado bajo algunas variables con respecto a los temas que se han producido (agenda) y los enfoques (encuadre) que la prensa informativa ha otorgado a los asuntos mediáticos sobre los LGBTI alrededor de esta fecha.



Además, dentro de este capítulo se menciona la vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación, lo que propone la presencia de un proceso regulador en el sistema de los medios de comunicación. Se resalta como entre las condiciones que permitieron que dicha ley se lleve a cabo radicaron principalmente tras la reforma constitucional del 2008 y luego con la consulta popular llevada a cabo el 2009, en la que se proponía a los ciudadanos regular a los medios de comunicación del sistema mediático ecuatoriano.

Con la finalidad de evitar los excesos en los medios de comunicación, ¿Está usted de acuerdo que se dicte una ley de comunicación [...] que norme la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca los criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores? (Ecuador: *Referéndum* – consulta popular 2011)

En este sentido es que desde la porción de la realidad de los medios de comunicación, han existido cambios importantes, como son la emergencia y fortalecimiento de otro tipo de medios (medios públicos) y la presencia de una ley (sistema regulador). Así, el análisis bajo este contexto de los contenidos, se vuelve el objetivo principal de esta tesis, cuando por un lado desde el sistema de los movimientos sociales se han dado las condiciones para que una acción colectiva como las marchas por el Orgullo se convierta en un elemento periódico del

entorno nacional. El mismo que ha generado un tipo de cobertura en los medios de comunicación.

También cuando desde el sistema de los medios de comunicación aparecerían dos tendencias a encuadrar los contenidos, ya sea desde los medios privados o públicos, regidos últimamente por una ley de comunicación, en los cuales existe la posibilidad de encontrar elementos discriminatorios que pueden marcar la diferencia entre una prensa pública y privada respectivamente. Por ello es que se ha planteado la inquietud sobre cómo se ha dado el encuadre mediático entre este tipo de medios tomando en cuenta el caso de la prensa seria e informativa.

3. Análisis de contenido

Se considera que las dimensiones metodológicas³ de un análisis de contenido, sobre todo aquellas cuantitativas y cualitativas, son significantes cuando se estudian los mensajes mediáticos desde dos perspectivas: una descriptiva y otra interpretativa. Esta postura ha permitido plantear una herramienta que se explica en el capítulo tres, sobre cómo abordar la principal interrogante que se propone en este trabajo. En especial, cuando se ha percibido la necesidad de un estudio que considere el sentido de lo explícito (agenda) y lo implícito (encuadre) en lo que exponen los medios. En este sentido es que, “[...] el análisis de contenido rescata que cualquier estudio referente a un contenido deba identificar lo que se dice y lo que se expresa en los mensajes, moviéndose entre dos polos a través del rigor de la objetividad y la fecundidad de la subjetividad” (Bardín 2002, 7).

Eso ha significado plantear diversos niveles de procesos de encuadre en la prensa, la televisión e incluso la radio. En este apartado “se toma en cuenta consideraciones primero medibles y, segundo, interpretativas” (Abela 2001, 21) del análisis de contenido. Entre aquellos elementos cuantitativos, por ejemplo, Berelson (1952) y Krippendorff (1990) han reconocido el poder descriptivo que debe poseer cualquier técnica de análisis de contenido en identificar unidades de análisis. Clásicamente, en palabras de Berelson 1952, las unidades de análisis han permitido “una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos,

³ “El primer nombre que ilustra realmente la historia del análisis de contenido es el de h. Lasswell, quien hace análisis de la prensa y de propaganda desde aproximadamente 1975” Laurence Bardín, *Análisis de contenido* (Madrid: Akal, 2002), 11.

los mismos que son explicitados e identificados en los textos que cumplen ciertas frecuencias” (Berelson 1952, 17).

Unidades de análisis

Las unidades que se explican en este capítulo se han basado en la definición de Entman (1993) “[...] son cualquier fragmento de texto o de imagen (...)” (Entman 1993, 53) que adquieren *saliencia*. Es decir, cuando las unidades de análisis se identifican dentro de una agenda mediática pueden ser los “titulares, los titulares secundarios, las fotografías, las capturas fotográficas, *leads*, las citas, los recursos, *pull quotes*, logos, cuadros estadísticos, párrafo de conclusión, incluso toda la noticia” (Tankard 2001, 100). Así, se retoman primero las consideraciones planteadas por Abela (2001), quien sugiere que “se deben elegir las unidades de análisis relevantes al trabajo y al mismo tiempo deben codificarse de acuerdo a unas categorías” (Abela 2001, 14).

Es decir, por un lado, se justifica la elección de los titulares como los elementos más salientes (Entman 1993, 51). Por otro lado, se desarrolla un manual de codificación que se detalla completamente en el capítulo 3 con respecto a cómo cuantificar los asuntos desarrollados por los medios considerados. Las categorías medición y codificación se han basado en la categorización de Bardín (2002), quien propone la consideración de una presencia, frecuencia y orden en que los temas son presentados en las respectivas agendas que se analizan.

La presencia de los asuntos mide y hace una comparación de qué temas se mencionan en un medio y que no en otro medio [...] *La frecuencia* mide la importancia de una unidad de registro que crece con la frecuencia de aparición, donde se determina un *ranking* [...] *el orden* esquematiza el orden temporal en que aparecen los temas, con su respectiva jerarquía tomando en cuenta el tamaño [...] (Bardín 2002, 82-85)

Además, como parte de un análisis en torno a determinar si se identifica algún contenido discriminatorio se desarrollan los indicadores seleccionados de un *Índice de Vulneración de Derechos* (IMVD) del Laboratorio de Comunicación y Derechos (en adelante LABCYD). Dentro de este análisis cuantitativo se seleccionan las variables que permiten estudiar parámetros en torno a la orientación sexual y la identidad de género aplicado a los contenidos de los medios de comunicación. En principio, ya que este índice toma varias categorías que van desde la banalización hasta la victimización de los protagonistas en los contenidos de manera medible (ver también capítulo), inspiradas en los planteamientos de la Ley Orgánica de Comunicación.

Por otro lado, aunque existe un enorme debate de lo que se mide dentro del análisis de contenido, en estudios más contemporáneos, en este capítulo se resalta también la necesidad por resaltar al aspecto interpretativo presente en los contenidos, especialmente, sobre aspectos no explícitos a primera vista. Es decir, se complementa la cuantificación con un análisis de tipo cualitativo. Por ello es que no carece de razón la definición más contemporánea que Bill Gillham (2010) expresa sobre el análisis de contenido, al escribir que “su esencia radica en el poder identificar oraciones sustantivas que en realidad dicen algo en un episodio social determinado” (Gillham 2010, 71).

Así, en este capítulo también se aplica el análisis de contenido bajo herramientas cualitativas, cuando el propósito de esta técnica ha sido el de trascender las simples cuantificaciones.

El análisis de contenido es una herramienta que favorece la determinación de información profunda y de carácter interpretativo que trasciende la medición y la frecuencia de rasgos léxico-gramaticales, para encontrar lo que no es visible a primera vista [...] (Pérez 1994, 10).

Dimensiones cualitativas

Si bien en palabras de Entman (1993) se vuelve necesario considerar lo más saliente dentro de cada análisis, también es posible identificar algunos elementos significativos. Al respecto, se considera si las notas periodísticas sugieren o no la presencia de problemas, aspectos morales y la solución para resolverlos.

[...] se puede aplicar la *definición de un problema* determinando que está haciendo el agente causal en términos de costos y beneficios, medidos en relación a los valores culturales y morales; el *diagnóstico de las causas*, identificando las fuerzas que causan el problema; la *sugerencia moral*, evaluando a los agentes causales y sus efectos y la *respuesta con soluciones* ofreciendo y justificando el tratamiento a los problemas. (Entman 1993, 51).

En este sentido la consideración de elementos temáticos u episódicos se convierte en el elemento principal dentro del diagnóstico planteado en los textos propuestos en este capítulo, donde las fuentes son un mecanismo para construir el tema, los problemas y las historias que se narran en los contenidos analizados. En palabras de Shanto Iyengar (1994) esto permite establecer los formatos que pueden adquirir los contenidos cuando se identifica aspectos de la atribución de responsabilidad:

[...] cuando se destacan actores específicos como asuntos mediáticos se hace relación a un encuadre episódico [...] por otro lado cuando los temas mediáticos se presentan como un

reportaje extraído de un informe, unos antecedentes generalizados, donde no se habla de sujetos concretos sino va dirigido a actores globales a través de datos o números, este es un encuadre temático (Iyengar 1994, 25).

Como segundo punto, y con relación a la evaluación moral, se percibe la identificación de repercusiones que van dirigidas a un agente específico (Por ejemplo, la necesidad de establecer un mayor control sobre la represión social desde el Estado), donde el contenido del medio específica de forma clara alguna atribución de responsabilidad de un problema, por lo que el medio puede mostrarse como un aliado o un antagonista de los movimientos. En tercer punto, se considera como recomendaciones para este trabajo cualquier expresión del medio para promover una acción social específica o una solución a los problemas planteados sobre del tema de forma explícita, sea en palabras del medio o a través de citas con respecto a la opinión de otros actores.

Es así, que tras revisar las variables dentro de esta introducción, que se van considerar para un análisis de contenido aplicados a *El Telégrafo* y *El Comercio*, esta tesis se ha centrado en analizar una porción de sus agendas, dentro de un contexto en el que se han planteado diferencias entre una prensa pública y privada desde la definición de los medios y cuando se ha identificado la presencia de una cobertura mediática en torno a las marchas por el Orgullo en el Ecuador.

Capítulo 1

Medios masivos y visibilidad

En este capítulo las teorías en las que se basa esta investigación son las del Agenda Setting y del Framing. Ambas esquematizan los conceptos de este trabajo, como son los de agenda mediática y de encuadre, respectivamente. En principio, para manifestar que los encuadres de los temas que se exponen en una agenda mediática, bajo determinados momentos, a más constituirse en mecanismos destinados para dar visibilidad a determinados sucesos, estos son fuentes de sentido social e identidad a los que se percibe a determinados actores. Sin embargo, es necesario comprender el origen del primer concepto, el de agenda mediática, ya que este elemento conceptual proviene de una teoría compleja como es el caso de la Agenda Setting, que permite entender principalmente la relación de los medios de comunicación con unos públicos (audiencias).

Al respecto, lo que plantea por un lado Maxwell McCombs (1991), padre fundador de la teoría del *Agenda Setting*, “es que las agendas mediáticas tienen mucho éxito al momento de instaurar temas en la mente de los sujetos que las interpretan” (McCombs y Shaw 1991, 17). Por lo que se toma en cuenta la relación entre los temas (objetos) que se exponen en los medios de comunicación masiva y, los temas que las audiencias receptan. Para esta teoría, el rol de los medios de comunicación masiva es fundamental puesto que “aunque los medios de difusión no digan lo que se tiene que pensar, sí que tienen éxito a la hora de decirnos sobre qué se tiene que pensar” (Cohen 1963, 13). Por ello es que desde estas hipótesis se considere a la *agenda mediática* como un elemento de visibilidad social.

Los medios de comunicación se relacionan con el *entorno* (Lippmann 1991), sobre todo cuando el entorno es un aspecto clave desde la perspectiva del *Agenda Setting* dentro de la selección de qué asuntos se seleccionan desde los medios, para construir la realidad. Por esto es que por un lado el *entorno* sea definido como “un escenario infinitamente complejo de detalles” (Lippmann 1991, 35), dentro del cual se pueden encontrar desde eventos. Al respecto, Lippmann (1991) ha considerado que lo que se expone en los medios es un *pseudoentorno*, es decir si bien cumplen con una variedad de temas; medioambientales, elecciones presidenciales, marchas colectivas hasta aspectos tecnológicos, económicos, científicos que forma parte de la vida diaria de los sujetos, estos tan solo son una construcción de la realidad reducida al compararla con la verdadera.

Sin embargo, para Santillán (2012) los medios masivos no solo se han caracterizado por exponer diversidad de acontecimientos, sino también los posicionan otorgándoles “visibilidad y relevancia pública” (Santillán 2012, 7). Así, se ha mencionado que los medios de comunicación se conectan diariamente con varios acontecimientos que suceden más allá del contacto *face to face*. Por lo que de acuerdo a la *Agenda Setting* se convierten en verdaderos ofertantes de “una experiencia indirecta de los eventos que suceden alrededor [...]” (McCombs 2006, 189), adquiriendo “cierto poder dentro de la experiencia indirecta” según Gitlin (Gitlin 2003, 26) que debe ser considerada antes de hacer cualquier estudio en torno a los *mass media*.

Es por ello que dentro de la teoría del *Agenda Setting* se analiza las relaciones que se pueden dar en torno a una *agenda mediática*, especialmente cuando se identifican unos parámetros para entender la relevancia que adquieren determinados temas y a unos modos de exponerlos dentro de una construcción limitada de la realidad dentro ante unos públicos.

1. Teoría del *Agenda Setting*

Esta teoría se puede resumir a través de la siguiente condición: “[...] cuando los medios masivos informativos destacan determinados temas, estos llegan a ser vistos como importantes con el tiempo por el público” (McCombs 2006, 29). Este panorama teórico que inicia con los aportes de Maxwell McCombs sobre una primera hipótesis de que los medios de comunicación se convierten en el puente entre el mundo exterior y las imágenes que el público se hace en la cabeza (*pseudoentorno*) (Lippmann 1922); por un lado, esquematiza a los medios como verdaderos señaladores de acontecimientos en las sociedades modernas.

Por el otro, junto a otro planteamiento por la teoría del *Agenda Setting* se expresa “que los medios informativos a lo mejor no tienen éxito a la hora de decirle a la gente qué es lo que tiene que pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus audiencias sobre qué tienen que pensar”. (Cohen 1963, 13). Por ello es que desde esta teoría se percibe a los medios masivos de comunicación dentro de una suerte de “ofertantes de experiencias indirectas, que sugieren esquemas afectivos sobre la construcción de *objetos* que se exponen ante las audiencias” (McCombs 2006, 122).

En palabras de McCombs (2006) la idea central que guía a esta teoría es que la relación que se da entre una agenda mediática¹ y una agenda pública² se denomina establecimiento de la agenda o *agenda setting*:

El papel que tienen los medios informativos como fijadores de la agenda consiste en la relevancia de un tema, es decir, sobre si un número importante de personas piensan que vale la pena tener una opinión del tema en cuestión. Aunque en la agenda pública hay muchos temas que compiten por la atención solo unos pocos tienen éxito y los medios informativos ejercen gran influencia sobre la percepción de que elementos son los más importantes del día (McCombs 2006, 25).

Es decir, desde el *Agenda Setting* se plantea que existe una relación entre lo que se expone en los medios, junto a lo que se considerará como relevante en un entorno social, esquematizando una condición respecto a los *mass media* que se relaciona como una suerte de visibilidad de los temas ante un público. Así, mientras mayor es la correlación entre los temas que se exponen en los medios y lo que la gente considera importante, más alcance adquieren los medios como unos agentes de notoriedad de temas. Bajo este sentido, las *agendas mediáticas* actúan como variables independientes que legitiman la posición de los *mass media*, como voceros privilegiados respecto a los asuntos sociales que se destacan en sus canales.

Esta idea es fundamental para este trabajo, ya que reconoce la posición de los medios informativos masivos como fijadores importantes de temas que acontecen en los escenarios diarios. Lo que puede ser interpretado como visibilidad de acontecimientos, donde los mensajes, “provenientes de las noticias, detallan una suerte de concentración de producción de contenidos y conectividad desde de los *mass media* hacia una múltiple recepción” (McQuails 2010, 268). Esto permite, que los temas que se exhiben en los medios adquieran importancia dentro de las estructuras sociales, al formar parte de la relación de los sujetos en el día a día. Lo que puede ser considerado como un atributo de los medios “para contribuir a la cohesión social” (McCombs 2006, 180).

Sin embargo, de acuerdo a Todd Gitlin (2003) está condición ciertamente es preocupante al pensar que los medios de información se han constituido “en un tipo de fuerza, pero es más

¹ Agenda mediática se entiende a los temas que forman parte de los contenidos mediáticos.

² El concepto de agenda pública permite comprender el campo diverso de recepción al mismo tiempo el de las relaciones interpersonales que forman parte de las estructuras sociales modernas.

preocupante pensar que lo que en ellos se expresa no va acorde con la realidad” (Gitlin 2003, xiv-xv). Es decir, los *mass media* son una manera de representar al entorno no solo desde una posición privilegiada por su difusión múltiple masiva y, su relación con una agenda pública; sino también, en principio, al sugerir que los contenidos de los medios se basan en la selección de determinados asuntos y no de otros³ del entorno.

1.1. La agenda mediática

Los medios de información se han convertido en una de las principales fuentes de emisión de información de las sociedades modernas, “los mismos que han transformado las relaciones sociales a lo largo del tiempo” (Flichy 1993, 11-13). Sus contenidos constituyen fuente no solo de información, sino también de “construcción simbólica y subjetiva de esquemas sociales” (Orozco 2011, 378). Bajo estas consideraciones, especialmente la primera compartida por la teoría del *Agenda Setting*, surge uno de los mayores aportes dentro de la misma: Esto es el concepto de *agenda mediática*.

La *agenda mediática*, en otras palabras, trata sobre los objetos de interés público que se presentan desde los medios de comunicación a una receptividad diversa y masiva (McCombs 2006, 190). Otra definición expresa que la *agenda mediática* “es la información presentada en los medios y la importancia que los medios la atribuyen [...]” (VanSlyke 1991, 2011), que la asocia no solo con la información, sino con una manera en que se destacan los temas dentro de los contenidos que caracterizan a los medios. Así, para definir a la *agenda mediática*, la teoría del *Agenda Setting* se ha basado en la hipótesis principal del estudio de *Public Opinión* de Walter Lippmann (1991) profundizando que los contenidos mediáticos van construyendo un *pseudoentorno*.

El trabajo de Lippmann (1991), en este sentido, tiene en cuenta que la realidad que se construye en medios como la prensa es una representación limitada. Es decir, una suerte de entorno; ya que el entorno real es demasiado complejo de interpretar por lo que se requiere de *mapas* para poder interactuar con él.

El entorno real es demasiado extenso, muy complejo y de gran espacio para una apropiación y conocimiento directo. Nosotros no estamos equipados para tratar con tanto detalle, variedad, permutabilidad y combinaciones de fenómenos que en él se presentan. Aunque nosotros

³ Especialmente hace hincapié en los atributos que se destacan en los medios informativos sobre candidatos políticos durante las campañas electorales.

tenemos que interactuar en ese ambiente, este tiene que ser reconstruido como un modelo simple antes de lidiar con él. Para recorrer el territorio se necesita de mapas que hagan referencia al complejo mundo que nos rodea (Lippmann 1991,12).

El concepto de *agenda mediática*, así de acuerdo a McCombs (2006), ha guiado una serie de investigaciones dentro de la *Agenda Setting* en responder ¿Quién y qué se establece en la agenda de los medios dentro del entorno social? Esta dubitativa permite establecer nuevas cuestiones sobre este concepto. Al respecto, existen un sin número de relaciones que se dan en torno a los medios comunicación, en especial, para determinar los temas que se exponen en sus contenidos. Así, según McCombs (2006), existen tres capas fundamentales que se deberían considerarse para entender la complejidad de la idea de agenda: *las normas informativas*, *las fuentes informativas*, y la relación con *otros medios informativos* (McCombs 2006, 191).

Para entender esta situación el autor presenta un esquema sobre esas interacciones que lo denomina de cebolla, por sus capas, para entender a los actores que pueden determinar y aparecer en una *agenda mediática* en cada nivel en las que se manifiesta, como se expone en el siguiente cuadro (Figura 3).



Fuente. (McCombs 120, 2006).

En este sentido, se identifican diferentes figuras sociales dentro de estos campos, al mismo tiempo que en su vinculación entre cada nivel. Por ejemplo, las *normas informativas* permiten determinar a los comunicadores qué temas y actores se van a exponer como contenidos.

1.1.1. Normas informativas

A partir del trabajo presentado por Whitney y Becker (1991), *Keeping the Gates for Gatekeepers: The Effects of Wire News* se presenta un ejemplo de las relaciones que se dan con otros actores y entornos haciendo relación a las normas informativas, así:

Este estudio sugiere que existe una influencia sobre la agenda mediática proveniente de editores y productores de los medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales, incluso ajenos al medio de comunicación. Sin embargo, la agenda mediática presentada a las audiencias es fuertemente influenciada por las relaciones entre editores y productores que se dan dentro del medio (Whitney y Becker 1991, 236).

Es decir, la *agenda mediática* está constituida por determinados temas de ver el mundo elegido por productores, editores, *gate keepers*, periodistas, etc. que ocupan diferentes cargos y funciones, quienes al mismo tiempo cumplen deberes u obligaciones hacia las audiencias. En este punto también vale la pena precisar que cuando se habla de *normas informativas* se hace referencia a dos tipos de elementos relacionados: Desde lo micro social; junto a valores, creencias y condiciones individuales, que se encuentran próximos con el medio en el que se desenvuelven los sujetos comunicadores⁴.

También, desde el lado macro social, a elementos ideológicos que determinan su comportamiento no solo de los profesionales de la comunicación; sino también de su relación con el resto de sujetos que configuran una estructura social. De ello es que para McCombs (2006) las *normas* dentro de la agenda mediática tratan de un proceso complejo que marca un tipo de relación con las reglas periodísticas. “En un alto grado, se trata interacciones que validan y refuerzan las normas sociales y al mismo tiempo tradiciones del periodismo” (McCombs 2006, 192), lo que complejiza la definición de una agenda.

En este sentido, la rutina de las prácticas periodísticas internamente se convierte en el mecanismo de los *newsman*, sobre todo “para afrontar la diversidad de eventos que se presentan en el entorno social; siendo los parámetros que permiten convertir a los sucesos inesperados dentro de valores noticiables y presentables” (Tuchman 1973, 111). Por ello es que se pueden plantear dos características de acuerdo a Tuchman (1973) respecto a las normas. Primero, “cuando el proceso de rutina es el impedimento a que nuevos asuntos ingresen a lo que se puede considerar noticia y segundo, al momento en que estos se tipifican con la finalidad de manipularlos [...]” (Tuchman 1973, 112).

Es por ello que, al hablar de un proceso de selección como parte de las normas informativas, corresponde a lo que Shoemaker y Voss (2009) señalan como un proceso de confianza de sus audiencias.

⁴ Thoma Hanitzsch, “Modeling Perceived Influences on journalism: Evidence from a Cross-national survey of journalist”, J&MC 87, n.º 1 (2010):5-22.

La gente confía en los mediadores quienes transforman la información de billones de eventos en contenidos más manejables y que se exponen en los *mass media* [...] Este proceso y sus sujetos son los responsables no solo en determinar qué se selecciona, sino también entender el por qué se establecen ciertos contenidos con una naturaleza determinada, como sucede en las noticias (Shoemaker y Vos 2009, 9).

Así, los *gatekeepers* ejecutan una serie de prácticas dentro de los medios que les permite tomar acciones sobre los contenidos a través de sus rutinas informativas. De igual manera, también externamente se manifiestan prácticas relacionadas con otros sujetos que intentan fijar una *agenda mediática*. Esto sucede, para citar un caso, en las campañas electorales donde se plantean temas que legitiman la figura de un candidato (McCombs 2006, 222). Las campañas electorales pueden ir acordes a los posicionamientos políticos de los comunicadores que pueden favorecer la construcción de la imagen de un candidato. En el caso de que existan medios competidores, se puede pensar que los comunicadores pueden apropiarse dentro de sus rutinas las consideraciones de lo que se dice desde otros medios.

1.1.2. Otros medios informativos

Para McCombs (2006) una de las categorías relevantes sobre la influencia que se da sobre la *agenda mediática*, es la que surge en su relación con otros medios. Sobre todo, en los procesos de producción de contenido: “Los medios informativos de élite ejercen frecuentemente una influencia sustancial sobre la agenda de los otros medios informativos” (McCombs 2006, 216). Estos *medios de comunicación élite* se convierten, en una base sobre las maneras en que se debe encuadrar las noticias y los asuntos informativos respecto a los parámetros que sugieren otros medios más populares a sus audiencias. En otros casos son la referencia de temas, como sucede con la prensa, donde lo que se expone en sus portadas se reproduce en otros medios como la radio y la televisión.

Desde la teoría del *Agenda Setting* se identifican diferentes *medios de comunicación élite* bajo distintos contextos. A manera de ejemplo de este fenómeno en el caso de los Estados Unidos entre 1985 y 1992, McCombs (2006) logra señalar que los principales periódicos del país, el *New York Times*, el *Washington Post* y el *Wall Street Journal* influyeron de manera significativa en tres de sus cadenas nacionales de televisión⁵. Al plantear los acontecimientos que fueron más importantes, como fue el caso de las elecciones electorales que se dieron en

⁵ McCombs, Estableciendo..., 218.

Estados Unidos. Otros ejemplos dispersos en Latinoamérica han señalado igualmente a la prensa como una fuerte referente de cobertura y señalización de temas.

En este sentido, de acuerdo al *Observador de Medios de Comunicación en América Latina* (2008) se pueden encontrar otros medios élite, en Colombia se presenta el caso del diario *El Tiempo*, en Perú por ejemplo se tiene a los diarios de *El Comercio* y *La República*. En Brasil se tiene a la cadena *Red Globo* en Río de Janeiro y el *Folha de Sao Paulo* (Villarruel 2008, 58) y en Ecuador a grupo *El Comercio* y *El Universo* (Contero 2014, 27). Aunque al respecto existe una tendencia entre los periódicos y las televisoras a monitorearse entre sí bajo temas especializados, “esas élites a más de ser consideradas como árbitros finales informativos, se convierten en referencias de calidad y profesionalismo, especialmente, al establecer guías generales sobre determinados formatos” (Reese y Danielian 1991, 241).

En este sentido, McCombs (2006) desde la teoría del *Agenda Setting* se ha identificado a algunos *medios competidores*. Es decir, cuando los *mass media* compiten por la atención de sus receptores, según el autor: “Los periódicos y canales de televisión locales toman nota de la agenda informativa, que presenta cada día desde sus competidores cuyo fin es lograr la atención de más audiencias [...] es por supuesto que entre periódicos de élite se observan unos a otros” (McCombs 2006, 221). Por lo que una agenda mediática, puede estar determinada por la agenda mediática de otro medio, donde captar la atención de las audiencias es la principal razón de su competencia.

Así, los medios competidores a más de sondear sus contenidos, unos a otros, tienen marcadas diferentes posturas entre sí. En principio, cuando existen diversos medios impresos, televisivos y radiales que contribuyen a construir una agenda mediática reproducida. Desde otra perspectiva del *Agenda Setting*, junto a Shapiro y Cutbirth (1991) en su estudio *Agenda Impact on Campaign Issues*, los investigadores plantean la existencia de unos *medios partidistas* que juegan un rol importante durante la campaña electoral de 1980 entre los candidatos Reagan y Carter en Estados Unidos.

Lo que se encontró fue que muchos periódicos eran partidistas en el periodo de las campañas electorales. Los periódicos que tenían una tendencia republicana respaldaban a candidatos republicanos, fenómeno que no acontecía en contenidos dirigidos a los candidatos demócratas. Este hecho “fue evidente en la totalidad de portadas y el tamaño de columnas dedicadas a Reagan en comparación de Carter” (William, Shapiro y Cutbirth 1991, 258)

Es por ello que en cada escenario se marca determinados medios de comunicación élites, los mismos que forman parte del escenario mediático correspondiente a cada región. Al mismo tiempo estos pueden adquirir diferentes roles que por lo general se enfocan a su capacidad de captar la atención de más audiencias. Así, se convierten en una referencia de lo que puede gustarle a sus respectivas audiencias, y lo que se puede reproducir en otros medios secundarios. En este sentido, se puede sugerir una suerte de homogenización de los contenidos, no en el nivel que Daniel Hallin y Paolo Mancini (2008) sugieren en torno a los modelos mediáticos y la comercialización, pero si en el momento que existe una élite referencial para entablar temas de interés público.

Al respecto, la prensa informativa se ha caracterizado por ser una élite en otorgar visibilidad de acontecimientos relevantes de la vida diaria. En especial, cuando las noticias se han vuelto necesarias en la vida moderna actual, para conocer los acontecimientos y a otros actores dentro de un contexto nacional o internacional. En este sentido, una de las herramientas de los noticieros ha sido el empleo de fuentes, sobre todo, para construir un acontecimiento del entorno e incluso para atribuirle una suerte de veracidad en los contenidos de los medios.

1.1.3. Fuentes informativas

Las fuentes informativas son una de las piedras angulares en la construcción de una agenda mediática, Oscar Gandy (1991) otro investigador de la agenda mediática manifiesta que:

Dentro del contexto organizacional y los requerimientos estructurales que se dan en los medios, estudios recientes sobre la naturaleza del proceso de creación de agenda mediática revelan que la relación entre los periodistas y sus fuentes de información ha girado en torno a dos temas: los sociales y los económicos [...] dos elementos que han sido vistos en términos de costos, inversión y recompensa, ya que los periodistas deben construir titulares, los editores tienen que llenar espacios y los productores tienen que mediar con la publicidad, es este escenario que los periodistas deben considerar antes de elegir sus fuentes (Gandy 1991, 270-269).

Sin embargo, los comunicadores están “constantemente cambiando sus normas para que algún evento sea considerado fuente de información, dependiendo de las nuevas reglas fundamentales para la configuración de su agenda mediática” (McCombs 2006, 199). Esto permite entablar la importancia que tienen las fuentes sobre todo cuando existen elementos que rigen la elección de las mismas. Así con respecto a esta relación particular, Thomas Hanitzsch (2010) ha identificado un esquema de las influencias que se pueden dar sobre la

elección de fuentes, a partir de la consideración de cinco dimensiones: nivel personal, a nivel rutina, nivel organizacional, nivel mediático estructural y finalmente el nivel sistémico.

- 1) En el primer nivel las elecciones de fuentes dependen de los roles y perfiles profesionales de los comunicadores.
- 2) En el segundo nivel la elección de fuentes depende de la rutina y los estándares de la producción de contenidos.
- 3) En el nivel organizacional dependen de las estrategias colectivas que median las acciones de los comunicadores.
- 4) En el cuarto nivel depende factores económicos relacionados con los costos de producción de noticias.
- 5) En el quinto nivel las fuentes se eligen de acuerdo a aspectos ideológicos y culturales mayores (Hanitzsch 2010, 8).

Cuatro elementos se deben considerar tomando en cuenta el perfil profesional de acuerdo Adriana Amado Suárez (2015), sobre todo, en el tipo de relación que tienen los comunicadores con sus fuentes como son: “la fiabilidad, la credibilidad, la productividad y el grado de autorización” (Amado 2015, 87). Una fuente *fiable* demuestra menos esfuerzo en la verificación de datos para el comunicador, cuando una fuente es *creíble* dada por la honestidad demostrada en otras ocasiones se aceptan los datos que de ella provengan. Al mismo tiempo si una fuente es *productiva*, implica que provee al comunicador de un buen material periodístico de forma constante. Finalmente, si la fuente es *autorizada*, eso significa que tiene un grado de legitimidad en cualquier área que se quiera explorar.

En este sentido y siguiendo la reflexión de McCombs (2006) sobre las fuentes de información, en los medios de comunicación se identifica el nivel de importancia que tiene la elección de fuentes que realizan los periodistas para elaborar las agendas mediáticas⁶. A diario los periodistas manejan las noticias de varias maneras, todas ellas importantes. En primer lugar, eligen qué fuentes se convierten en noticias, luego qué noticias se adaptan a los espacios disponibles, y finalmente se da un tratamiento similar a todos los contenidos cuando se las presenta ante las audiencias como se presenta a continuación.

En el caso de los líderes de opinión, estos se convierten en elementos que pueden determinar que se expone dentro de un medio de comunicación, como sucede con el caso de los presidentes, portavoces, militantes de una organización o incluso profesionales de un

⁶ Maxwell McCombs, “Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo”, 17.

problema, cuando desde los medios de comunicación estos son vistos como fuente legítimas para entender un problema. Similarmente, sucede con los líderes de opinión. Por ejemplo, ellos cumplen un rol estratégico con las rutinas de los medios de comunicación para entablar temas al momento que se entabla una relación con una institución, organización o grupo social de forma fiable.

Son creadores de opinión pública a través de los *mass media* [...] y vínculos establecidos con una comunidad próxima [...] los líderes de opinión son una figura de gestión pública, en especial, cuando están aliadas con las condiciones que se plantean en el ámbito periodístico, quienes equilibran el interés organizativo de una institución con el de los medios [...] (Ordeix y Botey 2012, 161-163)

En este sentido es que recientemente se esté abordando el caso de los militantes como protagonistas de exposición y fuentes de información. Sobre todo, cuando sus acciones colectivas se vuelven parte de los modos de representación de los medios (Tarrow, 2012, 32), a modo de objetos informativos que construyen un tema. De acuerdo a esta postura, se ha considerado que los temas que se exponen en torno a los movimientos sociales, “se adecúan a las rutinas mediáticas junto a la representación del lenguaje propio que se maneja en los medios que obedece a sus necesidades [...] bajo unas relaciones de asimetría” (Gamson et al. 2007, 377). Sin embargo, estos elementos aún son poco analizados desde el sector de los estudios de la comunicación.

Esto plantea un reto interesante en este trabajo, sobre todo, cuando se pueden configurar análisis que relacione a los medios de comunicación élite con la elección de fuentes para construir los temas de agenda mediática.

Evaluación de las fuentes

De acuerdo a Carl Warren (1975) existen algunas consideraciones que aumentan la posibilidad que un evento se convierta en noticia, entre esos elementos; “la actualidad, la proximidad, las consecuencias, la relevancia personal, el *suspense*, la rareza, el conflicto, la sexualidad, la emocionalidad, la proximidad” (Warren 1975, 30) se convierten en factores de noticiabilidad para que las fuentes sean consideradas dentro de una agenda mediática. En este sentido, el elemento *actualidad* de un tema le atribuye rasgos de novedad a través de las fuentes que se exponen mediáticamente. El factor *proximidad*, se utiliza cuando las fuentes son accesibles al comunicador.

Al respecto, la importancia de las *consecuencias* permite medir si puede tener consecuencias negativas la elección de una determinada fuente. La *relevancia personal*, por otro lado, aparece junto a figuras protagonistas o líderes de opinión, en especial, sobre aspectos morales. El *suspense*, encasilla a los temas que generan inquietud e intereses sobre los efectos de acontecimientos a gran escala, por ejemplo, como la contaminación ambiental o un terremoto. Dentro de la *rareza*, un acontecimiento tiene más posibilidades de ser publicada cuando sale de lo cotidiano. Si existen temas que causan *conflicto*, estos se vuelven parte de lo noticiable porque generan polos de negatividad.

La *sexualidad*, al mismo tiempo, se ha convertido en muchos de los destacados de la llamada prensa sensacionalista, sobre todo, cuando se utilizan a las mujeres como fuente de representación. La *emoción* forma parte de muchos titulares cuando se emplean juicios de valor que enfatizan en aspectos y atributos emocionales de un actor particular. *El progreso*, finalmente, puede implicar aspectos relacionados con el desarrollo o la modernidad, pretexto de una mejor sociedad como sucede con los contenidos sobre tecnología o protección medio ambiental. Es por ello, de acuerdo a Tuchman (1973) que, si bien estos factores se convierten en una referencia para determinar el momento que una fuente puede convertirse en noticia, “lo que sugieren es que los *issues* se someten bajo categorizaciones que permiten legitimar las rutinas, como son las periodísticas” (Tuchman 1973, 112).

Espacio de asignación

Los espacios de asignación son una condición de la naturaleza limitada de los medios, cuando se los compara con la dimensión y el número de eventos que se presentan en el entorno. Ya que los espacios asignados para exponer en los eventos seleccionados del entorno son limitados en dimensión y cantidad.

No existe en ellos el espacio físico para decir todo aquello de lo que se dispone. Es por ello que se debe elegir. Algunas porciones reciben más atención. Los periódicos, por ejemplo, expresan claramente la relevancia periodística de una noticia según su colocación, titular y extensión (McCombs 1996, 17).

Para Amado Suárez (2015), la condición limitada lleva a emplear elementos dentro de segmentos determinados. Así, en la prensa se pueden “identificar géneros informativos, interpretativos y de opinión que ocupan diversos espacios en forma de notas, crónicas, artículos e ilustraciones, respectivamente” (Amado 2015, 35). Incluso, inciden la inclusión de

aspectos como “el emplazamiento, extensión, ubicación, el énfasis y la frecuencia de los temas que se atribuyen a los temas a lo largo del tiempo” (Dusaillant 2004, 54).

De acuerdo a Tankard (2001) lo que se percibe respecto al espacio de asignación, es que está conformado por unidades, como los bloques que estructuran a una casa; “[...] es así para el caso de la prensa, se identifican al menos once elementos de los cuales se puede hacer un análisis en las maneras en que se muestran” (Tankard 2001, 100); así se tiene: A los titulares, los titulares secundarios, la fotografías, las capturas fotográficas, *leads*, las citas, los recursos, *pull quotes*, logos, cuadros estadísticos y párrafo de conclusión.

En palabras de Bardín (2002) los espacios de asignación de una agenda mediática pueden ser medidos (Bardín 2002, 116), dentro de las siguiente variables, especialmente cuando los contenidos ya se emiten.

La presencia significa el tipo de cobertura, si un tema aparece o no dentro del texto en un periodo [...] *La frecuencia de aparición* mide la importancia que le dan los medios a un tema en un espacio determinado [...] *La frecuencia ponderada* hace referencia a la relevancia que tiene el acontecimiento en relación a un factor de ponderación. [...] *La intensidad, dirección, orden y contingencia* tiene en cuenta al tono que lleva la noticia que puede ser positivo, neutro o negativo (Bardín 2002, 82-85)

Tratamiento informativo ante las audiencias

El tratamiento informativo se entiende como un proceso relacionado con las maneras en que se presentan las agendas mediáticas. “Este es lo que hace al mundo lucir natural a través de la experiencia indirecta [...] por medio de principios de selección, énfasis y representación de la información que exponen los sujetos que trabajan en los medios [...]” (Gitlin 1980, 7).

McCombs (1996) parte del reconocimiento de “que los medios tienen formas de estructurar y organizar el mundo” (McCombs 1996, 16), manifestando que en ellos existe la más mínima actividad intelectual humana de percibir y exponer finalmente la realidad.

Sin embargo, dentro de la identificación de quién determina la agenda, en teoría, se ha observado que existe un proceso complejo de relaciones que se dan en torno a los medios, desde definir las fuentes, hasta delimitar los factores que convierten un asunto en noticia, donde las audiencias son uno de los elementos primordiales considerados dentro de este proceso. Por ello es que la teoría del *Agenda Setting* permite comprender el panorama que se

da en los medios con respecto a los públicos de forma amplia, al delimitar a sus respectivos actores.

Esta reflexión teórica posibilita, en cierto nivel, aproximar el entendimiento de los medios en torno a la generación de sentido que se da en su relación con una agenda pública, “en la medida en que los *mass media* son capaces de crear opiniones en quienes producen los mensajes y de los efectos que pueden causar en quienes los consumen” (Scheufele 1999, 104). Incluso, en palabras de Shanto Iyengar (1994), esta condición esquematiza a los medios en una suerte de determinantes contextuales dentro del sentido de su rol social, especialmente cuando desde ellos se identifican atribuciones de responsabilidad sobre problemas políticos y sociales que se eligen del entorno (Iyengar 1994, 21).

Es decir, los medios y su relación con las audiencias se convierten en expositores de temas sociales que junto a su difusión masiva y, bajo determinadas maneras de presentar los asuntos de interés público, se pueden identificar problemas relacionados con la convivencia social a través de la representación mediática. Así, los contenidos son el resultado de dicho proceso, de una relación de los medios de comunicación con un público diverso en los que se presentan los asuntos de interés colectivo, distribuidos masivamente, por medio de diferentes mecanismos: las frecuencias, el papel o la *web*. Lo que ha generado una variedad de contenidos desde los televisivos hasta aquellos que se pueden descargar a través de un aplicativo.

Pero la representación mediática, no sería completa, enfocándose solo en lo que muestran los medios o determinando los canales a través de los cuales hacen su exposición. La manera en cómo se desarrollan los *issues*, también es un elemento indispensable para entender los contenidos, sobre todo, cuando se trata de los enfoques que le dan los medios a los objetos mediáticos que tratan.

El *frame* mediático

Parfraseando a Iyengar (1994), el empleo de marcos puede influenciar la manera en que los individuos adjudican responsabilidad por los asuntos de interés común que se presentan en los medios (Iyengar 1994, 28), sobre todo cuando se trata de temas políticos y contenidos masivos. Estos marcos que guían la forma en que se presentan los asuntos en una agenda ante un público, cumple un rol importante en determinar cómo desde los medios, se determinan enfoques respecto a los asuntos que construyen la realidad social. Al respecto, también se

vuelve “importante comprender que la relación que se da con una agenda mediática respecto a los *frames*, no solo da importancia a lo que se selecciona como tema en los medios, sino también de la manera en que estos adquieren un determinado enfoque [...]” (McCombs 1996, 24).

En palabras de Robert Entman (1993), esto ha implicado que se identifiquen unos encuadres, los mismos que se definen como “algunos parámetros que definen un proceso de selección junto a uno de adjudicación de importancia presente dentro de los mensajes” (Entman 1993, 50). Este elemento se ajusta a un proceso de construcción de sentido dentro de lo que se entiende como *frame mediático* en un contenido: “Este proceso conlleva a seleccionar algunos aspectos del entorno percibido y hacer de ellos importantes dentro de un texto, promoviendo la definición particular de un problema, realizando una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación sobre lo finalmente descrito” (Entman 1993, 52).

Los contenidos de los medios de comunicación representan una porción de la realidad que va más allá de la mera selección de asuntos que en los medios se consideran relevantes en un proceso por determinar quién o qué aparece como una agenda mediática. Si bien la teoría del *Agenda Setting* permite establecer una idea con respecto a comprender a los medios de comunicación sugiriendo un amplio nivel subjetivo en el proceso mediático (selección de fuentes, normas periodísticas y medios elite) y su relación con los públicos, la existencia de un *frame* mediático es un elemento que de acuerdo a McCombs (2006) recientemente está siendo explorado en esta teoría. Sobre todo, cuando la idea de un *frame* forma parte de un entramado teórico igual de complejo que el de la teoría del *Agenda Setting* que puede trascender el estudio de los medios de comunicación, y comprender de mejor manera el carácter subjetivo que prima en las interacciones sociales más allá de los medios.

2. Teoría del *Framing*

En este sentido, al hablar del *framing* como una teoría ha implicado hacer mención a un paradigma fragmentado (Scheufele 1999, 2-3) con diversas formas de definición, pero que tienen un punto común y es de entender las maneras en la que los sujetos perciben la realidad social. En palabras de Koziner (2013), la teoría del *Framing* tiene una fuerte base teórica relacionada a “los aportes de la fenomenología, la etnometodología y el interaccionismo simbólico, las mismas que han sido aplicadas dentro de sus contextos para entender el funcionamiento de la consciencia humana [...]” (Koziner 2013, 146). Así, entre los legados del interaccionismo de acuerdo a la autora, el *framework* o *frame* ha sido posible en parte con

los estudios sobre el entendimiento de los *significados*, empleados para estudiar las estructuras sociales y aspectos intersubjetivos de concebir el mundo.

Similarmente, dentro de la fenomenología los aportes que dieron origen al encuadre, citando en este caso a Svavarsdóttir (2008), han girado sobre cómo identificar un elemento de *conciencia* con respecto a la formación de creencias y en el establecimiento de opiniones en los sujetos sociales (Svavarsdóttir 2008, 28-29). De igual forma, desde una perspectiva etnometodológica los *símbolos* dentro de un sistema de interpretación contextual han permitido comprender posteriormente la existencia de unos esquemas que se producen en grupos sociales diversos (Sádaba 2001, 6).

En 1972 para Bateson (1972) en su libro *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology*, quien fue uno de los autores que atribuyó estas características al término *frame* para entender la consciencia humana, definió al *framing* por vez primera como un proceso de selección y exclusión de información, que es natural a cualquier ser humano para entender su realidad.

Los *frames* son aquellos mecanismos que gobiernan la psique humana, especialmente cuando se dan procesos de inclusión y exclusión de la información de manera automática y constante en los seres humanos. Es así que las maneras de percibir la realidad de los hombres tienden a ser por un lado inclusivas, al momento en que un individuo se apropia de unas ideas y no de otras; el *frame* es exclusivo, porque incluye mensajes que tienen cierto nivel de importancia y exclusividad para la persona que los crea a toda hora de su vida (Bateson 1972, 187)

Según Bateson (1972), no se puede conocer la realidad completa sino es a través de esquemas o *frameworks* que permiten a los sujetos aprenderla y reconocerla.

Además, con los posteriores aportes de Erving Goffman (1981), el *frame* no solo sería comprendido como un mecanismo de la mente humana como lo proponía Bateson (1972) sino como un elemento constante dentro de cualquier relación humana. En sus palabras, “los *frameworks* son formas transmitidas de codificación que permiten entender diversos campos de interacción, especialmente cuando los sujetos son sociables por naturaleza [...] al momento de buscar los propósitos de sus respectivas vidas [...]” (Goffman 1981, 3). En este sentido Goffman (1981), retomó los aportes de la sociología interpretativa y de la psicología de Bateson (1972) prácticamente para contribuir a la base teórica del concepto *frame* no como

solo un proceso cognitivo e individual, sino también dentro de una modalidad colectiva e interactiva.

Así, en palabras de Sádaba (2008), “[...] el *frame* para Goffman se convirtió en la identificación de estructuras mentales dentro de un elemento dinámico y bajo un contexto que mezcla lo social y lo individual” (Sádaba 2008, 6). Es por ello, por ejemplo, según Chihu (2012), que los marcos de Goffman (1972) es un concepto que puede sugerir el estudio de los movimientos sociales, especialmente porque este “no incluye únicamente acciones discursivas de un grupo, sino que en una situación más amplia pueden aparecer un contexto de oponentes y de instituciones [...]” (Chihu 2012, 80). Es por ello que a partir de la definición goffniana, el *encuadre* se ha considerado como la base fundamental de la cognición individual y de las interacciones que se presentan en las relaciones sociales humanas, incluso, “al nivel de mediar cualquier manifestación que implique organización” (McAdam 1999, 34).

Es en este sentido que algunos teóricos de los movimiento sociales (Gamson 1999, McAdam 1999 y Hunt 1994) posteriores a Goffman han incluido a este concepto dentro de vínculos sociales más específicos, referentes a un escenario aplicable a grupos o movimientos sociales. Así, el *frame* ha formado en parte de un estudio de los movimientos sociales en la que se evidencian interacciones con otras figuras (Gamson y Meyer 1999, Gamson y Wolfsfeld 1993, Hunt, Belerson y Snow 1994 y McAdam 1999), en un escenario donde los movimientos sociales se enfrentan a problemas a través de la organización y la planificación.

2.1. Encuadre como elemento de transacción.

El concepto de encuadre citando primero a Gamson y Meyer (1999) ha sido considerado como un elemento para analizar los “puntos de vista”. Los mismos que están en constante vinculación desde los movimientos sociales como sujetos capaces de interpretar la realidad. Por ello es que al hablar de *frame* ha implicado a entender “los procesos de lucha entre actores que defienden sus formas de ver el mundo ante la divergencia que se puedan presentar con respecto a las ideas de otros actores sociales” (Gamson y Meyer 1999, 402). Es decir se han marcado verdaderos procesos de identificación, logrando plantear una diversidad de acciones entre unos grupos y otros, procesos que se hacen manifiestos en desigualdad de condiciones.

Así, en palabras de los dos autores se destaca la capacidad de los movimientos para crear unas oportunidades ante las desventajas políticas, de recursos y mediáticas a través de sus marcos interpretativos. En este sentido al centrarse exclusivamente en torno a las oportunidades

mediáticas, se presenta una suerte de *transacción*⁷ de sentidos que debe ser resuelta por los movimientos sociales, cuando los medios se convierten en una herramienta para sus objetivos

El rol de los medios de comunicación permite la validación de una transacción social, especialmente sobre la seriedad de los puntos de vista provenientes de un colectivo. Son un objetivo crucial al cual los movimientos pueden dirigir sus esfuerzos en especial ante una apertura al espacio político, por la importancia que adquieren los medios con respecto a las instituciones normales. Sin embargo, los medios no siempre favorecen a actores extra institucionales como sucede con las acciones de los movimientos sociales” (Gamson y Meyer 1999, 411)

Así, en términos de Gamson y Wolfsfeld (1993), es que el encuadre que se da con respecto a los medios de comunicación desde los movimientos sociales, se presenta en una relación de *asimetría* entre ambos actores.

La transacción asimétrica que se da en los medios de comunicación con relación a los colectivos está orientada en términos de una dependencia dual, al resaltar que los movimientos sociales dependen de los medios de información, porque necesitan de estos para lograr la visibilidad de sus propósitos de movilización, de legitimación y de activismo. Existe después de todo una fundamental ambivalencia entre los movimientos y los medios de comunicación, ya que los movimientos tienden a ver la agenda mediática no como autónoma ni neutral, sin embargo, encuentran en estos una oportunidad para enfrentar a grupos dominantes [...] (Gamson y Wolfsfeld 1993, 119).

Por lo que retomando a Gamson y Meyer (1990) al respecto, esta condición sugiere una desigualdad con respecto al encuadre mediático que se da en los medios de comunicación, incluso cuando los movimientos sociales representan una suerte de espectáculo mediático.

La apertura de los medios ante los movimientos sociales constituye un importante elemento de oportunidad al momento de construir significados y reproducir la cultura [...] A la hora de crear controversia, la acción colectiva extra institucional que representa a los colectivos, por ejemplo, resulta más adecuada que la institucional ya que los medios más populares hacia lo visual gustan del espectáculo que supone esta (Gamson y Meyer 1999, 409).

⁷ “Muchas de las conversaciones entre los grupos sociales y los periodistas pueden reducirse a expresiones como: “Envía mi mensaje” dice el miembro del grupo, “Hazlo noticiable” dice el periodista. En este diálogo, tanto activistas y comunicadores se esfuerzan por entender el punto de vista del otro, dentro de una compleja transacción de sentidos” (Gamson y Wolfsfeld 1993, 115)

En este sentido, en palabras de Maxwell McCombs (2006) respecto a quién determina la agenda mediática, los medios de comunicación cuentan con la última decisión para determinar qué se expone y qué no dentro de sus contenidos. Es por ello que el encuadre mediático de acuerdo a esta tendencia para entender los movimientos sociales con respecto a los medios de comunicación, marca por un lado la existencia de una *transacción* de sentidos. Sin embargo, por el otro determina una concreción asimétrica que puede ser reflejada en lo que los medios finalmente exponen, bajo determinados parámetros.

Para Scott Hunt, Robert Benford y David Snow (1994) el encuadre mediático se relaciona a una interacción con los medios de comunicación y un campo de identidad, dirigido a una audiencia. Esto se debe “a que el *frame* con respecto a los medios de comunicación también crea, refuerza y adorna las identidades que abarcan las acciones de cooperación hasta las que producen conflictos con respecto a los colectivos [...]” (Hunt, Benford y Snow 1994, 222). Esta idea de los autores lleva a considerar que el encuadre cuando se relaciona con los medios de comunicación es un proceso de creación de identidad vinculado con los públicos receptores.

Es preciso establecer identidades en el terreno de un proceso de audienciación [...] sobre todo cuando se identifican la creación de unos marcos de referencia que relaciona a los movimientos sociales en tres conjuntos de campos de identidades que giran en torno a algún aspecto de protagonismo (personajes clave), antagonismo y de actores aliados alrededor de un asunto conflictivo que se menciona mediáticamente (Hunt, Benford y Snow 1994, 222-223).

La existencia de un *campo de identidad de los protagonistas (key people)* se manifiesta como elemento informativo cuando los medios atribuyen etiquetas e identifican actores: “[...], consiste en una serie de significados relacionados a la identidad de los que se mencionan en los informativos, por ejemplo, los defensores de la causa del movimiento o las víctimas de un acontecimiento” (Hunt, Benford y Snow 1994, 231). Incluso, desde los medios se puede identificar una audienciación sobre el *Campo de identidad de unos aliados*, cuando este “[...] trata en el conjunto de atribuciones de identidad a individuos y grupos a los que se supone imparciales o bien observadores no comprometidos, y que pueden reaccionar ante las actividades del movimiento, o informar sobre ellas a otros” (Hunt, Benford y Snow 1994, 240).

Por ejemplo, cuando se mencionan en los medios las ONG's, fundaciones o instituciones públicas que están a favor de un colectivo. Esto de acuerdo a Iyengar (1994) permitiría acercarse a un formato temático en el que se identifica una posición favorable del medio con respecto a un movimiento social, a través de resaltar la información de una institución.

Campo de identidad de los antagonistas: Consiste en una serie de atribuciones de identidad a individuos y grupos que se oponen al movimiento. Esas atribuciones incluyen las declaraciones sobre los contra movimientos, las organizaciones anti movimiento, instituciones hostiles, el sector público con el que no se puede contar y algunos agentes de control social, como también los causantes de un problema (Hunt, Benford y Snow 1994, 237).

Por lo tanto, el proceso de construcción de las identidades de los grupos sociales bajo una idea de *frame mediático* puede ser entendido a través de la interacción de estos tres escenarios en las que se define un aspecto conflictivo en torno a unos protagonistas, antagonistas y aliados, dentro de lo que se expone en los medios. Incluso, al nivel que el medio podría mostrarse a favor, en contra o como elemento aliado en dicha vinculación con un movimiento social.

Así, la información que puede provenir de los medios de comunicación con respecto de los movimientos sociales cumple ciertas funciones con respecto a su rol social, según la *aparición, su interpretación ideal valorativa, las funciones cognitivas de las acciones y las tácticas* expuestas sobre las acciones de los grupos sociales (McAdam 1999, 486).

- 1) La aparición en los informativos (cobertura): Considera la información que pueden aparecer en los medios como una noticia coyuntural. Es decir, un acontecimiento del momento sobre un grupo sociales.
- 2) Interpretación ideal-valorativa: Es el punto de contacto ideológico entre los medios y los movimientos, la información presentada tiene mucha afinidad entre lo que sugieren los movimientos respecto a lo que piensa el medio (por ejemplo, los artículos editoriales).
- 3) La función cognitiva de las acciones y tácticas: Cuando determinadas acciones colectivas aparecen en los medios y tienen efectos positivos sobre quienes las receptan a través de sus canales (efecto sobre las audiencias del *frame mediático*).

Por otro lado, de acuerdo a Snow y McAdam (2000), el *frame mediático* se lo reconoce a una suerte de un *frame de amplificación*, dentro de una serie de momentos que se dan como parte de un proceso de identificación y organización de los movimientos sociales con respecto a otros actores sociales.

(1) En la afinidad que existe del movimiento con el entorno social (*frame consolidation*) (2) cuando la identidad de los protagonistas se expone dentro de unos canales de comunicación (*frame amplification*) (3) cuando como consecuencia de una amplificación se atrae a nuevos simpatizantes (*frame extension*) (4) cuando como consecuencia de la amplificación se pierdan participantes (*frame transformation*). (Snow y McAdam 2000, 49)

Es por ello que para McAdams (1999) “los encuadres estén mediando a los colectivos con relación a su representación social con un público [...]” (McAdam 1999, 479). Básicamente, sugiriendo posibles resultados políticos y formas de organización que le dan a los movimientos sociales un aspecto táctico de lo que deben exponer para lograr un resultado.

Los procesos enmarcadores muestran a los movimientos con un cierto potencial para la acción [...] mediando entre oportunidad política, organización y acción [...] donde *oportunidad política* hace referencia a los límites estables y volátiles que se dan históricamente del sistema político que interactúa en conjunto con los movimientos sociales [...] donde la organización y acción hace referencia a las tácticas y canales que han hecho los movimientos para alcanzar sus objetivos (McAdam, McCarthy y Zald 1994, 36-40).

Por ello es que dentro del escenario reivindicativo de los movimientos sociales se coloque al *frame mediático* como un momento bajo una lista de acciones, para cumplir un objetivo de acuerdo a las necesidades de los grupos sociales.

Ante las bases de un contexto político institucionalizado se puede escenificar: (1) la adhesión de nuevos miembros (2) Las ideas que mantiene un movimiento que reflejan un código moral y el compromiso de los miembros (3) La cobertura mediática que habla respecto a ellos (4) Las movilizaciones que han efectuado (5) las limitaciones que el control de sus oponentes ha impuesto al grupo y (6) los resultados alcanzados dentro del Estado (McAdam 1999, 477)

Sin embargo, esta postura es la que ha marcado desde los estudios de los movimientos sociales una tendencia a reducir el análisis mediático a un parámetro más que deben cumplir los movimientos sociales. Eso ha significado encontrarse con una tendencia desde estos estudios por no considerar de forma analítica y profunda lo que se manifiesta en los medios⁸. Por otro lado, desde los estudios de la comunicación, especialmente, aquellos enfocados en los efectos de los medios de comunicación, la representación de los movimientos sociales,

⁸ Se pueden ver las tácticas de Martín Luter King en Dough McAdam, “Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: dramaturgia estratégica en el Movimiento Americano Pro-Derechos Civiles”, en *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, eds. Dough McAdam, Jhon D. McCarthy y Mayer N. Zald (Madrid: ITSMO, 1999), 475-497.

también ha sido un aspecto que no ha alcanzado un desarrollo profundo, “[...] cuando se han considerado el análisis de otros aspectos que dejan de lado a actores culturales [...]” (McCombs 2006, 186).

Esto permite marcar una iniciativa por estudiar el enorme escenario que implica la interacción entre movimientos sociales y medios, desde sus diferentes niveles. Sobre todo, cuando desde el *encuadre mediático* se sugiere esquematizar un espacio y momento de relación igualmente complejo entre la representación de las acciones de los movimientos sociales y el interés que los medios de comunicación por exponerlos a una suerte de aliado o antagonista.

2.1.1. La mediación.

De acuerdo a Dussailant (2004) los encuadres en los medios de comunicación son unos principios “[...] que guían la manera en que se exponen actores y asuntos sociales dentro de los medios de comunicación [...]” (Dussailant 2004, 50). Especialmente, cuando el encuadre puede hacer referencia a un “significado que puede existir tras la construcción de un mensaje [...]” (McCombs 2006, 169). Así, parafraseando las palabras de Entman (1993), los encuadres que realizan los medios de comunicación a través de sus respectivos textos permiten identificar a unos agentes y los problemas que en torno a ellos giran (Entman 1993, 54). Los medios se convierten en un momento como una suerte de voceros y amplificadores respecto a unos protagonistas de las noticias.

Por ello es que los encuadres en los informativos estén mediando las interacciones en el sentido de la visibilidad sobre unos terceros, ya que se construye la realidad de un “ellos” ante unos públicos en los contenidos. Iyengar (1994) plantea que se pueden manifestar dos tendencias dentro de un *frame mediático*, dentro de esta condición mediadora: “Los asuntos pueden basarse en casos particulares o dentro de un contexto generalizado [...]” (Iyengar 1994, 2). De acuerdo a Stalans (2012), la diferencia entre estas dos perspectivas ilustra la presencia de unos encuadres episódicos o temáticos entre los actores representados, los medios de comunicación y el público al cual va dirigido.

Así, la autora plantea el ejemplo, sobre la situación de los atentados en los colegios en Estados Unidos en la década de los años 90 junto a la manera en que se pueden encuadrar los protagonistas en torno a este suceso. Por ejemplo, de un lado “si el tema se enmarcaría con elementos *episódicos* se resaltarían aspectos particulares sobre quienes ejecutaron el tiroteo dentro de la secundaria de Columbine en 1999 (Stalans 2012, 84). Donde, se pueden

identificar nombres que la audiencia observa en el medio de comunicación, sobre los implicados en el tiroteo.

Los elementos temáticos, por otro lado, son oraciones generales que dan relevancia a los estadísticos sobre el número de atentados que se han presentado en todo Estados Unidos en la década, mencionando antecedentes y no enfocándose necesariamente en un solo aspecto como el caso anterior de los actores en Columbine. En este sentido, se hablaría de un actor generalizado basado en datos numéricos que exponen los medios, donde no se exponen ante los públicos a actores particulares. Lo que sugiere una suerte de formato temático dentro de la construcción de tema relacionado a los tiroteos en Estados Unidos.

Otro ejemplo dentro del mismo aspecto y relacionado a los deportistas negros como *issue* en Estados Unidos, el trabajo de *Out of Bounds: Racism in the Black Athlete* destaca el problema sobre el dopaje de los deportistas, dentro del béisbol en las coberturas de los periódicos y la televisión. Los medios estudiados en este trabajo se enfocaron en los casos de los deportistas Barry Bonds y Neil Amstron que, al contrario de mostrar el asunto como un problema institucionalizado sobre los deportistas del béisbol con el *doping*; las atribuciones de responsabilidad del problema dieron prioridad a los roles sobre estas dos figuras afroamericanas del deporte. Este *frame* sugirió un predominio del encuadre episódico antes que el temático con respecto al *doping* en deportistas (Greer y Murray 2014, 265), donde los sujetos específicos se mostraron en los medios ante las audiencias como culpables.

A partir de estas dos consideraciones sobre los encuadres y considerando la posición intermedia que tienen los contenidos entre de quién se habla, quién lo expone y ante quienes se representa, es que se destaca la postura mediadora de los medios desde la construcción de sus contenidos. Ya que se expone a unos terceros en los medios de comunicación dentro de un enfoque limitado en la que se identifican determinadas atribuciones (Iyengar 1994).

- Se da prioridad a la particularidad de elementos específicos.
- Se da más importancia a los episodios antes que a los antecedentes.
- Hay una sugerencia dominante que hace relación a que los problemas son personales.
- El tratamiento mediático sugiere implicaciones que van dirigidas a lo individual y no a lo colectivo o institucional.

Bajo estas consideraciones se puede hablar de la presencia de elementos episódicos, que muestran un asunto en términos de un ejemplo específico, contando una historia entendible y comprensible para los lectores. “En otras palabras, el encuadre episódico es pensado dentro de un escenario más emocional [...]” (Gross 2008, 171). Estos elementos se pueden evidenciar dentro del siguiente caso tomado del *New York Times* por Kendall (2012) sobre la pobreza.

Gloria Hernández intenta ser fuerte para vivir con sus cinco niños. Una fortaleza con los estómagos vacíos no es fácil cuando tu familia vive en un espacio asignado para vagabundos. Los niños dicen “¿Cuándo saldremos de este sitio?” La señora Hernández, de cuarenta años de edad, dice delicadamente con su mirada baja, “se observa en sus caras, ellos no hablan, pero lo demuestran, ellos dicen que es mi culpa” (Kendall 2012, 112)

Dentro de un encuadramiento que se aproxima a lo temático, por otro lado, respecto a los asuntos o eventos del entorno se pueden identificar los siguientes elementos:

- Existe la tendencia al empleo de elementos que generalizan el asunto.
- Se da prioridad a los antecedentes antes que a lo coyuntural.
- Hay una sugerencia dominante que hace relación a que los problemas son colectivos.
- El tratamiento para resolver el problema, tiende a implicaciones estructurales dentro de una institución política o la sociedad en general.

Los elementos temáticos “hacen mención a un asunto en términos de una institucionalización de acontecimientos que están dentro de lo micro social o lo macro social [...]” (Greer y Murray 2014, 256). En palabras de Kendall (2012), un encuadramiento temático trata de estadísticas y no sobre gente real como se muestra en el siguiente ejemplo tomado del *New York Times* sobre la pobreza.

En la recesión, la pobreza ha tenido un incremento del 13% en el último año en comparación al anterior que marcó un 12.55% de acuerdo al último reporte realizado el jueves por la consultora Bureau. El reporte también reportó un decremento en torno a la aseguración en salud para la cobertura de gente de mayoría de edad [...] (Kendall 2011, 88)

De este modo las noticias, constituyen un escenario subjetivo que se construye como parte de “un proceso de transferencia de información donde aparte de los textos impresos, incluso pueden aparecer “imágenes con determinados rasgos culturales” (Entman 1993, 52) que se encuentran mediando actores sociales ante públicos diversos.

Por ello el mecanismo de estudio que plantea Iyengar (1994) consiste en identificar casos concretos que se orientan a la presentación de unos episodios o considerar dentro de la dimensión temática “[...] un informe o un antecedente dirigido hacia resultados o condiciones generales” (Iyengar 1994, 25). Ambos encuadres son dos maneras de construir la información, que revelan tendencias de presentar no solo eventos del entorno sino también que implican a otros actores sociales.

Especialmente, cuando se identifican unos protagonistas o antagonistas en un proceso donde se da una atribución de identidades que es ajena a las personas que pertenecen a un grupo como sucede con los medios de comunicación o instituciones similares, que pueden formar parte de un campo de identidad de audiencias, donde se da un proceso de interpretación dirigido a determinados actores en lo que se expone frente a un público (Scott, Benford y Snow 1994, 241)

Así, se sugiere la relación que se puede dar con determinados protagonistas desde el marco de los medios. En especial, cuando actores como los movimientos sociales aparecen dentro de los temas que se exponen ante las audiencias. Es así que el *frame* cuando se aborda como una teoría permite identificar, a más de las consideraciones planteadas desde la comunicación, al *encuadre* bajo un contexto de la representación de actores específicos. Por ello, se pueden analizar aspectos episódicos o temáticos dentro de una primera aproximación, especialmente, cuando logran formar parte de los temas de una agenda mediática dentro de un momento reivindicativo y su relación con los medios de comunicación.

2.1.2. Los movimientos LGBTI

Para entender el *encuadre mediático* con respecto a un grupo como los LGBTI, primero es necesario tener una idea sobre que implican los movimientos LGBTI. De acuerdo a una perspectiva *Queer* lo LGBTI se ha relacionado con unas sexualidades marginales de un alto potencial subversivo, “las mismas que cuestionan el propio orden social y político, reivindicando, la libertad en el uso de los cuerpos y los géneros y desafiando el sistema que separa una sexualidad normal de una desviada [...]” (Sáez 2004, 133). Es por ello que en términos de Argüello (2013) se hable de unas diversidades sexuales que pueden ser entendidas bajo varias etiquetas dentro de un trasfondo de acciones reivindicativas y políticas.

Es de particular relevancia cuando se hace referencia a actores sexualmente diversos que pueden posicionarse según facetas y momentos de lucha. Así, por ejemplo, un mismo actor

puede definirse como homosexual en una situación, y en otras como *gay*, GLBT, queer, maricón, miembro de la sociedad civil, militante de un partido político, etcétera, siempre en función de lo que situacionalmente se requiere para ganar afectividad política, y según el marco de injusticia al cual esté apelando. (Argüello 2013, 193)

Así con respecto a esta diversidad sexual es que se identifica la existencia de un colectivo en términos institucionales de múltiples expresiones sexuales que forman parte de un escenario “disidente de discursos normalizadores” (Mogrovejo 2008, 71), como ha sucedido principalmente con respecto a la lucha de homosexuales, lesbianas, sujetos intesexuados y transgénero quienes enfrentan una serie de elementos que encasillan su condición de forma censurada. Lo LGBTI también se ha fundamentado “en la aceptación y el reconocimiento de sus diversas particularidades sexuales, para alcanzar una condición de igualdad jurídico institucional respecto al resto de la sociedad” (Figari 2011, 225).

Cabe destacar en palabras de Settani (2013) que la identidad LGBTI ha hecho referencia a una confrontación en contra del gobierno, así “al quiebre de la norma y el traspaso de los límites impuestos por sus edictos, bajo determinados episodios se ha convertido en un problema para la organización de las diversidades sexuales, quienes han buscado alcanzar una situación de igualdad legal y social” (Settani 2013, 65). En este sentido, es que se pueda hacer referencia a un verdadero movimiento que ha confrontado y, todavía enfrenta una serie de problemas, resaltándose su capacidad política en términos de organización y acción social.

Si se emplea la definición de McAdam, McCarthy y Zald (1994) sobre movimiento social, que manifiesta:

Un movimiento social a través de sus diversos procesos enmarcadores dotan a su organización de un cierto potencial para la acción [...], ellos están mediando mediando entre la creación de oportunidades política, su capacidad de organización y acción, sobre todo para enfrentar problemas [...] Así, al hacer referencia a *oportunidad política* se debe por lo menos entender los límites estables y volátiles del sistema político que interactúa en conjunto con un movimiento social [...] donde la organización y acción son indispensables para las tácticas y canales que hacen de los movimientos los elementos no solo para cumplir sus objetivos sino para defender su forma de percibir la realidad (McAdam, McCarthy y Zald 1994, 36-40).

En este sentido se puede definir a los movimientos LGBTI en términos de un grupo con potencialidades de interacción, organización y oportunidades creadas ante la existencia de problemas.

Sin embargo, para Žižek (1998) los problemas que tienen que afrontar las minorías sexuales tienen un origen desde lo que se considera *trascendental* dentro de la sociedad, concretado a través de la censura dirigida hacia las especificidades de grupos sexualmente diversos.

[...] el encuadre trascendental es el resultado de una escisión constitutiva, en la cual la negación de una identidad particular transforma en el símbolo de la identidad y la completud como tales: lo trascendental adquiere existencia concreta cuando algún contenido particular comienza a funcionar como su sustituto [...] por ejemplo la fobias contra la diversidad sexual cuando se acepta que lo gay o lo homosexual debe ser tolerado, bajo la condición de que acepten la censura básica de su identidad (Žižek 1998, 145)

Otro tipo de negaciones a las cuales han sido sometidos estos grupos tienen que ver con atributos en torno a términos violentos, que desprestigian su condición desde la sociedad. Al respecto Bourdieu (1998) expresa la presencia de una dominación en términos simbólicos que desprestigia a todo aquello que se oponga a la masculinidad y la heterosexualidad.

La forma especial de dominación simbólica que sufren las minorías sexuales, afectados por un estigma que, a diferencia del color de la piel puede estar oculto (o exhibido), se impone a través de los actos colectivos de categorización que hacen que existan unas diferencias significativas, negativamente marcadas, y a partir de ahí unos grupos, unas categorías sociales estigmatizadas [...] Hablar de dominación o de violencia simbólica equivale a decir que, si no se produce una revuelta subversiva que conduzca a la inversión de las categorías de percepción y de apreciación, el dominio heterosexual tiende a adoptar sobre sí mismo el punto de vista de dominador. A través del efecto de destino que produce la categorización estigmatizante y en especial el insulto, real y potencia (loca, torcidos, raros) y a vivir en la ignominia de la experiencia sexual que, desde el punto de vista de las categorías dominantes, le define, oscilando entre el temor de ser descubierto, desenmascarado [...]” (1998, 85)

Además, este fenómeno no ha sido ajeno a los medios de comunicación. La negación (censura) que confronta este colectivo puede ser vista en términos de una comercialización. De acuerdo al recuento que hace Fraire (2011) en su trabajo *Homosexualidad y Medios de Comunicación* se ha considerado que “los medios de comunicación encuentran diversas maneras para representar a la comunidad de *gays y lesbianas*, adaptadas a un enfoque

comercial” (Fraire 2011, 4). Por ejemplo, al considerar que lo comercialmente aceptable de los protagonistas en los contenidos mediáticos es que los homosexuales sean encuadrados en roles relacionados a un tratamiento psiquiátrico.

De forma similar, los medios de comunicación tienden a actuar como defensores de lo socialmente reconocido, especialmente con relación a la predominancia de la heterosexualidad. En palabras de Aguirre (2013), los medios de comunicación

[...] han formado parte de un sistema simbólico de representaciones que se define bajo los patrones de género socialmente aceptados [...] cuando se reproducen lenguajes, discursos, relatos que encasillan a los homosexuales en la resignación, el tratamiento médico o simplemente el rechazo (Aguirre 2013, 147)

Es por ello que dentro de la comunicación masiva existen diversas formas en las que se legitima la posición de lo trascendental cuando tiene una cierta vinculación con la dominación de la heterosexualidad. En el trabajo de Pamela Anne Quiroz (2013) se identifica como a través de aplicativos móviles como *Grindr*, *Skout*, *Plenty of Fish*, *Meet Moi* y *Zoks* se ha limitado la identidad de este colectivo a *personal advertisings*⁹, donde sus expresiones sexuales se encasillan al empleo de frases y textos, dentro de una esfera privada y virtual, ya que no son aceptadas dentro de un escenario público real.

Siguiendo con esta línea, la tesina de Francisca Luego Baeza (2010) donde se trabaja la representación de los homosexuales a través de medios de comunicación virtuales. La autora encuentra a la plataforma *Gaydar* como un constructor social de otro tipo de masculinidades dentro del espacio privado tecnológico. Aunque este trabajo se enfoca en la representación que tiene la homosexualidad bajo un escenario privado, lo que concluye en su investigación es que pese a que *Gaydar* constituye un espacio de opinión se percibe más como una consecuencia ideológica frente al discurso heterosexual que ha llevado, sobre todo a homosexuales, a participar de estas redes privadas como mecanismos para la ‘tolerancia’¹⁰ y el *closet* social.

⁹ Pamela Quiroz, “From Finding the Perfect Love Online to Satellite Dating and ‘Loving the-one-You’re-Near’: A look at Grindr, Skout, Plenty of Fish, Meet Moi, Zoosk and Assited”, *Humanity and Society* 37: 182, doi 10.1177/0160597613481727.

¹⁰ Francisca Luego Baeza, “Masculinidades no dominantes una etnografía de Gaydar” (tesis magistral, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2010), 10.

El trabajo de Roberto Bravo (2011), *Comunicación, sexualidad y homofobia. Los procesos comunicacionales de inclusión y exclusión sexual del colectivo GLBTI*, esquematiza la forma en que se construye la identidad de estos grupos a través de la perspectiva de los periodistas. En el mismo identifica la utilización de términos peyorativos y la preservación de estereotipos dentro de la construcción de determinados contenidos mediáticos. El autor recurre a un análisis de contenido sobre la revista *Blanco y Negro* de 1996 para determinar que los mecanismos de perpetuación de los discursos que condenan a la diversidad sexual, se mantienen bajo los esquemas editoriales del entretenimiento y espectacularización de los contenidos hacia una audiencia que rechaza lo diferente.

También en la investigación de Cristian Mancero Villareal (2007) denominado *La Construcción del movimiento gay y sus manifestaciones sociales, culturales y políticas de la ciudad de Quito*. En este estudio el autor hace un análisis del movimiento a través de sus espacios asociativos, de socialización y canales de información. En este último escenario, el de los medios de información, se realiza una construcción histórica sobre la identidad *gay* bajo diversos tipos de medios y formatos de presentación¹¹. Lo que se percibe es que los movimientos LGBTI han sido expuestos a una serie de ocultaciones con respecto a sus relaciones interpersonales que se mantienen fuera de lo público de las calles o en los medios de comunicación.

De acuerdo a Austin Rowe (2009), la representación de la diversidad sexual en los medios masivos debería ser entendida como “un reflejo que cumple un diálogo cultural con lo socialmente aceptado” (Rowe 2009, 1). A lo que Žižek (2008) ha denominado la presencia de unos *encuadres trascendentales*¹² sobre como exponer la diversidad sexual, especialmente a través de la aceptación de su negación. Por ejemplo, Bordieu (1998) opina que algunas veces los homosexuales se pueden representar a través de expresiones de odio (Borudieu 1998, 19). En otros momentos la diversidad sexual, como lo menciona Aguirre (2008) en los medios se la puede exponer bajo temas de una resignación o tratamiento médico (Aguirre 2008, 143).

La comercialización de la representación puede ser un problema para cualquier grupo social al momento que se establecen fuertes vínculos entre los interés personales con el rol político de

¹¹ Cristina Mancero Villareal, “La Construcción del movimiento gay y sus manifestaciones sociales, culturales y políticas de la ciudad de Quito”, (tesis magistral, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2007). 80

¹² Aunque este concepto se desarrolla con el nombre de *esquema trascendental*, para este trabajo no se diferencia entre esquema y encuadre, sin embargo, este hace referencia a ideas que se naturalizan respecto a los homosexuales que definen su identidad y en ocasiones perpetúan un discurso homofóbico (Slavoj Žižek 2008, 147)

los medios de comunicación. Ya que por un lado, en palabras de Todd Gitlin (2003) “la comunicación masiva debe ser cuestionada, sobre todo, porque además de establecerse como un fuerte referente para la representación social, también es cierto que mucha de la información se ha presentado bajo la influencia de ciertos intereses [...]” (Gitlin 2003, 9). Por ejemplo, como suceden en los *Talk Shows*, las series y las novelas que hacen relación a los LGBTI dentro de un consumo dirigido a las audiencias para el entretenimiento y la diversión.

2.1.3. Rol político de los medios

En este caso el desplazamiento del rol político de los medios masivos de comunicación se ha dirigido más hacia un modelo que se enfoca en lo comercial, especialmente, a una suerte de homogenización con respecto a su función.

Así, un rango de consecuencias ha fluido en torno a la comercialización de los medios masivos. En primer lugar, cuando los sistemas mediáticos se han alejado del escenario político. Esto ha modificado la función del periodismo y por ende la de los comunicadores. En este sentido el principal objetivo de quienes hacen comunicación no ha sido el de diseminar ideas y crear un consenso social alrededor de estas. Lo que se ha producido es una tendencia a producir entretenimiento de la información que puede ser vendido a consumidores individuales. En este sentido es que esto contribuye a una homogenización que cancela la pluralidad y el aspecto político de la información, en especial en torno a los sistemas mediáticos que tienden a un modelo liberal económico (Hallin y Mancini 2004, 277)

Otro caso de este cambio de lo político a lo económico en lo que se expone en los medios de comunicación de acuerdo a Barbero (1995) se ha detectado en la transformación de la prensa partidaria a una prensa más sensacionalista

En este sentido la prensa de izquierda cuyos artículos profundos se escribían con un trasfondo político, pasaron a ser reemplazadas por los titulares ampliados, el uso de imágenes excesivas y los limitados textos que la nueva tecnología sugería, propios de una prensa centrada en lo económico y los intereses particulares (Barbero 1998, 199).

Sin embargo, por el otro lado Dennis McQuail (2010) reconoce que la posición política de los medios de comunicación no es del todo comercial, ya que existen otros aspectos que le permiten mantener su posición política como son su condición de visibilidad y su relación con un sistema de regulación.

Los medios masivos de comunicación no deberían ser considerados simplemente como un tipo de negocio más. Especialmente, cuando sus actividades pueden girar en sentido político y económico. Así, por un lado, se puede relacionar a los medios de comunicación masiva con la producción de bienes y servicios que la mayoría de veces son de carácter privado (para satisfacer necesidades particulares o como sucede en las denominadas industrias culturales), pero también tienen su vínculo con actividades públicas (vistas como necesarias para trabajar como un todo dentro de la sociedad). En este sentido es que se puede tener una idea del rol que cumplen los medios masivos con relación a estos dos tipos de acciones [...] por un lado, con respecto a su carácter público no se puede negar su función política ya que históricamente han adquirido el rol de actores públicos esenciales para la visibilidad de temas, el problema muchas veces puede ser cuando su rol público está influenciado por aspectos económicos, es en este sentido que lo que los medios hacen o dejan de hacer es importante para la sociedades, fundamentalmente con los temas que deben ser de relevancia pública [...] Al respecto, la función regulatoria puede garantizar la protección de intereses colectivos, por ejemplo relacionados con el Estado, la salvaguardia de los derechos, la promoción de valores culturales y la motivación tecnológica al momento en que los medios se alejan de una postura política con respecto a su rol dentro de la sociedad (McQuail 2010, 187-195)

Los modelos europeos al respecto se han caracterizado por presentar un sistema de regulación fuerte con respecto a los medios, a diferencia de los americanos donde la regulación es menor y acorde a un sistema liberal (Hallin y Mancini 2008, 220). En el caso de algunos gobiernos de izquierda en Latinoamérica se ha cuestionado la posición que han adquirido los medios de comunicación masivo y la prensa a lo largo de las nuevas décadas con relación a su propiedad y los intereses económicos que sobre estos han emergido (Kitzberger 2010, 64).

Especialmente, cuando han sido vistos como empresas mediáticas y no como meros agentes informativos de lo que sucede en el día a día.

Algunos gobiernos *neo* socialistas en este sentido han promovido nuevas consignas y programas de izquierda en Latinoamérica con respecto a la regulación y empleo mediáticos. Por ejemplo, en palabras de Kitzberger (2010) eso ha implicado el surgimiento, en el caso de Ecuador, Venezuela, Argentina y Bolivia, de elementos de regulación y al mismo tiempo un empleo de los mismos medios para la interpelación pública de los respectivos gobiernos.

Primero, al existir una práctica del *going public* o el interpelar público con discursos altamente ideológicos (esto es que contienen marcos interpretativos clasistas) sobre los medios privados y prensa [...] segundo estos gobiernos despliegan una variedad de formas y dispositivos de

comunicación directa que exhiben mixturas variables de apelaciones políticas tradicionales con usos sofisticados y tecnocráticos de recursos mediáticos. Tercero, estos gobiernos promueven sistemas de regulación y la creación de otros medios (Kitzberger 2010, 65)

Dentro de este escenario, se pueden establecer cuatro características comunes presentes en gobiernos como los de Ecuador, Brasil, Argentina y Venezuela, donde se ha cuestionado por un lado el funcionamiento de los medios predominantes y por el otro se ha resignificado el empleo de los medios masivos bajo el énfasis de rescatar lo público.

Primero, no se ha podido negar la relación ideológica de los medios privados dentro del contexto latinoamericano a comienzos de pleno siglo, los mismos que gracias a su solidez económica han posibilitado la profesionalización, la especialización y la práctica de un periodismo de investigación que décadas atrás no existía [...] Segundo, los medios han estado sujetos a la lógica de la demanda; en otras palabras, han tenido que atraer el interés de los consumidores en un mercado competitivo [...] tercero los gobiernos no han sido actores pasivos. Todos los medios dependen en menor y mayor medida de recursos de la publicidad oficial, concesiones reguladas por el estado y por legislaciones que incluyen leyes relativas a la competencia. La posibilidad de utilizar estos instrumentos, otorga a los gobiernos una capacidad de coerción [...] cuarto, la dinámica política indica que los medios privados están lejos de ser omnipresentes porque si bien son masivos no llegan a la totalidad de la gente (Sorj 2010, 8)

La vigencia de un sistema regulatorio y la importancia que los denominados medios públicos han adquirido dentro del activismo político de estos gobiernos, con respecto a la situación de los medios masivos de comunicación en Latinoamérica, ha generado un escenario polarizado de los gobiernos con respecto a los medios masivos de propiedad privada (Kitzberger 2010, 62). Es decir, la configuración de un modelo mediático contextual, en la que se pueden encontrar características liberales o de cierto paralelismo político (Hallin y Mancini 2008, 222) que marca una posición contra hegemónica en torno a cómo se ha ejecutado la representación social desde la empresa mediática.

Por ejemplo, en palabras de Botero (2006) deben ser cuestionado, al menos dentro del contexto Latinoamericano, la emergencia de otro tipo de consideraciones con respecto a la comunicación mediática y masiva.

Así, los medios masivos deberían ser entendidos en términos de una verdadera participación de todos los actores sociales urgente dentro de la construcción de la ética y moral ciudadana,

más allá de las definiciones que se puedan presentar con respecto a la intervención gubernamental, sobre todo con respecto a la inversión en la creación de otro tipo de medios, ya que su carácter masivo en algún sentido sugiere cierto grado que lo relaciona, indirectamente, con el ámbito público y no la definición que bajo un sistema regulatorio o de poder se pueda manifestar (Botero 2006, 63).

De manera similar se puede expresar con respecto a un sistema de regulación cuando los debates dentro de los nuevos gobiernos de izquierda se han enfocado en la definición de un sistema de regulación, basado en elementos punitivos con respecto al rol de los medios y, se ha dejado de lado aspectos verdaderamente importantes relacionados a los derechos de la información y la comunicación que en sí competen al bienestar social.

[...] cuando se trata de regular los medios de comunicación, el debate se ha centrado en el rol punitivo y de control más que en el fomento y protección de derechos. Bajo esa circunstancia la discusión sobre el tipo de sistema de regulación más adecuado para una sociedad y la oportunidad de considerar a la comunicación como un espacio de deliberación social han quedado en segundo plano (Ávila 2013, 72)

Es por ello que dentro de la representación mediática que surge en torno a los LGBTI para este trabajo, es indispensable por lo menos considerar aspectos que se van relacionando con un contexto que ha implicado la emergencia de los medios de propiedad del Estado y al mismo tiempo tomar en cuenta planteamientos sobre la regulación mediática. Los medios de comunicación juegan un rol político importante dentro del escenario de los movimientos sociales, ya que por un lado son actores sociales que otorgan visibilidad a los acontecimientos. Por el otro, existen parámetros que guían sus maneras de realizar las exposiciones mediáticas dentro de un momento y escenario determinado con respecto a los movimientos.

Así, se plantea el objetivo principal que guía a esta tesis cuando básicamente se busca analizar, dentro de una primera aproximación a un estudio de *framing*, la manera en que los medios de comunicación han representado mediáticamente a los movimientos LGBTI. Algunas interrogantes surgen al respecto de este fenómeno social, en especial cuando se quiere reconocer ¿De qué maneras los medios de comunicación en el Ecuador han enfocado el tema LGBTI cuando se resalta el elemento reivindicativo y de socialización de los LGBTI? Y además, ¿cómo se ha presentado dicha representación cuando se ha cuestionado el rol de los

intereses mediáticos particulares junto a la emergencia de unos medios públicos y un sistema de regulación?

Capítulo 2

Visibilidad pública de los LGBTI

Al retomar las palabras de Figari (2011) “existen varios casos en los que los LGBTI han buscado expresar sus particularidades sexuales, para alcanzar una condición de igualdad jurídico institucional respecto al resto de la sociedad” (Figari 2011, 225). Incluso, en los que se ha identificado problemas públicos a los que han tenido que confrontar a través de estrategias y modos de organización en diferentes partes del mundo. Así, se identifican algunos episodios que muestran al colectivo LGBTI como actores disidentes ante diferentes tipos de censuras provenientes de otros actores sociales, como por ejemplo han sido los gobiernos o los medios de comunicación, en momentos determinados.

El caso Alemán, fue una de las primeras acciones colectivas inspiradas en la reivindicación de las relaciones homo eróticas de 1890, dentro de la cual las estrategias tomadas por el Comité Científico Humanitario (*Wissenschaftlich-humanitäres Komitee*) de Berlín fueron relevantes en torno a la visibilidad de los homosexuales, cuando se buscó derogar el artículo 175 del código penal alemán, que criminalizaba las prácticas homo erótica¹ públicas en el país. Esta expresión fue un ejemplo de las acciones disruptivas de estos grupos en su intento por lograr que la estigmatización pública a las relaciones homosexuales terminase.

Entre las estrategias de socialización que caracterizó al Comité Científico se puede destacar la emisión del panfleto *Lo que la gente debe saber sobre el tercer sexo*, el cual contenía investigaciones sobre la homosexualidad². Y entre los logros de esta organización, fue lograr la despenalización de la homosexualidad en Alemania. Uno de los primeros países en legitimar la relaciones homo eróticas en términos constitucionales. Aunque estos esfuerzos dentro de la historia serían reconocidos a nivel mundial, por ser una de las primeras expresiones colectivas a favor de la libertad en la orientación sexual, sin embargo fueron un logro de poca duración, cuando en la misma Alemania 40 años después, homosexuales fueron censurados, incluso llegando al nivel del exterminio como sucedió durante la segunda guerra mundial.

¹ Jorge Mejía Turizo y Maury Almanza Iglesia, “Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos LGBT Community: History and legal recognitions”, *Revista Justicia* 17 (2010): 84. <http://132.248.9.34/hevila/JusticiaBarraquilla/2010/no17/7.pdf>

² Héctor García, “Aproximación bibliográfica a la marcha del orgullo *gay* en la ciudad de México” (tesis de licenciatura, UNAM, 2005), 10. <http://132.248.9.195/pdtestdf/0340433/A4.pdf>

En este sentido es que se puede entender la negación total que enfrentaron 15000 homosexuales durante la guerra, llegando al nivel de ser enviados a campos de exterminio ante una perspectiva que, aplicando los términos de Žižek (1998), sería trascendental durante el gobierno de Hitler³. De acuerdo a Mejía y Almanza (2010) eso implicó criminalizar nuevamente a las denominadas relaciones homo eróticas dentro de escenario público. Al punto que estos sujetos fueron considerados una amenaza nacional.

El gobierno nazi, especialmente bajo el dictamen de Adolfo Hitler, mantuvo durante la época la postura de que las relaciones homo eróticas carecían de efectos reproductivos y por tanto, la posteridad y perpetuidad de la raza aria se veía amenazada si se aceptaba dicha condición (Mejía y Almanza 2010, 85)

Es por ello que esta negación, consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, incluso se mantuvo 30 años después (Mejía y Almanza 2010). En 1990 el gobierno Alemán, pidió disculpas públicas a las víctimas de este genocidio y en el 2016 se logró indemnizar a los sobrevivientes del nazismo.

Otro caso que es memorable en torno a la disidencia LGBTI es el norteamericano, uno de los más reconocidos a nivel internacional. De acuerdo a Settani (2013) a través del episodio norteamericano se pudo evidenciar ejemplos de acciones disruptivas públicas provenientes desde los grupos LGBTI contra las fuerzas policiales. El mismo que ha implicado “el quiebre de la norma y el traspaso de los límites impuestos por el Estado a través de agentes policiales que representaron en un momento determinado un problema para la organización de las diversidades sexuales, quienes buscaron alcanzar una situación de igualdad legal y social en los Estados Unidos” (Settani 2013, 65). Así tras los disturbios de Stonewall se daría comienzo a una de las acciones colectivas más reconocidas de los grupos LGBTI.

Un hecho que marcó en forma profunda y definitiva la historia para las minorías de diferente orientación homo erótica acaeció el 28 de junio de 1969 en los Estados Unidos, los disturbios de Stonewall, los cuales consistieron en una manifestación caótica contra una redada policial [...] fue una manifestación que posteriormente permitiría a los colectivos organizarse, ante los abusos policiales, y dar lugar a su libertad sexual de manera pública dentro de sus marchas por el Orgullo [...] (Mejía y Almanza 2010, 85)

³ Jorge Mejía Turizo y Maury Almanza Iglesia, “Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos LGBT Community: History and legal recognitions”, 83.

Parafraseando a García (2005) esto permitió a *gays* y lesbianas organizarse dentro de su primera marcha por el Orgullo, donde se demandó “un alto a la discriminación de diferentes instituciones sociales en conmemoración a los disturbios en Nueva York que habían sucedido en 1969” (García 2005, 14). Así, uno de los movimientos que se caracterizó por la organización de la primera expresión colectiva por el Orgullo en Estados Unidos fue el *Gay Liberation Front* (GLF)⁴. De acuerdo al manifiesto de este movimiento durante las marchas de 1971 se expresaría a las relaciones familiares inspiradas en la heterosexualidad como uno de los problemas que debían enfrentar los grupos LGBTI junto a la representación que realizaban la televisión y la radio:

Todo empieza en la familia y en los roles que en ella se establecen, donde el hombre jefe de familia y la esclava mujer, la misma que se encarga de cuidar a los niños/ñas, ambos reproducen modelos ideales que van en contra de la homosexualidad [...]es a través de esta condición que se han dado otro tipo de ofensas hacia nuestra sexualidad como las leyes que nos catalogan como inmorales [...] o la televisión, la radio y la prensa que nos consideran como sujetos pervertidos y escandalosos (*Gay Liberation Front* 1971, 3-4)

En el estudio de “*Action frames in the gay liberation movement*” de Valocchis (2015), se identifican algunos encuadres tácticos que se emplearon por el GLF y otros movimientos para promover en la esfera social a “lo *gay* como bueno”, demandar mayor “libertad sexual” e invitando a cuestionar el heterosexismo y el chauvinismo de las sociedades modernas americanas (Valocchis 2005, 54-56).

Años después de lo acontecido en Estados Unidos, también se han dado diversas manifestaciones públicas reconocidas como las marchas por el Orgullo a lo largo de diferentes países (Figari 2011, 228). En una suerte de mimetismo al caso norteamericano. En este sentido en México, tres grupos protagonizaron la primera acción colectiva de 1979 en ese país en 28 de junio: el Frente Homosexual de Acción Revolucionaria (FHAR) de tendencia marxista liderado por Nancy Cárdenas, el grupo Lamda de Liberación Homosexual y OIKBETH (movimiento de mujeres lesbianas)⁵. Ellos exigen en 1979 durante su primera marcha ante el gobierno, el cumplimiento de derechos sociales sobre la igualdad y la exigencia laboral.

⁴ “Antecedentes e historia del movimiento gay lésbico en México”, pdtestdf, acceso el 13 de mayo de <http://132.248.9.195/pdtestdf/0340433/A4.pdf>

⁵ García, Hector. 2005. “Aproximación bibliográfica a la marcha del orgullo *gay* en la ciudad de México”. Tesis de licenciatura. UNAM. <http://132.248.9.195/pdtestdf/0340433/A4.pdf>.

Estos movimientos denunciaron los abusos policiales y las medidas políticas liberales. En términos de García (2005) esto se tradujo con “una alianza con los grupos socialistas marxistas mexicanos, “[...] logrando la integración de las mujeres en especial en temas de igualdad de género” (García 2005, 13). Así mismo, durante la segunda marcha por el Orgullo mexicano de 1980 las consignas volvieron a retomar los temas contra la homofobia, la represión policiaca y la desigualdad en los derechos laborales. Los movimientos logran alcanzar por primera vez a través de sus expresiones colectivas por el Orgullo el apoyo de partidos políticos como el PRT, POS y el PCT para luchar contra la discriminación de la orientación sexual y alcanzar mayor visibilidad estratégica.

Por otro lado, desde el sur del continente, desde Colombia en 1982 comienza a organizarse el primer *Gay Pride* colombiano. El Colectivo Zuleta que la encabeza, busca recordar los atentados contra las víctimas del triángulo rosa de la segunda guerra mundial, en este sentido de acuerdo a un manifiesto de este colectivo se expuso:

El 28 de junio de 1982 se organiza la primera marcha *gay*. Solo había 32 personas en la marcha [...] por lo extraordinario que parecería, cien policías fueron enviados [...] Participaron grupos de Medellín y Cali. Cada uno marchaba con un triángulo rosado en la mejilla [...] para recordar a lo que había pasado a los homosexuales en los campos de concentración. La prensa cubrió el evento. Por ejemplo, un periódico de la Costa Atlántica dijo que un grupo de *maricas* había organizado una marcha [...] (Colectivo León Zuleta 2016, 2)

Las marchas por el Orgullo, así se van manifestando de diversas maneras a largo del continente americano. En el caso de Argentina en 1992, se busca expresar la inconformidad respecto “al artículo N° 15.460/57 de la constitución estatal que prohibía la transmisión de contenidos sugerentes al desvío sexual y al erotismo en los medios de comunicación” (Settani 2013, 63). De acuerdo a Settani (2013), el rol de los medios fue fundamental para dar visibilidad a sus demandas durante las marchas

[...] la puesta en circulación de parte de los medios de comunicación, en general, y de la televisión, adquirirían una gran relevancia para visualizar ese *nosotros* que construía hacia el interior de la comunidad LGBT y en torno a la marcha por el Orgullo en Argentina, especialmente, hacia el exterior [...] junto a la modificación de las valoraciones sociales sobre todo para que la diversidad sexual sean expuestas de manera pública (Settani 2013, 65).

Por otro lado, en Perú (2001) el protagonismo del *Movimiento Homosexual de Lima* se volvió una pieza clave para la derogación de la criminalización de la homosexualidad, dentro de los estatutos para ingresar a las fuerzas armadas y policiales. En Chile el rol del grupo lésbico-feminista *Ayuquelen* y de otros grupos feministas durante sus marchas iniciales, denunció los abusos contra las víctimas por la dictadura de 1973.

De igual manera en Brasil, el *Grupo Gay de Bahía* y el *Triángulo Rosa* fueron los movimientos más activos durante las marchas del Orgullo de la década de los 90, los mismos que “apoyaron al movimiento obrero de Sao Paulo en su protesta contra los tratos injustos del sector industrial [...]” (Figari 2011, 230). En el Ecuador FEDAEPS y Coccinelle participaron en la despenalización de la homosexualidad, la misma que contribuiría en un primer momento, a que las acciones colectivas de los LGBTI se hiciesen públicas⁶ a través de su primera marcha por el Orgullo en junio del año 98.

En este sentido y retomando las palabras de Figari (2011) es que “en los últimos años los movimientos LGBTI se han caracterizado por la pluralidad de agrupaciones y multitudinarias acciones colectivas públicas como las marchas del Orgullo; junto a demandas que surgen en todo el continente, sobre todo, en las principales ciudades y en el escenario moderno” (Figari 2011, 230). Es decir, no importa la identidad que adquieran, sean maricas, locas, *queers*, *gays*, homosexuales, bisexuales, transgénero, etcétera (Argüello 013) como se definan los que protestan. Las marchas del Orgullo se han convertido en un acto reivindicativo de una identidad colectiva que se ha mantenido dentro del entorno social. Hasta el punto de convertirse en un momento de visibilidad, que incluso ha llamado la atención de los medios de comunicación de forma periódica dentro de diferentes coberturas.

El Ecuador, en ese sentido, también ha formado parte de dichas expresiones colectivas. En especial, tras un proceso de oportunidades políticas y estrategias organizativas de los movimientos LGBTI que permitieron la visibilidad de estos grupos en caso como han sido el desarrollo de las llamadas marchas por el Orgullo. Así se resaltan los eventos que se han dado considerado como los más relevantes, como han sido la despenalización de la homosexualidad, la vigencia de un principio de no discriminación en la Constitución ecuatoriana en 1998 y una reforma constitucional en el 2008 que han apoyado la representación público mediática de estos grupos.

⁶ Quintana et al., *Balance y perspectivas de los derechos humanos de las personas GLBTI en el Ecuador* (Quito: UASB, 2013), 9-79.

1. Origen de la marcha por el Orgullo en Ecuador.

El 14 de junio de 1997, la policía de Cuenca inicia una redada rutinaria en un conocido bar de esta ciudad. Las autoridades irrumpieron en el local sin previo aviso a los propietarios y arrestaron a parte de la clientela. Los clientes fueron acusados de infractores de la ley que prohibía a los ciudadanos vestirse como alguien del sexo opuesto o tener prácticas homosexuales por lo que son detenidos (Mancero 2007, 46).

Es en 1997 tras los disturbios ocasionados en el bar Abanicos de Cuenca y los diversos casos de personas recluidas, tras las continuas batidas en parques y bares en otras ciudades del Ecuador y sus desaparecidos (*El Comercio*, junio 24, 1998), es el momento cuando se organizan los grupos LGBTI en contra del antecedente legal que justificaba este abuso policial⁷. De este modo es que en 1997 inicia la “demanda constitucional No. 111-97-76 desde los movimientos contra el artículo 516 del código penal que criminalizaba la homosexualidad en el escenario cotidiano [...]” (Salgado 2004, 114)

La regulación de la sexualidad fue vista en el Ecuador como uno de “los principales objetivos de la institución penal, con la finalidad de favorecer la heterosexualidad como condición de dominio” (Quintana et al. 2014, 29) y por ende de visibilidad. Patricio Aconda Melo (2015) sostiene que esta situación llevó a los sujetos sexualmente diversos ecuatorianos a su lucha por reclamar el respeto a sus derechos civiles, entre ellos el acceso libre a los espacios públicos. Lo cual ha permitido entender a estos movimientos como “actores sociales políticos dentro del contexto temporal ecuatoriano” (Melo 2015, 22), en torno a buscar una mayor visibilidad de sus acciones.

En este sentido, retomando los conceptos McAdam (1999) como los de *oportunidades políticas, problemas y estrategias* propias de los movimientos sociales, en un escenario como el del Ecuador, la década de los 90 se caracterizó por una serie de atentados contra los derechos humanos y de una crisis democrática que tuvieron que enfrentar los grupos LGBTI ecuatorianos. Así sus *oportunidades políticas* fueron limitadas, parafraseando a Chacon (2008) por las medidas policíacas y de las fuerzas armadas afrontadas que continuaron la tradición política de gobiernos como los de León Febres Cordero (1984-1988), Rodrigo Borja (1988 – 1992) y Sixto Durán Ballén (1992 - 1996) con respecto a la represión hacia los LGBTI en el escenario público (Chacon 2008, 15)

⁷ Quintana et al., *Balance ...*, 9-79.

Al respecto, “Homosexuales y grupos trans fueron perseguidos, considerados “grupos peligrosos para la sociedad, en ese entonces por atentar contra la moral pública” (Chacon 2008, 15-20). Así, la policía, junto al respaldo legal, los encarcelaba, por ser catalogados como criminales inmorales si se los encontraba en las calles. Si bien en 1990 la Organización Mundial de Salud ya había descartado a la homosexualidad dentro de su lista de patologías como una enfermedad mental, los atentados se seguían cometiendo en el país contra las diversidades sexuales, a través de la censura de sus acciones. Al respecto, muchos activistas se organizaron en torno al comunicado emitido por la OMS y la penalización de la homosexualidad (*El Comercio*, julio 1, 2012).

Esto de acuerdo a Quintana et al (2014) se debió “[...] a los constantes atropellos y violaciones, sobre todo en el año de 1994, donde se pudo a dar a conocer por primera vez la situación vulnerable de los grupos sexualmente diversos ante organismos internacionales como fueron la Comisión Interamericana de Derechos Humanos CIDH” (Quintana et. al 2014, 33). La llegada de la Comisión Interamericana de Derechos (CIDH) en la década de los 90 en el Ecuador no solo implicó la investigación de personas desaparecidas “el caso de los hermanos Restrepo, el de Consuelo Benavides y el de grupos subversivos como Alfaro Vive Carajo y Montoneros Patria Libre” (Chacon 2008, 6). Sino también se abrió una investigación sobre asesinato a homosexuales, “donde se reconoció el labor de activistas para escenificar la situación del colectivo LGBTI en el país [...]” (Quintana 2014, 33).

Sin embargo, en febrero de 1997 el Ecuador pasa por un proceso de inestabilidad, “lo que dificultó la solución de problemas sociales, ya que se incrementaron el número de protestas de varios grupos, especialmente desde el sector obrero por la crisis económica y política alcanzada en ese entonces” (Chacon 2008, 17), lo que implicó otro problema social que tuvieron que enfrentar los grupos LGBTI, sobre todo, durante la caída del gobierno de Abdalá Bucaram. Por ello es que retrasaron muchos proyectos de los grupos LGBTI en torno al planteamiento de reformas legales y soluciones en tema de derechos humanos en torno a la socialización de sus prácticas.

En palabras de Salgado (2008) tras la caída de Abdalá Bucaram que dejó un Congreso Nacional donde se mantuvo una mayoría de partidos políticos de tendencia conservadora, los aportes de los movimientos LGBTI pasaron desapercibidos.

La Asamblea Constituyente de 1997-1998 tiene en su mayoría a hombres asambleístas electos que pertenecen a partidos políticos de derecha. La tendencia conservadora de estos partidos era un obstáculo para lograr la inclusión de derechos sexuales y reproductivos de las diversidades sexuales (Salgado 2008, 44).

Así, la permanencia del artículo 516 del Código Penal estipulaba en esos años: “En los casos de homosexualismo, que no constituyan violación, los dos correos serán reprimidos con reclusión mayor de cuatro a ocho años” (Salgado 2008, 30), siendo detenidos hombres que vestían como mujeres por atentar contra la moral pública. En este sentido es que tanto desde grupos policiales y el gobierno se seguía institucionalizando la violencia contra los grupos LGBTI. Esto implicó la permanencia de un sistema legal basado en un esquema machista sobre las estructuras legales. Por ello es que en palabras de Quintana (2014) “[...] es interesante notar que en esta ley no se hizo mención a las relaciones entre mujeres, por ende el lesbianismo estuvo ausente dentro de la legislación ecuatoriana, heredera de ideologías patriarcales machistas” (Quintana et. al 2014, 38)

De acuerdo al informe de Amnistía Internacional, se continúan registrando desaparecidos homosexuales luego del gobierno de León Febres Cordero (Quintana et al. 2014, 89). Al respecto, los grupos sociales LGBTI, buscan la derogación de dicho artículo que los criminalizaba de manera injusta respecto a su orientación sexual e identidad. “Uno de los acontecimientos que se convirtió en el punto crítico respecto a estos sucesos de violencia fue la intervención y maltrato policial sobre los detenidos del Bar Abanicos en la ciudad de Cuenca” (Quintana et al. 2014, 59)

De acuerdo a Salgado (2004) estos grupos aprovechan el artículo 175 numeral 1 de la Constitución Política del Ecuador de 1997 para plantear la inconstitucionalidad del artículo 516 del código penal que regía en esa década (Salgado 2004, 115). Al respecto, se destaca sobre todo el papel de grupos como Fedaeys y Coccinelle para presentar el proyecto de derogación. Entre algunas de las tácticas y mecanismos de organización que escenificaron el escenario reivindicativo de los grupos LGBTI ecuatorianos en ese entonces, estuvieron las demandas ante el Tribunal Constitucional y las alianzas con otros grupos.

- Dentro de las demandas ante el Tribunal Constitucional se mencionan algunos países (Estados Unidos y México), como ejemplos donde ya se dio la despenalización de la homosexualidad (Salgado 2004, 112).

- En 1997 la Asociación Trans Coccinelle y FEDAEPS son los primeros movimientos en comenzar el proceso de recolección de firmas para presentarlo ante el Tribunal Constitucional para la eliminación del artículo 516 (Quintana 2014, 33).
- Diferentes activistas trans logran recolectar 1400 firmas y copias de cédula con el apoyo de cientos de estudiantes, trabajadoras sexuales de la calle la Mariscal con el apoyo de la Asamblea permanente por los Derechos Humanos (*El Comercio*, julio 1, 2012)
- Se organizan alianzas, al respecto “[...] en ese año es la activa participación de diversos sectores, movimientos sociales y grupos organizados para la generación de alianzas, entre ellos los movimientos feministas” (Salgado 2004, 44).
- En septiembre de 1997, varias organizaciones de *gays*, lesbianas, bisexuales [...] y de derechos humanos presentan ante el Tribunal Constitucional (TC) una acción de inconstitucionalidad sobre el artículo 516 de la legislación penal (Salgado 2004, 110).

En 1997, incluso aparece una nueva propuesta como parte de un plan de contingencia para los grupos sexualmente diversos.

Durante la presidencia de Alarcón se convoca a las organizaciones de la sociedad civil para trabajar en el Plan Nacional de Derechos Humanos que permite al Estado Trabajar en varios planes operativos en torno a detenidos, administración de justicia, indígenas, mujeres y grupos GLBTI. Lastimosamente la mayoría de los planes no se concretan y poco a poco quedan en el olvido (Chacon 2008, 19)

Así, llegado 1998 la Asamblea Permanente de Derechos Humanos (APDH) envía los 17 informes policiales de desaparecidos homosexuales para que se tome medidas contra esa violación a Amnistía Internacional (*El Comercio*, junio 24, 1998). A partir de este año, junto a al posicionamiento del nuevo presidente Jamil Mahuad se concretan nuevos cambios constitucionales. En este sentido se aprueba la nueva redacción de la Carta Magna en donde se retomaron las convenciones internacionales por el derecho e igualdad social, relevantes en torno a la discriminación. Este momento fue histórico para los sujetos sexualmente diversos, puesto que por vez primera en el país se reconocieron los derechos por orientación sexual dentro de la Carta Magna nacional.

Art 23.3 Todas las personas serán consideradas iguales y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma; religión, filiación política, posición económica, orientación sexual;

estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole (Constitución Política de la República del Ecuador 1998)

Este cambio constitucional no solo reflejó el trabajo conjunto de socialización de los LGBTI junto a las organizaciones internacionales y otros grupos como los feministas, sino también implicó nuevas tácticas de organización de estos grupos⁸, las mismas que se empezaron a ser contantes y públicas. Ejemplo de una de ellas son las marchas por el Orgullo que trascendieron a las propuestas políticas de visibilización de demandas que se habían llevado hasta ese entonces, a diferencia de los que sucedía antes negativamente con la reclusión y el asesinato.

El reconocimiento que hizo la formulación constitucional de no discriminación en razón de la orientación sexual constituyó un avance fundamental en la reivindicación de los derechos civiles y sociales sobre todo de la comunidad GLBTI, lo cual permitió posteriormente hayan actos públicos como la marcha del Orgullo [...] (Chacón 2008, 21)

Tras la despenalización de acuerdo a Judith Salgado (2004) de la homosexualidad y el nuevo cambio constitucional se generaron nuevas formas de luchar contra la discriminación⁹. Especialmente, a partir de 1998 que se legalizó la marcha, así giraron en torno a esta expresión una diversidad de nuevas demandas respecto a la condición de los protagonistas de los movimientos LGBTI dentro del escenario público. Durante la primera marcha, por ejemplo, que se realiza el 28 de junio de 1998, se expone en *El Comercio* veinte homosexuales salieron a protestar desde el parque *El Arbolito* a las 11 a.m. incitando a otros sujetos a salir del *Closet* (Mario Egas, *El Comercio*, junio 29, 1998).

Al mismo tiempo a partir de la vigencia del principio de no discriminación se presentan algunas leyes y otras propuestas legislativas que se han relacionados con los grupos disidentes LGBTI. Esto ha permitido que el escenario legislativo vaya “ajustándose al ejercicio de un sistema de derechos e instituciones en contra de la discriminación, relacionándose con nuevas demandas de estos movimientos en el escenario público (Figari 2010, 229). Por lo que, “no se puede negar el hecho facto de cómo las identidades sexuales han sido incorporadas en el modelo de regulación de derechos de gestión política contingente que se ha dado en los

⁸ “La Asamblea Permanente de Derechos Humanos (APDH) envió el paquete de 17 casos de repercusión y represión a los homosexuales en 1997 dirigidos a Amnistía Internacional” (“Como *El Comercio* menciona el 24 de junio de 1998, ...”)

⁹ Judith Salgado, “Análisis de la interpretación de inconstitucionalidad de la penalización de la homosexualidad en el Ecuador”, *Revista Aportes Andinos* 11 (2004): 4, <http://goo.gl/Q5R24w>.

últimos años [...]” (Blanco 2013, 27). Lo que se ha venido aplicando en el país tras la despenalización de la homosexualidad y la vigencia del principio de igualdad.

Estas consideraciones, especialmente dentro del país, han llegado a formar parte de un debate en torno a la representación pública, dentro de un contexto en las que se han identificado acciones del gobierno a favor del colectivo al menos desde modificaciones legales favorables a los LGBTI. Por ejemplo, como últimamente ha sucedido en torno a la creación de unos medios más democráticos y la vigencia de un sistema regulatorio en torno a los medios, que por ende sugieren una mejor representación de los grupos sexualmente diversos a través de los mecanismos que ofrecen la radio, la prensa y la televisión.

1.1. Sistema de derechos

Al respecto de estas acciones relacionadas con el gobierno y los movimientos LGBTI, se puede mencionar un segundo momento importante y a favor para las diversidades sexuales como fue una segunda reformulación constituyente. Así, “en el 2008 se amplía el principio jurídico de igualdad y no discriminación hacia otros sujetos sexualmente diversos como los transexuales e intersexuales” (Quintana 2014, 62).

Art. 11 Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural [...] orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación. (Constitución Nacional 2008)

A partir de una segunda reformulación de la Carta Magna a favor de la diversidad sexual, se concreta el Plan del Buen Vivir propuesta por el presidente Rafael Correa¹⁰ durante su campaña política para ser elegido presidente. En este sentido, tras el cambio constitucional aumentaron las garantías del Estado para proteger y apoyar también a grupos minoritarios, de atención prioritaria y de diversidad cultural y sexual. El compromiso del Estado en la nueva Carta Magna retomó los diferentes convenios internacionales firmados sobre todo en el área

¹⁰ De acuerdo al artículo 3 de la Constitución de la República del Ecuador del 2015 el Estado en su primer numeral: “Garantizará sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales [...] la seguridad para sus habitantes [...]”

de la igualdad, la no discriminación y la salud que databan desde 1965 y que no habían sido bien claros durante 1998.

En este sentido dentro de las reformulaciones en el área de la igualdad y la no discriminación se retomaron tres convenios internacionales que se volvieron a legitimar dentro de la Constitución. En palabras de Quintana et al. (2014) entre ellos: La Convención para la Prevención y la Sanción del Delito de Genocidio, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la mujer CEDAW y la Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles (Quintana 2014, 21),.

Es desde el 2008 que los convenios internacionales firmados por el Ecuador, entran a formar parte de un sistema de deberes y garantías de Estado, los mismos que fueron ampliados en torno a la nueva Constitución, por ejemplo al incluir el principio de no discriminación bajo un sistema de sanciones y creación de políticas públicas a favor de cualquier grupo social, incluyendo a los grupos LGBTI.

Art 3.1.- Son deberes primordiales del Estado: Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales para sus habitantes.

Art. 11 Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de [...] identidad de género, identidad cultural [...] orientación sexual, estado de salud, [...] que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad. (Constitución Nacional 2008)

A partir de ello se pueden citar algunos casos de la aplicación de la nueva reforma constitucional, primero dentro del ámbito de la salud junto a la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer CEDAW y la Declaración de los derechos fundamentales de las personas que viven con el virus del SIDA de Montreal. Al mismo tiempo entra en vigencia también la Ley de Atención Integral al VIH y la Ley Orgánica de Salud. Dentro de ellas se formulan artículos en los que se incluye a los sujetos sexualmente diversos, para la prevención de enfermedades de transmisión sexual y proyectos de educación social.

Desde los derechos al trabajo y la igualdad junto al Pacto de Derechos Sociales y Culturales, entra en vigencia la Ley de *Identidad y Datos Civiles*, basada en el principio de no discriminación por identidad de género. Este proceso instaura dentro del proceso de cedula el empleo de la palabra género en lugar de sexo en el documento de ciudadanía. Al respecto, los ecuatorianos pueden por medio de dos testigos hacer el cambio de su género en las respectivas agencias del registro civil, ley que entra en vigencia desde el 2016 en el Ecuador. También, como parte de una situación más sectorial en el 2013 la reformulación de la Ordenanza 240 en la 554 por el Municipio de Quito, promueve en la ciudad la educación sobre temas de diversidad sexual, con participación de los movimientos sociales, en la formulación de políticas públicas municipales (Ordenanza Metropolitana 554 2014, 1-3).

Incluso, dentro del ámbito de la legislación de la comunicación la creación de una Ley Orgánica de Comunicación implantada desde el 2013, es otro de los referentes legales que ha tomado en cuenta en su estructuración, el principio en derechos en torno a la igualdad y la no discriminación tomando en cuenta la visibilidad que otorgan los medios a grupos discriminados. Dentro de la misma se formulan la función de instituciones como el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (En adelante CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y la Comunicación (En adelante SUPERCOM) para cumplir las garantías del Estado por velar los derechos de la comunicación e información de los ecuatorianos, sobre todo bajo aspectos de discriminación y una correcta información. De acuerdo a la ley ambas instituciones logran hacer un seguimiento de lo que se expone en los medios.

Art. 63: Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado como discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación, establezca mediante resolución motivada [...] que el contenido denote algún tipo de distinción, exclusión o restricción; [...] Art. 64: [...] La Superintendencia de la Información remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito [...] para imponer la medida administrativa por discriminación. (Ley Orgánica de Comunicación 2013)

El colectivo LGBTI, desde la creación de esas instituciones, denuncian a algunos medios respecto a sus contenidos como los procesos que se presentaron sobre los programas la *Pareja Feliz* (Trámite 083-2014-INPS-DNJRD) y el de la caricatura de Bonil (Flavio Paredes, *El Comercio*, octubre 2, 2014). Los contenidos revelaron contenido discriminatorio de acuerdo a las resoluciones emitidas por la CORDICOM (figura 4 y 5) dirigidos a la orientación sexual.

Entre las sanciones, los medios fueron obligados a emitir disculpas públicas por la emisión de esos contenidos en contra de los grupos LGBTI.

Figura 4. Trámite 083-2014-INPS



Fuente: *Teleamazonas*.

Figura 5. Caso Bonil



Fuente: *El Universo*.

Así, de acuerdo al estudio *Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación* (2014), los contenidos informativos de muchos medios ecuatorianos han buscado: “solo atraer audiencias, apelando al enfoque sensacionalista sin escatimar imágenes, insinuaciones y prejuicios que ha estado poniendo en riesgo a los LGBTI [...] sobre todo cuando registran sus marchas públicas con exotización y morbo” (Peña et al. 2014, 12-30) Esto permite establecer cuestionamientos dentro de la representación mediática relacionadas a los medios y sus contenidos, las mismas que se han vinculado a los sujetos sexualmente diversos no solo dentro de la representación mediática, sino también en el planteamiento de un sistema de regulación.

2. Ley Orgánica de Comunicación

Así con relación a la vigencia de una ley en torno a la regulación de la comunicación, también se ha planteado un debate en torno a la representación social dentro del escenario mediático, de la cual se han visto vinculados grupos LGBTI, especialmente al relacionarlos con la regulación de un contenido discriminatorio en los medios de comunicación. Primero, al plantearse por primera vez un debate legislativo sobre la vulneración de los derechos dentro de los contenidos mediáticos en el país. Este proceso tuvo las condiciones que facilitaron su ejecución desde el 2008 cuando se aprobó el artículo 19 en la nueva Constitución, que permitió al gobierno sugerir la redacción de una posterior ley, que sería conocida como Ley Orgánica de la Comunicación, LOC.

Art. 19 La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación [...] Se prohíbe la emisión de

publicidad que induzca a la violencia, la discriminación [...] que atente contra los derechos (Constitución del Ecuador 2008).

En el 2009 inicia la creación de una Comisión para la Auditoria de la Concesión de Frecuencias de Radio y Televisión donde se determinó que los medios privados de comunicación ocupaban el 90% por ciento de la cobertura a nivel nacional. “Este acontecimiento generó una nueva postura divergente entre el gobierno y los medios de comunicación privados” (Jaramillo 2013, 45), que retomando los términos de Kitzberger (2010) ha generado un escenario polarizado entre medios privados y gobiernos en Latinoamérica. Por un lado, ya que en el Ecuador se realizan revelaciones públicas de alianzas económicas y de un monopolio mediático de los medios privados. Así los datos presentados por la comisión, marcan una postura que cuestiona la concentración mediática y por ende su rol en términos de representación pública.

La posición de los medios privados [...] tiene sus alcances que guardan una relación con los intereses detrás de los monopolios mediáticos, para los cuales la expresión pública resulta incómoda y perjudicial. El debate sobre la ley ha disparado asuntos que por largo tiempo estuvieron en la sombra, como las vinculaciones económicas de los propietarios de los medios privados (Jaramillo 2013, 46)

Es en sentido, tras los datos publicados por la Comisión de Auditoria en el país se preguntó a la ciudadanía si estaba de acuerdo en crear una ley que regulará a los medios de comunicación, sobre todo aplicada a sus contenidos, cuando la mayoría de los medios de comunicación estaban en posesión de ocho grupos familiares.

Con la finalidad de evitar los excesos en los medios de comunicación, ¿Está usted de acuerdo que se dicte una ley de comunicación que cree un Consejo de Regulación que norme la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca los criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores? (Ecuador: *Referéndum* – consulta popular 2011)

Tras el referéndum popular, el 50 % de población respondió que SI (Ávila 2013, 75). Luego de estos resultados plebiscitarios, se crea una Asamblea Constitucional donde se debatió diferentes proyectos de ley relacionados con la producción de contenidos, los medios de comunicación, titularidad de los derechos y códigos deontológicos para la creación de un

sistema de regulación en torno a los medios y sus agendas más democrático. En el 2011, cuando se forma la Comisión de la Asamblea para formular paquetes de leyes, es la primera vez que entra en un debate legislativo sobre la comunicación el principio de no discriminación aplicado a los contenidos de los medios de comunicación. Así, el legislador Mauro Andino plantea un paquete de ley sobre la discriminación aplicado a los medios de información¹¹.

Sin embargo, la postura de los medios privados fue opuesta al planteamiento de esta legislación, enmarcando un escenario con tintes opuestos entre los planteamientos del gobierno y los medios privados. Por ejemplo, *El Comercio* expone: “Golpe a la libertad: La Ley de Comunicación limita la acción de los medios no alineados con el poder” (*El Comercio*, junio 29, 2013) “La relatora para la libertad de expresión, Catalina Botero, pide al gobierno revisar el contenido de esta ley a la luz de estándares internacionales para que no se cometa el error de coartar la libertad de los medios de comunicación [...]” (*El Comercio*, junio 29, 2013).

De acuerdo a Orlando (2012): “Cabe decir que el proceso fue opaco y casi se podría decir que los debates que se realizaron en la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional para redactar la ley, se hicieron muchos de ellos a las espaldas de la ciudadanía” (Orlando 2012, 52). Estas diferencias de posturas entre lo público gubernamental y lo privado mediático constituyó una referencia para entender lo polarizado en la comunicación que estuvo manifestando esos años en el Ecuador. Así, parafraseando a Kitzberger (2010) esto implicó generar un debate en torno a las prácticas de comunicación directa del espacio mediático que los nuevos gobiernos socialistas cuestionaron (Kitzberger 2010, 1).

Sin embargo, la ley se aprobó por la Asamblea General el 25 de junio, al hacerse públicos sus seis títulos y diferentes capítulos respecto a los principios sobre la comunicación, principios de acción afirmativa, artículos sobre el sistema de comunicación, la regulación de contenidos, las definiciones de medios de comunicación social y la distribución del espectro radioeléctrico redactada por la Comisión Ocasional. En este sentido, se revela por primera vez en el Ecuador el resultado de una política que contempló los derechos de la ciudadanía, en temas de representación mediática lo cual benefició al colectivo LGBTI, en temas de discriminación en

¹¹ 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 [...] orientación sexual [...], goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales [...]” (LOC 2013, 12)

los contenidos, acceso y exposición de información, al menos en términos legales sobre la regulación de los 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 [...] sexo, identidad de género, identidad cultural, [...] orientación sexual [...] y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución e instrumentos internacionales [...] (Ley Orgánica de Comunicación 2013)

Al respecto, dentro de las normativas sobre lo que los medios exponen se estableció, la inclusión de los artículos 11 y 23 de la Constitución sobre la discriminación por género y por orientación sexual dentro de la definición de contenido discriminatorio. De acuerdo a esta ley, desde el mismo año entraron a formar parte las instituciones de la Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) y el Consejo de Regulación de la Información y la Comunicación CORDICOM. Organismos que se han ido encargando entre una de sus funciones, por un lado en la determinación si un contenido cumple el carácter discriminatorio como sucede con la CORDICOM conformada por un consejo de análisis. Por el otro, la SUPERCOM que se encarga del monitoreo y el proceso de fiscalización en la identificación de los medios que infringen la ley.

Así, de acuerdo a la rendición de cuentas del 2014 por ejemplo, la SUPERCOM registró 9841 denuncias, además ha realizado el monitoreo de once medios digitales, 110 de prensa escrita, 219 de radio, 61 audiovisuales emitiendo en total 237 informes técnicos sobre estos medios. También en el transcurso del año de ese año se han realizado 253 proyectos de socialización de la LOC para la difusión y conocimiento de la ciudadanía, sobre los derechos a la información y la comunicación. Por otro lado, con respecto a la CORDICOM, en el 2014 registró 8 casos por contenido discriminatorio. Entre los cuales se puede citar los siguientes casos. En radio el programa *La Papaya* en su programa transmitido el 21 de abril del 2014 infringió en los derechos de igualdad por sexualidad.

Similarmente, el 12 de septiembre del mismo año el programa radial *Los Princesos* aparece en la resolución como infractor del derecho por orientación sexual. El 22 de agosto del 2014 en el *Programa Corrientes de Opinión* ciudadana, de acuerdo a la CORDICOM, se expone contenido discriminatorio por razones de etnia. En la prensa el 26 de agosto durante el 2014

en la portada del diario *El Extra* se infringe en el derecho por igualdad de sexo. El 25 de agosto del 2013 la CORDICOM emite la resolución por discriminación por condición socio económico al diario *El Universo* por una caricatura.

En palabras de Kitzberger (2010) eso ha implicado la no solo la existencia de un activismo de los gobiernos nuevos de izquierda en Latinoamérica que ha regulado el rol de medios privados y la prensa, sino una nueva condición de la representación mediática en torno a la manera en que se otorgado visibilidad a los temas mediáticos. En el Ecuador estas dos acciones han sido mantenidas tomadas, principalmente, en el gobierno de Rafael Correa tras la reforma constitucional del 2008, que dio la pauta para cuestionar la participación de los medios de comunicación en el entorno nacional. En este sentido se han planteado acciones en torno a la expansión de una nueva tipología de medios durante estos 10 años de “Revolución ciudadana”.

Parafraseando a Ayala y Calvache (2008) en el caso de los medios públicos, estos han sido considerados como una medida también contra hegemónica a la condición de los medios de comunicación masiva de propiedad privada, iniciado por el presidente Rafael Correa en el Ecuador (Ayala y Calvache 2009, 5); por lo que han adquirido su propia definición, no solo legalmente sino también a través del discurso planteado durante el régimen de Correa, como una aplicación de la Constitución sobre los derechos a la comunicación y la información dirigida a la ciudadanía, grupos de atención prioritaria y discriminados.

2.1. Medios públicos

Es así que ante el predominio de los medios privados que han ido ocupando aproximadamente el 90% de la cobertura a nivel nacional y “controlados por ocho grupos económicos: Grupo El Juri, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla Mosquera, Grupo Mantilla Anderson, Grupo Pérez y Grupo Martínez” hasta el 2015 (Jaramillo 2013, 45); de acuerdo a Ayala y Calvache (2009) ha implicado desde el 2006 un papel activo del gobierno de turno por expandir los medios de propiedad del gobierno.

El gobierno propició la creación, en primer lugar, de un canal de televisión público, que hoy tiene el nombre de Ecuador TV (ECTV); luego, de un diario, que fue la compra de *El Telégrafo*, con sede en Guayaquil a la Agencia de Garantía de Depósitos AGD; en tercer lugar fue la conversión de la antigua Radio Nacional, cuyos equipos estaban embodegados, en Radio Pública del Ecuador; y finalmente, por la incautación que hiciera la AGD, de los bienes

de los hermanos Isaías Dassum, en manos del Estado se encuentran otros medios audiovisuales como TC Televisión (Guayaquil), GamaTV (Quito) y Cablenoticias (de la TV pagada) y las radios Carrusel y Super K, las revistas La Onda (juvenil) y El Agro y acciones de TV Cable (Ayala y Calvache 2009, 5)

Esto ha convertido a los emergentes medios de propiedad del Estado, en un referente importante dentro del sistema de comunicación ecuatoriano. Ya que desde el 2008 tras la consulta popular que aprobó una nueva reforma constitucional, el gobierno invertiría en la creación de estos nuevos medios.

Art. 18 El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, [...] en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada (Constitución del Ecuador 2008).

Así, se ha llevado a cabo un debate entre ideologías polarizadas¹² sobre medios privados y públicos, a partir de la llegada de Rafael Correa a la presidencia. Por ejemplo, entre los primeros discursos del presidente se presenta una definición de un medio público.

Estos no son medios del gobierno, pertenecen a todos los ecuatorianos tal como los tienen muchos otros países latinoamericanos y prácticamente todos los países desarrollados [...] en las manos de malos gobiernos estos medios públicos pueden ser terribles, pero todo puede ser terrible en las manos de malos gobiernos. Bien manejados, los medios públicos son tremendamente positivos para una sociedad [...] (*El Comercio*, agosto 27, 2008)

Luego que entra en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, de acuerdo al artículo de dicha ley se definen los objetivos de los medios públicos.

Art. 80.- Objetivos. - Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos: 1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza; 2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo; 3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones; 4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad; 5.

¹² Philip Kitzberger, “Giro a la izquierda, populismo y activismo gubernamental en la esfera pública mediática en América Latina”, en *Poder político y los medios de comunicación*, comp. por Bernardo Sorj (Buenos Aires: Siglo XXI, 2010), 61-105.

Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo; 6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales; 7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional; 8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país; y, 9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir. (Ley Orgánica de Comunicación 2013)

Mientras tanto los medios privados son considerados como poco fiables e incluso corruptos dentro del discurso del gobierno.

Es una lástima tener unos medios de comunicación tan vendidos a las condiciones, es una lástima no poder confiar en la noticia del periódico o de la televisión o de la radio, porque todo está comprado, está amañado y no se dice la verdad [...] Me sacaron un meme diciendo Je suis hypocrite, que soy hipócrita porque crítico a los medios por su corruptela [...] (*El Comercio*, enero 17, 2015)

Desde la perspectiva de Fundamedios, una organización financiada por los medios privados en el Ecuador, los medios de comunicación públicos dentro de este debate solo han reflejado la falta de autonomía que tienen los medios de propiedad del Estado con respecto al gobierno:

Esos medios, desde un punto de vista estrictamente económico, son negocios en marcha, cuyo accionista en última instancia es el Estado ecuatoriano, no el gobierno de Rafael Correa. Sin embargo, esas empresas, vistas como medios y prensa, responden a una agenda específica de su propietario. Y al ser el estado ecuatoriano el dueño de esos medios, quien ejerce el control – Rafael Correa- tienen incidencia directa en la razón de ser de esos medios (Ramos 2008, 213)

En este sentido, de acuerdo a Kitzberger (2010) también se ha expuesto una postura respecto a los periodistas de los medios privados de comunicación. “Desde el gobierno se ha manifestado que existe un periodismo corrupto y mediocre que cumple un rol político [...]” (Kitzberger 2010, 77). Sin embargo, por el lado de los periodistas la postura que ha creado el gobierno en estos últimos años lo ha expuesto como figuras sociales desleales, incluso corruptas.

Así, en una encuesta realizada por Fundamedios, en el 2010, a 372 periodistas de varios medios de comunicación en Quito (100), Guayaquil (71), Nueva Loja (30) y Machala (70) respecto a la postura del presidente sobre su rol profesional; casi la mayoría de ellos aseveró que: “la libertad de prensa se encuentra limitada y sometida por el gobierno, pues las

agresiones verbales que han recibido en los últimos tiempos han correspondido a calificaciones reiteradas, especialmente, en las cadenas televisivas del presidente Rafael Correa ” (Ricaurte 2010, 124). Igualmente, en la tesina de Sandoval Jiménez (2012) en un estudio realizado sobre la opinión de periodistas respecto al gobierno de Correa la autora ha rescatado que la prensa privada sobre todo ha sido poco profesional en lo que ha expuesto:

En el gobierno existe la idea generalizada, promovida y difundida ampliamente a través de espacios en los medios de comunicación, por parte del presidente Rafael Correa, y muchos altos funcionarios del gobierno, de que toda prensa es opositora, que miente, que escribe porquerías, entre otros (Jiménez 2012, 66)

Es así que la profesionalización de los comunicadores y periodistas, especialmente relacionados al sector privado de los *mass media*, ha sido cuestionada desde el régimen de Correa, durante al menos 10 años desde su elección; a diferencia de lo que acontecía en los años anteriores. En este sentido a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación se ha exigido una mayor capacitación de los sujetos que trabajan en los medios de comunicación, especialmente a través de actividades realizadas por el Consejo de la Regulación de la Información y la Comunicación (CORDICOM) respecto a la profesionalización y las maneras de realizar su representación mediática.

Por ejemplo, dentro del artículo 42 de la vigente Ley Orgánica de Comunicación se ha estipulado que: “Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier cargo deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación exclusivamente” (Ley Orgánica de Comunicación 2013). Esto ha llevado al gobierno desde julio del 2014 a efectuar una serie de planes en torno a mejorar la calidad profesional de los periodistas. Sin embargo, en palabras de Sandoval Jiménez (2012) “si bien el periodista se ha sentido justiciero, un ser que debe combatir la corrupción [...] dentro de la actual coyuntura se los ha llevado a una pugna con el gobierno, donde sus errores son sobre dimensionados por el mandato de Rafael Correa” (Jiménez 2012, 110).

En este sentido Ramos (2010) ha planteado que los medios, sobre todo impresos, siempre han tenido una relación algunas veces adversa y otras calmada con los gobiernos.

Hasta antes de la llegada de Rafael Correa, al poder, los medios impresos eran sujetos de crítica, unos más, otro menos, los medios convivían con el poder y viceversa. Esa antigua

relación- accidentada a ratos, cordial a veces, pero siempre tensa y mutuamente interesada- se sostenía en un sin número de acuerdos bilaterales tácitos [...] (Ramos 2010, 209)

Cabe recalcar que por el lado de los medios de comunicación de propiedad privada históricamente se han ido legitimando como un tipo de comunicación predominante en el Ecuador, que de acuerdo a Ayala (2013) inició” desde 1792 con la primera imprenta privada en el país, junto a las ideas de modernización y comercialización de las políticas liberales” (Ayala 2013, 41) que se vio beneficiada por las medidas gubernamentales de una tradición capitalista. Por ejemplo, en 1975 la Ley de Radiodifusión y Televisión que estuvo vigente hasta el 2008 dio prioridad a la empresa mediática y limitó la expansión de los medios de propiedad del Estado (Almeida et al 2011, 70).

Sin embargo, tras la reforma constitucional de ese año los medios de propiedad del Estado fueron contando con una mayor inversión gubernamental en su expansión. Lo que ha sugerido algunos cambios del entorno mediático nacional, al menos desde la definición de la propiedad mediática. Desde el 2007 prácticamente con el gobierno de Rafael Correa se ha incitado a la definición y expansión de los medios públicos.

En ese objetivo, el Gobierno actual propició la creación, en primer lugar, de un canal de televisión público, que hoy tiene el nombre de Ecuador TV (ECTV); luego, de un diario, que fue la compra de *El Telégrafo*, con sede en Guayaquil a la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD); en tercer lugar fue la conversión de la antigua Radio Nacional, cuyos equipos estaban embodegados, en Radio Pública del Ecuador; y finalmente, por la incautación que hiciera la AGD, de los bienes de los hermanos Isafías Dassum, en manos del Estado se encuentran otros medios audiovisuales como TC Televisión (Guayaquil), GamaTV (Quito) y Cablenoticias (de la TV pagada) y las radios Carrusel y Súper K, las revistas La Onda (juvenil) y El Agro y acciones de TVCable (Ayala y Calvache 2009 ,4)

Sin embargo, la prensa tanto pública y privada ha contado con las instalaciones propias de producción y canales de distribución masiva en el país (Almeida et al 2011 ,149). Lo que la ha convertido no solo en un referente informacional serio, sino como un medio para la visibilidad de temas relevantes en el entorno social. Al respecto, la prensa privada se ha legitimado como una fuente relevante de información desde su creación como consecuencia de un respaldo legal que databa desde 1975 (Ley de Radio Difusión y Televisión) donde se ha beneficiado la autonomía y monopolio mediáticos. Por otro lado, la prensa pública que desde el 2008 se ha venido expandiendo a nivel nacional, especialmente en las principales capitales

del país, con apoyo gubernamental, es otro de los ejemplos de referentes comunicacionales que se pueden considerar relevantes en Ecuador.

Circulación de la prensa

De acuerdo a la resolución de octubre del 2015 de la CORDICOM diarios como *El Comercio*, *El Universo* y *El Telégrafo* aún cuentan con una posición importante como fuentes de información, sobre todo en las principales provincias del Ecuador como son Guayas y Pichincha¹³. De acuerdo a un estudio realizado entre el 2009 y el 2010 dentro de la prensa nacional por Mitau Caride (2012), el consumo de la prensa en las principales ciudades del país se ha incrementado en un 10% durante ese periodo (Mitau 2012, 112). Lo que ha significado que la prensa aún se antenga como una fuente relevante de información en el país. Aunque la prensa ha tenido que competir con otros medios, especialmente con el ingreso del *Internet*, “está aún mantiene su particularidad de informativo periodístico, si se lo compara con otro tipo de contenidos que se consolidan en un formato más dirigido hacia el entretenimiento [...]” (Mitau 2012, 103). Se puede afirmar que la prensa se ha legitimado como una fuente seria de información con una alta circulación. Especialmente, ya que en el Ecuador las cinco ciudades que más leen periódicos de acuerdo a Mitau (2012) con fines informativos son Túlcan, Quito, Latacunga, Ambato y Guaranda, donde incluso se cuantificaron incrementos en sus horas de lectura¹⁴.

Actualmente, los periódicos producen un promedio de 900.000 ejemplares diariamente en el Ecuador (Jordán y Panchana 2010, 17) propia de una prensa de gran tiraje¹⁵. Sin embargo, hasta el 2012 el número de periódicos privados ha aumentado a un total de 106 periódicos dispersos a lo largo del país, 22 en la provincia del Guayas, 19 en la provincia de Pichincha y

¹³ El texto de Resolución No CORDICOM-PLE-2015-39 del 2 de octubre del 2015, se refiere, a sus datos.

¹⁴ “El tiempo dedicado a leer la prensa entre dos a tres horas diarias dedicadas a leer la prensa escrita tuvo un incremento del 7.5% entre el 2009 y el 2010 especialmente en la sierra. De igual manera también existió un incremento en el consumo semanal de la prensa del 14% en la variable de más de tres horas de lectura (Mitau 2010, 108), para leer más se puede acceder a Mitau, Carolina, “El Consumo de Medios de Comunicación y el acelerado aumento de Internet”, *ComHumanitas* 3(2012): , .

¹⁵ Se puede leer sobre el primer periódico del Ecuador y la llegada de la imprenta de masas en Diana Rivera et al., “Historia de los medios de comunicación en Ecuador”, *Actas – V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* 5, n. °1 (2013): 1-23.

13 en el Azuay¹⁶. De acuerdo a Jordan y Panchana (2010) en el Ecuador la prensa se ha clasificado en tres tipos: la prensa gratuita, la prensa popular y el periodismo digital¹⁷.

En este sentido, la prensa gratuita hace referencia a los periódicos con una edición y emisión sin costo como *Metrohoy*, *El Ciudadano*, *Metroquil* y algunos periódicos de municipios e instituciones públicas. Entre algunos ejemplos de la prensa popular con tendencia amarillista y de crónica roja se pueden ubicar a *Diario Super* y *El Popular* de Guayaquil; *Últimas Noticias* y *El Veci* de Quito, *El Heraldo* de Ambato y *El Extra* que se difunde a nivel nacional. Por otro lado, cuando se habla de una prensa digital, esta se ha dado bajo las nuevas plataformas digitales, condición aprovechada por muchos de los medios hoy en día, sobre todo en la prensa, para emitir sus contenidos utilizando enlaces web 2.0¹⁸

De acuerdo a César Ricaurte (2010) de Fundamendios, el empleo *web* ha constituido una crisis para la prensa nacional:

Se dice que el internet es el futuro, pero el periodismo digital aún no es una opción en el Ecuador para obtener los recursos necesarios para mantener una empresa periodística. Al mismo tiempo, la crisis no es únicamente de las empresas. En todo el mundo se un retroceso de la credibilidad. En el país es evidente (Ricaurte 2010, 12)

Sin embargo, la prensa aún se ha mantenido con un medio de alta circulación lo que está reforzando su condición como fuente relevante de información. Entre los medios impresos privados con mayor cobertura hasta el momento se encuentran el diario *El Extra* con una tirada de 330.000 ejemplares por día, *El Universo* con una tirada aproximada de 130.000 unidades y *El Comercio* con una producción de 170.000 periódicos (Jordán y Panchana 2010, 17). Según la resolución No. PLE-2015-039 de la CORDICOM¹⁹ (2015) *El Comercio* es el medio que mayor cobertura nacional y diversidad cantonal tiene, abarcando a 221 cantones entre las zonas amazónica, litoral, región insular y sierra del país, casi en todas las provincias del Ecuador.

¹⁶INEC 2011 - 2012

¹⁷ Rodrigo Jordan y Allen Panchana, "Los medios de comunicación en el Ecuador", The Handbook of the Spanish Language Media 1, n°1(2010): 1-35.

¹⁸ Rivera Costales, José. "Web 2.0 y los medios en Ecuador" Artículo. CIESPAL. 2010. Documents.mx (medios-en-ecuador-internet-y-20).

¹⁹ El Consejo Nacional de Regulación de la Información y la Comunicación desde aproximadamente desde el 2013 ha cumplido el rol de elaborar un registro de medios públicos en torno a la prensa, la televisión y la radio con respecto a la difusión y cobertura de cada uno de los medios presentes en el país.

Por otro lado *El Telégrafo*, en cambio, es el único medio público impreso con mayor cobertura que se distribuye en 44 cantones del Ecuador con el 60% de cobertura nacional, especialmente, en las provincias de la región litoral. Por ello es que se puede afirmar que existe una relativa alta circulación de la prensa presente en estos dos periódicos, lo que les convierte en dos tipos de prensa referentes de información considerada seria dentro del sistema de comunicación en el Ecuador.

En este sentido, se plantean las interrogantes que se buscan resolver en esta tesis, sobre todo cuando se han manifestado una serie de cambios legislativos a favor de las diversidades sexuales en el Ecuador, como se vio desde la despenalización de la homosexualidad hasta llegar al planteamiento de una ley de comunicación en torno a su visibilidad. Al respecto es que se busca entender cómo, tras la primera marcha por el Orgullo en el país, los medios han generado una serie de temas dentro de una agenda mediática, qué encuadres han surgido en torno al colectivo, qué relevancia han adquirido y sobre todo si existen elementos discriminatorios dentro de medios, considerando los casos de *El Comercio* y *El Telégrafo* alrededor de los cambios presentados en el ámbito constitucional, legal y mediático.

Los mismos que son dos ejemplos de prensa que no solo se han encontrado dentro de un contexto polarizado ideológico en torno al régimen de turno, sino también porque se han mantenido como una elite mediática en términos de difusión y cobertura nacional informativa seria. Este escenario contextual ha permitido plantear esta serie de interrogantes que se han desarrollado en torno a la posible relación entre los medios de comunicación y los LGBTI dentro de un mecanismo de representación mediática concreto. Así, se plantea la necesidad de entender este fenómeno de visibilidad de los movimientos LGBTI desde los medios denominados privados y públicos, como son *El Comercio* y *El Telégrafo*, a través de los temas que han resaltado y los enfoques que han otorgado estos medios a los grupos LGBTI, respectivamente.

Capítulo 3

Metodología

Para analizar un encuadre mediático de los objetos presentados dentro de una agenda de los diarios de El Telégrafo y El Comercio con relación a los LGBTI, se necesita comprender el papel que cumple el análisis de contenido como parte de una estrategia metodológica que aborda las interrogantes de este trabajo en torno a una primera aproximación a un estudio de framing. Donde el análisis de contenido permite delimitar aspectos objetivos y subjetivos aplicados a lo que los medios exponen. Se merece recordar y como se mencionó en capítulos anteriores. El análisis de framing es un estudio más completo, en el que se deberían considerar aspectos tanto objetivos y subjetivos de cuatro elementos sociales como son los movimientos sociales, los medios de comunicación, los públicos y por ende sus contenidos.

Sin embargo, como este trabajo se enfoca en una profundización de los contenidos, los mismos que son el factor común a cualquier interacción social, su respectivo análisis constituye uno de los niveles de un verdadero análisis de *framing*, sobre todo, cuando se desea ampliar el entendimiento sobre este elemento dentro de la representación mediática de los movimientos sociales y al momento que para este caso se ha planteado conocer. ¿Cómo se ha dado la cobertura de temas GLBTI dentro de los medios de comunicación en el Ecuador? ¿Cómo se han dado las relaciones entre sus agendas y encuadres sobre este asunto? y ¿cómo se ha delimitado esta comparación en torno a la expansión de los medios públicos y la vigencia de una ley de comunicación?

De este modo para poder responder a estos planteamientos, se formula una estrategia metodológica que converge las técnicas propuestas desde el análisis de contenido de Shanto Iyengar (1994), Bardín (2002) y Entman (1993). Los tres aportes recogen planteamientos teóricos sobre el carácter interpretativo y el carácter medible del análisis de contenido que se complementan con las reflexiones e indicadores de otros trabajos que se consideran adecuados para este desarrollo, dentro de esta primera aproximación. Así, antes de determinar las categorías estratégicas específicas relativas a estas interrogantes, es necesario plantear una definición sobre lo que implica el análisis de contenido y luego relacionarlo con un estudio de *encuadre mediático* aplicado a los contenidos.

Al respecto, se considera que las dimensiones metodológicas¹ del análisis que se planea realizar, tienen que ver con una convergencia entre variables cuantitativas y cualitativas aplicadas a los contenidos bajo dos perspectivas: una descriptiva y otra interpretativa. Así “Se puede identificar dentro del análisis de contenido lo que se dice y lo que se expresa en los mensajes moviéndose entre dos polos a través del rigor de la objetividad y la fecundidad de la subjetividad” (Bardín 2002, 7).

Eso ha significado identificar diversos niveles de procesos de encuadre en la prensa, la televisión e incluso la radio. Es por ello que “se toma en cuenta consideraciones primero medibles (contenidos) y, segundo, interpretativas (continentes)” (Abela 2001, 21). Entre aquellos elementos cuantitativos, por ejemplo, Berelson (1952) y Krippendorff (1990) han reconocido el poder descriptivo de esta técnica, al identificar elementos que se van analizar. Clásicamente en palabras de Berelson 1952, las unidades de análisis permiten “una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos, los mismos que son explicitados e identificados en los textos que cumplen ciertas frecuencias” (Berelson 1952, 17).

De acuerdo a Krippendorff (1990), se puede empezar a realizar un análisis de contenido determinando “la repetición de características para lograr cuantificar lo que se necesita saber de un contenido” (Krippendorff 1990, 28). Es decir, y citando a Prasad (2008) que, dependiendo de la cantidad de características encontradas, “[...] se puede validar una hipótesis, tomando en cuenta el número de unidades analizadas y su repetición” (Prasad 2008, 172), las mismas que se pueden modelar a través de tablas “[...] siempre y cuando se siga un proceso analítico, considerando las frecuencias que se da en sus unidades de análisis respectivas [...]” (Bardín 2002, 154).

Aunque existe un enorme debate de lo que se mide dentro del análisis de contenido, por otro lado, en estudios más contemporáneos la cualidad interpretativa del investigador también ha ganado importancia, especialmente, sobre aspectos no explícitos en los textos que toman en cuenta un *contexto*. Por ello es que no carece de razón la definición más contemporánea que Bill Gillham (2010) expresa sobre el análisis de contenido, al escribir que “su esencia radica

¹ “El primer nombre que ilustra realmente la historia del análisis de contenido es el de h. Lasswell, quien hace análisis de la prensa y de propaganda desde aproximadamente 1975” Laurence Bardín, *Análisis de contenido* (Madrid: Akal, 2002), 11.

en el poder identificar oraciones sustantivas que en realidad dicen algo sobre un episodio social determinado” (Gillham 2010, 71).

Esta condición es también entendida, trayendo a este debate la definición de Pérez (1994), que define al análisis de contenido como una herramienta que realiza una evaluación profunda.

El análisis de contenido es una herramienta que favorece la determinación de información profunda y de carácter interpretativo que trasciende la medición y la frecuencia de rasgos léxico-gramaticales, para encontrar lo que no es visible a primera vista [...] (Pérez 1994, 10).

Así, retomando las palabras de Mayring (2014), “esta técnica constituye un acercamiento empírico, metodológicamente controlado del análisis de un texto dentro de un *contexto* de comunicación que, a más de seguir reglas analíticas dentro de una serie de pasos, no se da prioridad a la descripción de elementos cuantitativos, para en ese sentido poder ir más allá de lo descriptivo a lo significativo” (Mayring 2014, 52). “[...] Ya que cualquier contenido está cargado de significado como parte de un fenómeno social complejo” (Bardín 2002, 87).

Al respecto, el análisis de contenido sugiere varios tipos de estudios que toman en cuenta su característica subjetiva. Por ejemplo, en palabras de Días (1992), se puede permitir “determinar la influencia que tienen medios como la televisión o la prensa sobre las audiencias. También se puede considerar estereotipos sobre ciertos grupos sociales o, analizar temas de violencia, discriminación, machismo, etc.” (Días 1992, 3). Estas condiciones, se consideran relevantes tras plantearse el objetivo principal de esta tesis: analizar la representación mediática de ciertos grupos sociales reivindicativos en los contenidos de los *mass media* públicos y privados.

Al respecto, como lo mencionó Bardín (2002) unos párrafos más arriba, se sugiere la necesidad de establecer al menos unas unidades de análisis y la elaboración de categorías para empezar cualquier estudio sobre un contenido. Por ello es que no está demás en considerar el establecimiento estratégico de algunas *unidades* para la medición de cómo se exponen los temas, en este caso LGBTI dentro de parte de las agendas mediáticas. ¿Pero en este sentido qué se entiende por unidades de análisis?

1. Unidades de análisis

En palabras de Entman (1993) “son cualquier fragmento de texto o de imagen (...)” (Entman 1993, 53) que adquieren *saliencia*. En otras palabras, cuando las unidades de análisis se

identifican dentro de una *agenda mediática* pueden ser los “titulares, los titulares secundarios, la fotografías, las capturas fotográficas, *leads*, las citas, los recursos, *pull quotes*, logos, cuadros estadísticos, párrafo de conclusión, incluso toda la noticia” (Tankard 2001, 100) Así, la aplicación del análisis de contenido en el campo de la medición dependerá en gran medida del objeto de estudio y lo que se quiere investigar para esta tesis.

En este sentido, para este trabajo se busca, en primera instancia, medir la relevancia que dan los medios de comunicación a la producción de temas alrededor de la acción colectiva del colectivo LGBTI del Ecuador en sus agendas. Por ello, se estima necesario elegir una cobertura de temas una semana antes y una después del día en que se realiza la marcha por el Orgullo. Especialmente, cuando se cree que es un tiempo prudencial para identificar objetos mediáticos relativos a la diversidad sexual que pueden ser considerados como cobertura entre *El Comercio* y *El Telégrafo*, en el marco temporal de esta acción colectiva que ha sido reconocida internacional y nacionalmente.

Además, Abela (2001) sugiere que dentro de las noticias identificadas, por lo menos “se deben elegir las expresiones más relevantes, las mismas que deben codificarse de acuerdo a unas categorías” (Abela 2001, 14). Es decir, por un lado, se tienen que elegir los elementos más salientes (Entman 1993, 51), y al mismo tiempo importantes para la interrogante principal de esta tesis. Así, dentro de la visibilidad que adquieren los temas, se toma en cuenta los titulares, ya que son la idea global que aborda la noticia.

Es en este sentido y con respecto a las categorías medición y codificación, Bardín (2002) propone una serie de elementos que se pueden adaptar a lo que se busca resolver en torno a los titulares que forman parte de los temas de una agenda mediática y la relevancia que otorgan los medios a los temas en los contenidos.

La presencia o ausencia de los asuntos mide y hace una comparación de qué temas se mencionan en un medio y que no en otro medio [...] *La frecuencia* mide la importancia de una unidad de registro que crece con la frecuencia de aparición, donde se determina un *ranking* [...] *el orden* esquematiza el orden temporal en que aparecen los temas, con su respectiva (Bardín 2002, 82-85)

Además, como parte de un análisis en torno a determinar si existe algún tipo de discriminación en los temas que exponen los medios analizados se aplica un *Índice de Vulneración de Derechos* (IMVD) del Laboratorio de Comunicación y Derechos (en adelante

LABCYD) dentro de este análisis cuantitativo, para identificar si existen algunos contenidos que hayan ido en contra del principio de no discriminación vigente en el país, especialmente en torno a la orientación sexual y la identidad de género. En principio, porque este complejo indicador toma varias categorías que van desde la banalización hasta la victimización de los protagonistas en los contenidos de manera medible. Esto se debe a que este índice “aglutina las principales vulneraciones de derechos en la que pueden incurrir los medios de comunicación” (Chavero et. al. 2014, 12), tomando en cuenta la Ley Orgánica de Comunicación.

Al respecto, se toman en cuenta aquellos indicadores que dentro del IVDM se acercan más a los objetivos del trabajo relacionados directamente en determinar aspectos que implican discriminación en los contenidos de los medios analizados. Por ello, es que se seleccionaron 25 elementos de los 30 índices propuestos en el indicador.

2. Indicadores del Índice de Vulneración de Derechos.

Discurso de odio: Esquema mental fundamentado en degradación de grupos, considerando condiciones de desigualdad de legitimación.

Indicadores

- 1) Tomar en cuenta para esta condición la orientación sexual para deslegitimar explícitamente o implícitamente la posición de ciertos grupos frente a la sociedad.
- 2) Destacar la condición de superioridad de un grupo respecto a otro.
- 3) Fomentar el desprecio o el menoscabo de la condición por orientación sexual.
- 4) Inducir, exhortar o persuadir a la violencia por condición u orientación sexual.
- 5) Hacer apología a la definición de discurso de odio

Anormalización: Exagerar de forma subjetiva de ciertas particularidades y condiciones de un grupo de personas bajo el contexto de lo anormal.

- 1) Convertir las particularidades en algo anómalo.
- 2) Exaltación de esas características de forma anormal dentro de los titulares o dentro de la idea central que gira en torno a la construcción de la noticia.
- 3) Extremar ciertos atributos de forma negativa.
- 4) Incitar ciertas características con atributos caricaturescos o cómicos.
- 5) Hacer apología a la definición de anormalización.

Banalización: Proceder a considerar aspectos que giran en torno a un grupo de personas como triviales o intrascendentes, detallado implícitamente o explícitamente dentro del contenido del medio.

- 1) Disminución de las capacidades de ciertos grupos de personas. Por ejemplo, utilizando adjetivos o construyendo oraciones semánticas que reafirmen la posición de banalización.
- 2) Considerar como importantes los valores culturales de las grandes mayorías (morales, religiosos, políticos o económicos) en comparación de otros grupos etiquetados como minoría. Se toma en cuenta la relación “lo que piensan todos frente a lo que se piensa de ellos” para identificar esta variable.
- 3) Tratar con superficialidad el contenido. Es decir, carente de profundidad, sin un contexto social o la presencia de variedad de opiniones respecto del tema. Construcción informativa que radica en la percepción del medio más que un aproximación de diversidad de aristas de opinión.
- 4) Enfocarse en un contenido de carácter emocional individual más que de tipo intersubjetivo.
- 5) Hacer apologías a la definición de banalización.

Cosificación: Tratar los atributos de un grupo de personas como cosas. En otras palabras, el periodista bajo su encuadre explica como suceden los acontecimientos (cosas) bajo una perspectiva de objetividad y neutralidad.

- 1) Reducir a un grupo de personas a un objeto, es decir no considerarlos como entes con capacidad de raciocinio y de organización.
- 2) Tratar a los sujetos que forman parte de la noticias como objetos sexuales.
- 3) Presentar los acontecimientos desde la perspectiva de los otros. Sin considerar sus aspectos humanos, siendo vistos como objetos de análisis, de folclor o de exotismo.
- 4) Emplear términos que hacen referencia a la construcción de un ellos.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de cosificación.

Criminalización: Considerar a un grupo de personas, o sus acciones, como peligrosas.

- 1) “Representar a los movimientos sociales como peligrosos como una actividad violenta o amenaza” (Chavero et. al 2014).
- 2) Presentar como peligrosa la condición sexual de determinados grupos.

- 3) Concebir y crear argumentos que incitan al miedo o duda
- 4) Esquematisar a los grupos sociales o personas como una suerte de alteradores del orden social.
- 5) Hacer apologías o relación a la definición de criminalización.

Distorsión: Deformar los acontecimientos de forma intencionada o no.

- 1) Emplear un número mayoritario de opiniones que no reflejen una diversidad equilibrada de puntos de vista. Dando más relevancia a conjunto de opiniones de una postura que a otras.
- 2) Disminuir la relevancia de un acontecimiento.
- 3) Quitar de contexto los sucesos presentados en la noticia
- 4) “Deformar la realidad a través del uso de datos o imágenes que no tienen correspondencia” (LABCYD 2013, 24)
- 5) Dar los acontecimientos como parte de una ficción o sobre temas relevantes que solo hagan mención del asunto, pero que no lo aborden dentro de su contexto temporal y espacial.

Crónica Roja: “Entretenimiento transgresor tendente a la espectacularización de la información” (Chavero et. al 2014). Fundamentado en la visibilidad de temas que pueden hacer referencia a aspectos subjetivos encasillados en el morbo y la espectacularización.

- 1) Señalar aspectos trágicos, sanguinolentos o resaltar los acontecimientos de forma dramática y exagerada.
- 2) Resaltar aspectos de muerte, pelea o lucha entre grupos.
- 3) Crear sensacionalismo sobre ciertos acontecimientos, empleando imágenes y titulares carentes de relevancia social y resaltando aspectos privados.
- 4) Exagerar atributos personales sin considerar el derecho a la intimidad y la propia imagen de la personas (Chavero et. al 2014)
- 5) Hacer apología o relación a la definición de crónica roja.

Enjuiciamiento mediático: Acto de enjuiciar o encasillar a un grupo de personas en los medios de comunicación.

- 1) Condenar a un colectivo antes que lo hagan las entidades responsables

- 2) Hacer pública informaciones y opiniones que juzgan a un colectivo, o a una persona, por haber cometido un delito según el medio, donde no se menciona la posición de la autoridad correspondiente.
- 3) Representar a un culpable en el contexto de la noticia (Gamson y Meyer 1999)
- 4) Generar argumentos que justifiquen la posición injusticia de un grupo de sujetos.
- 5) Hacer apología o relación de enjuiciamiento mediático.

Estereotipación: Señalar a un grupo de personas conforme a una idea naturalizada o una representación deformada y generalizadora de ciertas actitudes y características de esos sujetos.

- 1) Exotización de la representación de estos grupos.
- 2) Definir a un colectivo en base a supuestos.
- 3) “Asignar a cada uno de los géneros o colectivos un rol, comportamiento social, característica física o psicológica determinada y considerada como natural.” (Chavero et. al 2014).
- 4) Sugerir folclor algunas de sus condiciones y atributos.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de estereotipación.

Estigmatización: Construir temporalmente un conjunto de desvalores dirigidos a una persona o colectivo, que le causan deshonra.

- 1) Ser visto como diferente debido a condiciones de orientación sexual. Atribuir la etiqueta de la diferencia en los hombros de una persona o grupo de personas.
- 2) Responsabilización por actos cometidos en el pasado.
- 3) Dar una continuidad temporal al menos durante dos días de juicios dirigidos hacia unos sujetos.
- 4) Atribuir responsabilidad por una serie de actos vistos etiquetados contrarios al orden social en diferentes años.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de estigmatización.

Marginación: Consideración de incapacidad hacia un individuo ya sea por esquemas naturalizados que le atribuyen su inferioridad o su culpabilidad. Especialmente, por motivos de orientación sexual y de género.

- 1) No tratar a estos individuos como se trata al resto de personas.

- 2) Las condiciones de estos individuos están inferiorizadas según lo observado como legal.
- 3) Marginalizar por condiciones de enfermedad, estado mental u orientación sexual.
- 4) Crear contenidos con mensajes que hacen atribución a una condición justificada de desigualdad.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de marginación.

Homogeneización: Generalizar la realidad

- 1) Silenciar las alternativas a la gran generalidad.
- 2) Negar las particularidades de cada grupo.
- 3) Silenciar las opiniones y visiones que pueden provenir de otros grupos.
- 4) Dar prioridad solo a un grupo social en la construcción diaria de la prensa escrita.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de homogeneización.

Invisibilización: Revisar los conceptos de agenda mediática acordes a la producción de contenido referentes a la manera en los periódicos pueden dar relevancia a determinados temas.

- 1) Omitir información referente a los colectivos y sus demandas.
- 2) Dar menor importancia a determinado tipo de información.
- 3) No mencionar ciertos aspectos de la realidad, por ejemplo haciendo omisión sobre un grupo de personas que participaron en un acontecimiento.
- 4) “Eliminar parte o totalidad de un hecho” (Chavero et. al 2014).
- 5) Hacer apología o relación a la definición de invisibilización.

Mal empleo del lenguaje: Emplear el lenguaje con fines particulares.

- 1) Empleo de metáforas que consolidan un tipo de creencia errónea.
- 2) Utilizar el nosotros para enfrentarlo a un ellos.
- 3) Uso de adjetivos que generan ciertos juicios de valor.
- 4) Emplear lenguaje con connotación soez y fuera del contexto social.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de mal empleo del lenguaje.

Manipulación: Orientación del contenido hacia un determinado punto de vista, sea político, sexual, ideológico, religioso, económico o comercial.

- 1) “Difundir información falsa o tergiversada, basada o no en prejuicios con el objetivo de perjudicar la imagen o reputación del protagonista” (Chavero et. al 2014).
- 2) Parcializar la información, al hablar de un actor o grupo social en condiciones de superioridad o inferioridad, al momento de otorgarle un espacio mediático diferente del resto.
- 3) Generar desconfianza hacia un colectivo.
- 4) Mostrar contenido no relacionado directamente con el acontecimiento.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de manipulación.

Mercantilización: Comercializar a un grupo de personas con fines mercantiles.

- 1) Contenido informativo con rasgos implícitos o explícitos a fines comerciales.
- 2) Presentar publicidades próximas a la noticia.
- 3) Fomentar y resaltar contenido con fines comerciales que tengan relación con rasgos identitarios o culturales de ciertos grupos.
- 4) Referirse en términos de oferta y demanda de un producto.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de mercantilización.

Mitificación: Visibilizar a una persona o grupo con cualidades de tipo extraordinario.

- 1) Idealizar los valores positivamente de un colectivo.
- 2) “Otorgar cualidades extraordinarias a personas humanas” (Chavero et. al 2014).
- 3) Exagerar en las cualidades humanas de un grupo o colectivo.
- 4) Crear una postura opuesta a la marginación.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de mitificación.

Negativización: Definido en el campo de la agenda mediática dentro de esta propuesta de metodología. Centrándose en una construcción desequilibrada de los hechos, donde se da mayor peso a aspectos negativos de una noticia.

- 1) Resaltar características negativas de un colectivo
- 2) “Dar visibilidad a una persona o colectivo sólo o principalmente para mostrar total o mayoritariamente sus problemas o aspectos negativos” (Chavero et. al 2014).
- 3) Dar prioridad a las dificultades sin tomar en cuenta posibles soluciones.
- 4) Crear un contexto semántico de inseguridad.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de negativización.

Naturalización de estereotipos: Considerar como necesarios la asignación de determinados atributos concebidos respecto de determinado grupo de sujetos.

- 1) Considerar como verdad o naturales determinados aspectos.
- 2) Deslegitimar la postura de determinados colectivos tomando como argumento supuestos de verdad que se consideran apriorísticamente generalizables tomados desde las prácticas culturales legitimadas.
- 3) Hacer apología o relación a la definición de naturalización de estereotipos.
- 4) Generalizar a través de conceptos abstractos a un grupo de gente.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de naturalización de estereotipos.

Ridiculización: Crear un espacio para la representación de un grupo de personas basándose en el menosprecio de defectos o manías de dicho grupo.

- 1) Emplear diminutivos para hacer referencia al colectivo con una atribución de menosprecio.
- 2) Desposesión de rasgos humanos a través de una identificación del colectivo con el grupo de animales.
- 3) Emplear una condición física o hábitos de un sujeto para denigrarlo.
- 4) Hacer mofa o comedia en sentido negativo respecto a una comunidad.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de ridiculización.

Sobre representación de la violencia: Resaltar actos violentos.

- 1) Representación explícita e implícita de algún tipo de violencia sin argumentos y sin reunir varios puntos de vista.
- 2) Resaltar luchas entre diferentes conglomerados.
- 3) “Mostrar en exceso comportamientos violentos” (Chavero, Aliaga y Martín Oller 2014, 32).
- 4) Incitación metafórica de un acto de violencia.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de sobre representación.

Bloqueo de acceso: No visibilizar puntos de vista relacionados con militantes.

- 1) No citar argumentos de líderes de opinión como activistas o líderes de opinión.

- 1) “Omitir en el caso de noticias impresas los datos de circulación” (Chavero et. al 2014, 37).
- 2) Asunción de incapacidad explícita o implícita que estos grupos como no competentes de participar.
- 3) Categorizar información referente a rasgos de ciertos grupos en determinadas secciones que no corresponde a lo social o político.
- 4) Presentar noticias que no hacen referencia a un acontecimiento coyuntural.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de bloqueo de acceso.

Exhibicionismo: Exposición de partes del cuerpo sin un fin justificado

- 1) Resaltar aspectos corporales en imágenes o en el texto de forma descriptiva o simbólica.
- 2) Hacer referencia a algún tipo de obscenidad corporal con asunción de normalidad presente implícita o explícita en los contenidos haciendo referencia a un grupo de sujetos.
- 3) Presentar y hacer sugerencias sobre la vida privada de un sujeto.
- 4) Atribuir rasgos de una figura pública como representación directa de un colectivo.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de exhibicionismo.

Sexismo: Hacer referencia a alguna forma de superioridad por sexo o género de un colectivo.

- 1) Justificar situaciones de machismo a través de la cultura, creencias o ideologías consideradas como naturales.
- 2) Consideración de la homosexualidad, transexualidad y la intersexualidad como anormal o bajo una condena legal.
- 3) Connotar dentro del contenido algún tipo de naturalización de roles dentro de la dicotomía sexo-género.
- 4) Normalizar comportamientos heterosexuales y machistas.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de sexismo

Victimización: Destacar aspectos de vulnerabilidad en detrimentos de otros aspectos sean positivos o negativos de una persona o grupo de personas.

- 2) Crear un ambiente simbólico sugerente a alguna forma de lástima.

- 3) “Dar visibilidad a un grupo de personas solo en cuestiones de vulnerabilidad o cuando son consideradas como víctimas ante un acontecimiento” (Chavero et. al 2014, 37).
- 4) Connotar cierta condición de vulnerabilidad de un grupo o persona como justificativo de la construcción de la noticia.
- 5) Hacer apología o relación a la definición de victimización.

Así, dentro de esta primera parte de nuestro análisis se tiene en cuenta no solo la consideración de la cuantificación de unas unidades de análisis bajo ciertas categorías, sino también se considera la aplicación de un indicador de vulneración de derechos para generar datos más interesantes con respecto a las interrogantes de este trabajo. Sin embargo, para completar el análisis de contenido bajo un aspecto intersubjetivo concretado en los contenidos, que lo relaciona prácticamente con los encuadres o los principios que guían la construcción de los temas de una agenda sobre los LGBTI, se procede a considerar las siguientes dimensiones de análisis bajo un esquema que se relaciona con lo cualitativo.

3. Dimensiones cualitativas

Dentro de un estudio cualitativo y aplicado a los contenidos en esta parte del análisis se convergen las dimensiones de dos autores que se consideran relevantes para resolver la manera en que los medios han encuadrado los asuntos LGBTI, tomando como referencia la marcha por el Orgullo. Primero, al identificar las definiciones de encuadre temático y episódico de Shanto Iyengar (1994), quien establece que:

[...] cuando se destacan actores específicos como asuntos mediáticos se hace relación a un encuadre episódico [...] por otro lado cuando los temas mediáticos se presentan como un reportaje extraído de un informe, unos antecedentes generalizados, donde no se habla de sujetos concretos sino va dirigido a actores globales a través de datos o números, este es un encuadre temático (Iyengar 1994, 25).

En este sentido Greer y Murray (2014) sugieren una codificación de estos encuadres considerando a unos protagonistas o (*key people*) respecto a un tema.

[...] hay que identificar con respecto a los temas presentados mediáticamente primero si estos se vinculan con un protagonista clave o con personajes clave secundarios o con una institución. Estos deben ser codificados, de tal manera para observar si dicho tema fue enfocado de manera individual o específica (*episodic frame*) o como un asunto institucional o generalizado (*thematic frame*) del siguiente modo: 1.- *Encuadramiento temático* (si el tema se engancha con una institución) 2.- *Encuadramiento individual episódico* (si el tema hace

mención a personajes secundarios sin tomar en cuenta a los protagonistas clave) 3.- *Encuadre clave episódico* (si el tema se engancha con respecto a un protagonista principal) (4) *Encuadre promedio episódico* (la media entre los procedimientos 2 y 3). Además, para cada una de estas categorías, el elemento analizado adquiere un 0 (si no hay encuadre), un 1 (si el *frame* está presente en una oración) o un 2 (si el encuadre está presente en más de dos oraciones) (Greer y Murray 2014, 265)

Segundo al considerar que es lo más saliente dentro de cada análisis. Al respecto, hay que considerar los “fragmentos de texto e imágenes que se vuelven importantes y memorables dentro de los contenidos o lo que se denomina elementos de saliencia” (Entman 1993, 53). También, identificar en esos fragmentos seleccionados si sugieren o no la presencia de problemas, aspectos morales y la solución para resolverlos.

[...] se puede aplicar la *definición de un problema* determinando que está haciendo el agente causal en términos de costos y beneficios, medidos en relación a los valores culturales y morales; el *diagnóstico de las causas*, identificando las fuerzas que causan el problema; la *sugerencia moral*, evaluando a los agentes causales y sus efectos y la *respuesta con soluciones* ofreciendo y justificando el tratamiento a los problemas. (Entman 1993, 51).

Es por ello que en la definición y diagnóstico de un tema, se debe dar relevancia al tipo de fuentes que manejan los periódicos para construir el objeto de la noticia. Es decir, cuales son los personajes que actúan como elementos claves para la definición del problema. Al respecto, se pueden identificar varios tipos de fuentes que permiten determinar la definición del problema sea a través de la presentación de personajes concretos o datos generalizados como la información estadística. Con relación a la evaluación moral, se percibe la identificación de repercusiones que van dirigidas a un agente específico. Las recomendaciones se analizarían, cuando se sugiere en palabras del medio, o través de la relevancia que otorga este, a las palabras de otros actores hacia una acción social específica o la solución de un problema.

Esta condición de acuerdo a Hunt, Benford y Snow (1994) puede implicar la presencia de unos protagonistas dentro de lo que se expone.

Especialmente, cuando se identifican unos protagonistas o antagonistas en un proceso donde se da una atribución de identidades que es ajena a las personas que pertenecen a un grupo social como sucede con los medios de comunicación o instituciones similares, que pueden formar parte de un campo de identidad de audiencias, como parte de un proceso de interpretación dirigido a determinados actores (Scott, Benford y Snow 1994, 241)

En este sentido, la siguiente tabla sugiere la convergencia de las dimensiones que Iyengar (1994) y Entman (1993) han manifestado con respecto al encuadre, cuya convergencia plantea un método aplicable a representación mediática de los temas que se dan sobre unos protagonistas, en este caso aplicado a los grupos LGBTI, a una suerte de *key people*. En torno al diagnóstico las fuentes actúan como base para determinar el objeto noticioso y la tendencia del asunto mediático a un formato episódico o temático. Con relación a las fuerzas que causan el problema se obtienen desde la idea general que se da en cada noticia al identificarse unas atribuciones de un problema. Y finalmente, tercero cuando la evaluación moral y recomendación puede limitarse a elementos periodísticos como artículos de opinión, interpretativos y mixtos.

Tabla 1. Análisis de encuadre

Encuadre	Medio de comunicación		
	Temático	Episódico	Tendencia
Diagnóstico			
¿Qué fuerzas causan el problema?			
Evaluación moral			
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia a partir de Entman (1993) y Iyengar (1994)

Al respecto, en palabras de Abela (2000) se vuelve indispensable plantear un manual de codificación para un análisis cuantitativo y cualitativo de los contenidos. Al respecto, se toman en cuenta las distinciones que se planean analizar en base a las sugerencias consideradas de Bardín; presencia, frecuencia y orden (Bardín 2002, 82-85), y algunos referentes mencionados en las dimensiones cualitativas, así se codifica los siguientes indicadores dentro del siguiente manual de codificación.

4. Manual de Codificación

1. Numeración

2. Medio (1: *El Telégrafo*; 2: *El Comercio*)

3. Año (1: 98; 2: 99; 3: 00; 4: 01; 5: 02; 6: 03; 7: 04; 8: 05; 9: 06; 10: 07; 11: 08; 12: 09; 13: 10; 14: 11; 15: 12)

4. Género (1: ventana; 2: breve; 3: noticia secundaria; 4: noticia principal; 5: otros)

5. Unidad de análisis (1: último párrafo; 2: primer párrafo; 3: imágenes; 4: subtítulos; 5: cuerpo; 6: leads; 7: titulares; 8: portadas; 9: toda la noticia).

6. Asunto (1: LGBTI organizan festival; 2: Discriminación a gays; 3: Discriminación a homosexuales; 4: Discriminación a transgénero; 5: Protagonistas claves gays; 6: Protagonistas claves homosexuales; 7: Protagonistas clave transgénero; 8: Protagonista clave intersex; 9: Gays logran cambio político; 10: SIDA en homosexuales; 11: Derechos en gays; 12: Derecho de homosexuales; 13: Derechos de LGBTI; 14: Leyes aprobadas favor de homosexuales; 15: leyes aprobadas a favor de transgénero; 16: homosexuales como actores negativos; 17: Espacio público para gays; 18: Espacio público para gays y lesbianas; 19: Transgénero celebran mundial; 20: Las marchas gays en otros países; 21: Las marchas gays en el Ecuador; 22: Las marchas homosexuales en el Ecuador; 23: Las marchas LGBTI en el Ecuador; 24: Lo gay plantea cambios económicos; 25: Gays plantean propuestas políticas; 26: Lesbianas plantean propuesta políticas; 27: Homosexuales_lesbianas plantean propuestas políticas; 28: gays_lesbianas plantean propuestas políticas; 29: Estereotipos).

7. Grupos (1: gays; 2: homosexuales; 3: lesbianas; 4: bisexuales; 5: transgénero; 6: intersex; 7: LGBTI; 8: homosexuales_lesbianas; 9: gays_lesbianas)

8. Intensidad (1: tiempo presente; 2: condicional; 3: futuro; 4: imperativo)

9. Dirección (1: negativa; 2: positiva)

10. Fecha_orden

11. Encuadre individual episódico (0: no hay; 1: una oración; 2: dos o más oraciones)

12. Encuadre clave episódico (0: no hay; 1: una oración; 2: dos o más oraciones)

13. Encuadre temático (0: no hay; 1: una oración; 2: dos o más oraciones).

* BANA (Banalización)

Banalización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* COSI (Cosificación)

Cosificación	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **CRIMI** (Criminalización)

Criminalización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **DISTOR** (Distorsión de la realidad)

Distorsión	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **CRONI** (Crónica roja)

Crónica Roja	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **ENJUI** (Enjuiciamiento mediático)

Enjuiciamiento mediático	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **ESTEREO** (Estereotipación)

Estereotipación	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **ESTIG** (Estigmatización)

Estigmatización	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **MARGI** (Marginación)

Marginación	Valor	Rango
Mucho	1	4

Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **HOMO** (Homogenización)

Homogenización	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **INVIS** (Invisibilización)

Invisibilización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **MALA** (Mal empleo del lenguaje)

Mal empleo del lenguaje	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **MERCAN** (Mercantilización)

Mal empleo del lenguaje	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **MITI** (Mitificación)

Mal empleo del lenguaje	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **NEGA** (Negativización)

Negativización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **RIDI** (Ridiculización)

Ridiculización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2

Nada	4	0
------	---	---

* **SOBREVIEWO** (Sobre representación de la violencia)

Sobre representación	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **EXH** (Exhibicionismo)

Tratamiento exhibicionista	Valor	Rango
Mucho	1	4
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **SEXI** (Tratamiento sexista)

Tratamiento sexista	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

* **VICTI** (Victimización)

Victimización	Valor	Rango
Mucho	1	4-5
Medio	2	3
Poco	3	1-2
Nada	4	0

Así, para finalizar este capítulo sobre los elementos que se deben considerar con respecto al análisis de contenido, retomando a Abela (2010), el autor plantea que es necesario antes de comenzar cualquier estudio, plantear las diferencias de esta herramienta con respecto a otras técnicas (Abela 2010, 20). Por ejemplo, como son el análisis lingüístico, análisis documental, el análisis textual o el análisis de discurso. En este sentido se marcan algunas diferencias con respecto a otras técnicas diferenciadoras.

Técnicas diferenciadoras

Para empezar con el análisis lingüístico, esta herramienta se ha centrado en el estudio específicamente de textos. Lo que propone el análisis lingüístico es realizar un estudio sintáctico, léxico y morfológico de cómo se construye un idioma. Es decir, el análisis lingüístico intenta determinar las reglas que constituyen su construcción desde las reglas de la gramática, por ejemplo “identificando las normas que rigen una lengua” (Abela 2010, 21). A diferencia del análisis de contenido, donde no solo se analizan textos sino cualquier elemento

cargado de significado en cualquier lengua. Por ello, dentro de un análisis de contenido el análisis lingüístico puede ser una dimensión más que puede considerarse dentro de la construcción de textos bajo un idioma específico.

Por otro lado, cuando se hace mención al análisis documental, este se aproxima a un proceso de jerarquización y categorización de información que puede formar parte del análisis de contenido. Fundamentalmente, en términos cuantitativos de categorización de documentos. Sin embargo, la principal diferencia que tiene con esta técnica con respecto al análisis de contenido, es que esta última herramienta tiene en cuenta la visión del investigador como elemento importante en términos tanto contextuales e interpretativos. Eso significa que en el análisis de contenido las unidades semánticas que provienen de la información recolectada, se realiza un proceso de interpretación que va más allá de la mera descripción como sucede dentro del análisis documental.

En cambio, la principal diferencia que se establece entre el análisis textual con el análisis de contenido ha permitido a esta técnica trascender el estudio de elementos exclusivamente textuales. Al respecto, es que el análisis de contenido obtenga cierta ventaja con respecto a la comprensión de fenómenos sociales diversos que van más allá del estudio de textos. Esta herramienta permite identificar esquemas sobre diferentes relaciones de causalidad de fenómenos sociales relacionados a la identidad, los atributos, los estereotipos. Es así que, a diferencia de análisis textual, el análisis de contenido toma en cuenta la sistematización de unidades de análisis en elementos gráficos, de video, incluso digitales como lo recomienda Entman (1993).

Finalmente, la diferencia que se puede encontrar con el análisis de discurso es que el análisis de contenido no es un estudio exclusivamente cualitativo como acontece con la investigación en torno a elementos discursivos. Así, si bien el análisis de discurso estudia múltiples modalidades de texto, considerando desde los impresos hasta conversaciones cotidianas con el fin de identificar aspectos ideológicos dentro de cualquier forma de comunicación (Van Dijk 2013). Por otro lado, el análisis de contenido tiende a emplear elementos cuantitativos, en los que se pueden aplicar formulas estadísticas. Sobre todo, cuando se intentan identificar diferencias significativas, elección de muestras y tendencias normales en torno a una selección de variables tanto dependientes e independientes.

Es por ello, que el análisis de contenido trata de una herramienta metodológica completa no solo en términos cualitativos y cuantitativos, sino también en las unidades de análisis en las que se pueden estudiar desde textos impresos hasta programas de televisión. Así, es que esta herramienta es adecuada para el análisis de contenido en torno a los temas que se pueden presentar dentro de las agendas de unos medios dentro de una primera aproximación hacia un estudio de *framing*, especialmente cuando los contenidos están mediando las relaciones de grupos sociales, medios de comunicación y audiencias de forma diversa y constante.

Capítulo 4

Análisis cuantitativo

En este capítulo se analizan los temas que han formado parte de las agendas de *El Telégrafo* y *El Comercio*, considerando una cobertura sobre la marcha por el Orgullo desarrollada en ambos medios. Así, se parte este análisis junto a la primera interrogante. ¿Cómo se comparan los dos medios en términos de una porción de sus agendas, donde se identificaron 150 unidades para estudiar desde 1998? (90 han correspondido a *El Comercio*, y 63 a *El Telégrafo* sobre los grupos LGBTI). Para ello, se tomaron en cuenta la “[...] presencia [...] frecuencia [...] orden temporal [...]” (Bardín 2002, 82) de los temas que se han desarrollado una semana antes y una después a las marchas por el Orgullo. En este sentido es que tras retomar las palabras de Entman (1993) se consideraron, principalmente, aquellos elementos más salientes de los contenidos; como fue el caso de los titulares, los mismos que resumen la idea principal de la noticia.

Tabla 2. Presencia y ausencia de temas. Una comparación entre las coberturas del *El Comercio* y *El Telégrafo* (1998.2015)

<i>Issues</i>	<i>El Comercio</i>	<i>El Telégrafo</i>
Festivales LGBTI	10%(9)	4.8%(3)
Discriminación a gays	2.2%(2)	3.2%(2)
Discriminación a homosexuales	5.6%(5)	4.8%(3)
Discriminación a transgénero	2.2%(2)	6.3%(4)
Discriminación a LGBTI	6.7%(6)	4.8%(3)
Protagonistas clave gays	1.1%(1)	16%(1)
Gays logran cambio político	1.1%(1)	1.6%(1)
SIDA a homosexuales	1.1%(1)	1.6%(1)
Leyes aprobadas a favor de gays	4.4%(4)	4.8%(3)
Leyes aprobadas a favor de homosexuales	5.6%(5)	9.5%(6)
Las marchas gays en otros países	7.8%(7)	7.9%(5)
Las marchas LGBTI en otros países	2.2%(2)	3.2%(2)
Las marchas gays en el Ecuador	*13.3%(12)	*11.1%(7)
La marcha LGBTI en el Ecuador	4.4%(4)	7.9%(5)
Lo gay plantea cambios económicos	1.1%(1)	1.6%(1)
LGBTI plantea cambios políticos	2.2%(2)	14.3%(9)
Total 1 (% temas que coinciden)	75.5%(68)	92.2%(58)
Total 2 (% temas que no coinciden)	25.5% (23)	7.8% (5)
% Total	100%	100%

Fuente. Elaboración propia por medio del programa SPSS. * Existe una mayor frecuencia

Es así como se muestra en la tabla 2 con relación a la primera dimensión de Bardín (2002), *la presencia o ausencia* de temas, desde 1998 hasta el 2015 observando qué asuntos mediáticos (*issues*) se han expuesto en cada medio. En este sentido, los valores encontrados revelan que tanto *El Telégrafo* y *El Comercio* coinciden en dar una determinada frecuencia a los asuntos que se han relacionado con las marchas por el Orgullo (del 11 al 13% respectivamente). Sin embargo, el tema de los cambios políticos de los grupos LGBTI ha sido el tema que mayor frecuencia ha tenido dentro de la cobertura de *El Telégrafo*, mientras en *El Comercio* se

muestra las marchas del Orgullo etiquetadas como marchas del Orgullo *Gay* se han mostrado en un mayor número de ocasiones.

Esto ha significado dentro de la primera parte de este análisis, que una prensa pública como la de *El Telégrafo* ha dado una suerte de prioridad a temas relacionados al colectivo LGBTI y no enfocándose en términos y etiquetas relacionadas a un grupo específico, como ha sucedido en *El Comercio*, por ejemplo al enfocarse este último en lo *Gay* o lo homosexual.

Así, cuando se ha colocado la variable *presencia* o *ausencia* de temas en términos de unos *key actors* o protagonistas de las noticias, de acuerdo al análisis de los titulares se ha podido identificar que los temas han hecho sugerencia en un mayor porcentaje a los *gays*, en un segundo lugar a los LGBTI y en tercer lugar para hacer referencia a los homosexuales (tabla 3) en ambos medios. Esto ha implicado que los titulares relacionados a lo bisexual, lo transgénero, lo intersexual o con respecto a lo lésbico o algún término relativo a estos grupos; también parte de los movimientos LGBTI, tienen porcentajes bajos en comparación a las tres primeros tanto en *El Comercio* y *El Telégrafo*.

Tabla 3. Presencia de temas relacionados a un grupo específico de los LGBTI (1998.2015)

<i>Issues</i>	<i>El Comercio</i>	<i>El Telégrafo</i>
gays	42.2%(38)	34.9%(22)
LGBTI	32.2%(29)	34.9%(22)
homosexuales	14.4%(13)	19%(12)
transgénero	8.9%(8)	6.3%(4)
lesbianas	0%(0)	1.6%(1)
intersex	0%(0)	1.6%(1)
Homosexuales_lesbianas	0%(0)	1.6%(1)
gays_lesbianas	2.2%(2)	0%(0)
Total	100%(90)	100%(63)

Fuente. Elaboración propia. Tabla de frecuencias con relación a un grupo minoritario.

Al respecto y en el otro sentido tras hacer una especificación sobre el tipo de objetos mediáticos que finalmente se han creado dentro de las agendas de los dos periódicos, se puede observar que sí existe cierto tipo de censura con respecto a exponer objetos mediáticos que hacen referencia a lo bisexual, lo lésbico, lo intersexual o lo transgénero; tras considerar para este análisis los elementos más salientes y condensados de la noticia, como lo ha sugerido Entman (1993). Incluso, se puede entender desde una estimación inicial para este análisis una condición asimétrica (Gamson y Wolfsfeld 1993) con respecto la construcción de asuntos mediáticos visibles que hacen relación a las diversidades sexuales.

En este punto y bajo estas especificaciones dentro de esta primera conjetura se cumple lo que Gamson y Wolfsfeld (1993) consideran con respecto a lo que se expone mediáticamente en términos de una desigualdad. Así al traer de nuevo sus palabras, los autores manifiestan que: “[...] los medios de comunicación están dentro de una fundamental ambivalencia con los movimientos, ya que lo que se dice con respecto a los movimientos no necesariamente se hace de forma equilibrada o neutral [...]” (Gamson y Wolfsfeld 1993, 120). Por ello es que se hace manifiesta esta diferencia en términos del análisis de una porción de la agenda tanto de *El Comercio* y *El Telégrafo* sobre todo cuando se toman en cuenta las frecuencias como se muestra en la tabla 3 y 4.

Así, tras considerar las respectivas frecuencias de los temas localizados dentro de las agendas de *El Comercio* y *El Telégrafo* se determina nuevamente que los asuntos relacionados a lo *gay* o lo homosexual son aquellos objetos informativos que se repiten un mayor número de ocasiones en ambos medios. Es en este sentido de acuerdo a esta tabla 4 prácticamente que se otorga un porcentaje relativamente bajo (1, 1%) para *issues* relacionados a otro grupos de las diversidades sexuales tanto en *El Comercio* como en *El Telégrafo*, al menos sobre el tema que adquiere más relevancia en los titulares.

Tabla 4. Presencia y ausencia de temas. Una comparación entre las coberturas del *El Comercio* y *El Telégrafo* (1998.2015)

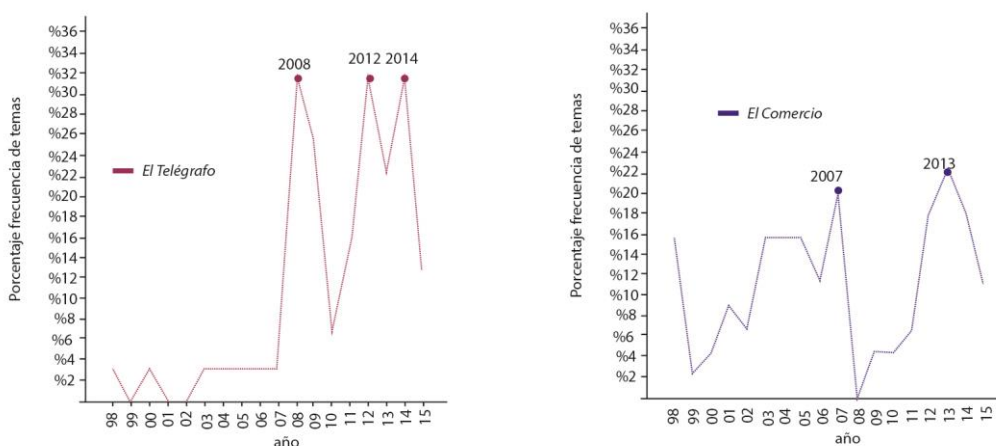
<i>Issues</i>	<i>El Comercio</i>	<i>Issues</i>	<i>El Telégrafo</i>
La marcha <i>gay</i> en el Ecuador	13.3% (12)	Demandas políticas provenientes de los LGBTI	15%(9)
Festivales LGBTI	10% (9)	La marcha <i>gay</i> en el Ecuador	11.6%(7)
Las marchas <i>gays</i> en otros países	7.8% (7)	Leyes aprobadas a favor de homosexuales	10%(6)
Derechos LGBTI	7.8% (7)	La marcha LGBTI en el Ecuador	8.33%(5)
Protagonistas claves <i>gays</i>	6.7% (6)	Las marchas <i>gays</i> en otros países	8.33%(5)
Leyes aprobadas a favor de homosexuales	5.6% (5)	Discriminación a transgénero	6.6%(4)
Discriminación a homosexuales	5.6% (5)	Festivales LGBTI	5%(3)
Discriminación a LGBTI	5.6% (5)	Discriminación a homosexuales	5%(3)
Leyes aprobadas a favor de <i>gays</i>	4.4%(4)	Protagonistas clave <i>gays</i>	5%(3)
La marcha LGBTI en el Ecuador	4.4%(4)	Leyes aprobadas a favor de <i>gays</i>	5%(3)
Derechos en <i>gays</i>	3.33%(3)	Discriminación a <i>gays</i>	3.33%(2)
Protagonista clave transgénero	3.33%(3)	Las marchas LGBTI en otros países	3.33%(2)
Discriminación a <i>gays</i>	2.2%(2)	Protagonistas clave intersex	1.66%(1)
Discriminación a transgénero	2.2%(2)	<i>Gays</i> logran cambio político	1.66%(1)
Transgénero celebran mundial	2.2%(2)	SIDA en homosexuales	1.66%(1)
Las marchas LGBTI en otros países	2.2%(2)	Derechos a homosexuales	1.66%(1)
LGBTI plantean propuestas políticas	2.2%(2)	Homosexuales como actores negativos	1.66%(1)

Protagonistas claves homosexuales	1.1% (1)	Lo gay plantea cambios económicos	1.66% (1)
Gays logran cambio político	1.1% (1)	Lesbianas plantean propuestas políticas	1.66%(1)
SIDA en homosexuales	1.1% (1)	Homosexuales y lesbianas plantean cambio político	1.66%(1)
Leyes aprobadas a favor de transgénero	1.1% (1)		
Espacio público para gays	1.1% (1)		
Espacio público para gays y lesbianas	1.1% (1)		
Las marchas homosexuales	1.1% (1)		
Lo gay plantea cambios	1.1% (1)		
Gays y lesbiana plantean propuestas políticas	1.1% (1)		
Estereotipos	1.1% (1)		
Total	100%(90)		100%(63)

Fuente. Elaboración propia. * Existe una mayor frecuencia

Por otro lado tomando en cuenta un orden cronológico de los temas mediáticos encontrados, se puede percibir cuales han sido los años en los que dicha censuras han sido mayores. Al considerar, principalmente, unos picos en la producción de temas en cada año en los dos medios. Al respecto, se observa dentro de una primera apreciación, que el 2007 y el 2013 son los años de mayor cobertura dentro de *El Comercio* con respecto a objetos mediáticos expuestos y relacionados en algún sentido al colectivo, y para *El Telégrafo* estos han sido el 2008, 2012 y el 2014 respectivamente, como se demuestra en la figura 6.

Fig. 6 Orden cronológico de los asuntos por categorías presentados



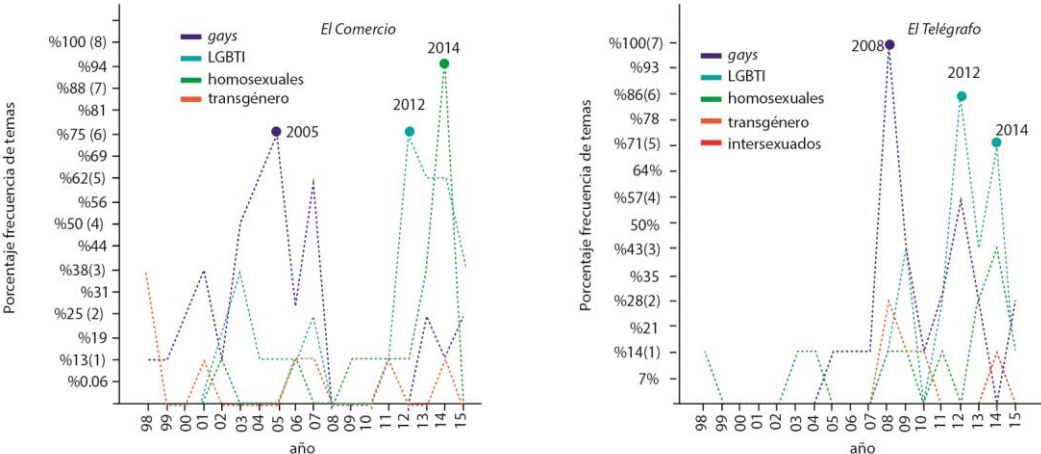
Fuente. Elaboración propia

También es cierto que existe mayores asimetrías con respecto a la producción de temas mediáticos relacionados a lo bisexual, transgénero o intersexual alrededor de los mismos años como se muestra en la figura 7, cuando se muestran las líneas en color azul sobre los temas relacionados a los gays, turquesa a los LGBTI y verde a lo homosexual; donde los objetos mediáticos relacionados a los gays y homosexuales son mayores en cantidad a otros planteados en ambos medios. Es así que para *El Comercio* se puede evidenciar que el 2005, el

2012 y el 2014 son los años en los que se dan más diferencias significativas. De igual forma en *El Telégrafo* se observa que el 2008, el 2012 y el 2014 son los años en los que se da una mayor de asimetría con respecto a estos temas, respectivamente.

Sin embargo, ambos medios coinciden que luego del 2008 periodo en el que se da expansión de los medios públicos y el 2013 cuando entra la vigencia de la ley de comunicación, existe una tendencia a dar una suerte de relevancia a los grupos LGBTI más allá de su tipología como medio privado o público; otros objetos mediáticos relativos a lesbianas, transgénero, bisexuales o intersexuales son relacionamente menores en términos de presencia de temas, fenómeno que se ha mantenido a lo largo de los diferentes años.

Fig. 7 Orden cronológico de los asuntos por categorías presentados



Fuente. Elaboración propia

Este acontecimiento se puede evidenciar, por ejemplo, tras seleccionar cuatro titulares al azar dentro de estas fechas. Así, por ejemplo en una fecha anterior al 2008, *El Comercio* el 7 de julio del 2004 para este caso menciona: “Los gays emergen con menos temor en la sociedad” (*El Comercio*, julio 7, 2004). Por otro lado en una fecha posterior al 2008, dentro del mismo periódico se publica el primero de julio del 2012 “Un festejo por el Orgullo LGBTI” (*El Comercio*, julio 1, 2012); donde se identifica esa suerte de cambio de enfoque de priorizar la etiqueta de lo gay hacia la de los LGBTI. Similarmente, esta relación se presenta dentro de *El Telégrafo* cuando el 27 de junio del 2003 se expone: “Supremo anuló ley contra homosexuales” (*El Telégrafo*, junio 23, 2003). Así, luego el 28 de junio del 2015 se presenta el titular: “La diversidad sexual estuvo presente en Guayaquil y Quito” (*El Telégrafo*, junio 28, 2015).

Es por ello que luego del 2008, se puede manifestar que existe una tendencia a dar relevancia a asuntos mediáticos que giran en torno a lo LGBTI antes que enfocarse en objetos que dan visibilidad a lo *gay* u homosexual, pero se mantiene unos porcentajes bajos en torno a la presencia de titulares en torno a otros grupos de la diversidad sexual. Es por ello que se puede manifestar dentro de este primer análisis cuantitativo enfocado en una porción de las dos agendas de *El Telégrafo* y *El Comercio*:

Primero, existen en ambos medios de comunicación una tendencia a otorgar poca relevancia a objetos mediáticos que giran en torno al protagonismo de otros grupos como son los sujetos intersexuales, transgénero, lesbianas o bisexuales. Segundo, también se ha dado que si bien la relevancia que ha adquirido lo LGBTI, con respecto a lo *gay* o lo homosexual luego del 2008 ha aumentado en relevancia mediática; es cierto que las censuras de los objetos mediáticos con respecto a sexualidades más específicas también se han mantenido bajas con sus respectivos incrementos y decrecimientos entre ambos medios a lo largo de los años desde 1998.

Esto de cierto modo corrobora la posición que se tiene con respecto a los medios de comunicación. Así, en palabras de Sádaba (2008), para citar a una autora, se menciona que si bien los medios masivos de comunicación se enfocan en unos asuntos, también es cierto que dejan de lado otro tipo de objetos, y esto es común a los dos periódicos analizados y en la parte de sus agendas analizadas. Por ello es que se observa a través de estas tablas y figuras qué y qué actores han adquirido importancia como objetos informativos de una agenda mediática y, cuales no al momento de construir finalmente los contenidos. Esto permite, al menos en términos cuantitativos responder a la primera interrogante que se planteó para este trabajo desde una respuesta de la presencia de objetos mediáticos. Existe una semejanza que se ha mantenido todo este tiempo de *El Comercio* y *El Telégrafo* ha no otorgar visibilidad al menos desde el análisis de sus titulares; a temas relacionados a lesbianas, intersexuales o bisexuales.

Por otro lado, dentro de las respuestas a la misma pregunta enfocadas en determinar si existe discriminación tras aplicar un Índice Vulneración de Derechos en los Medios de Comunicación, se ha determinado como se muestra en la figura 6 y 7, que ambos medios presentan unos valores bajos en torno a la banalización, la criminalización, la victimización, la estereotipación, la ridiculización, la violencia o el sexismo. Al mismo tiempo en ambos medios se detectan valores significativos de invisibilidad y cosificación. Esto puede significar

dos cuestiones: Primero, que existe una suerte de que en los dos medios exista poca discriminación en sus contenidos.

Sin embargo, este aspecto puede tener un relación directa con los altos valores de invisibilidad, ya que si bien se detecta la producción de temas relacionados a los grupos LGBTI, estos son relativamente menores en comparación a otros temas como son los deportivos, los políticos, sociales o de entretenimiento. Por ello, se menciona que existen pocos contenidos sobre las diversidades sexuales en estos dos medios lo que genera cierta invisibilidad y al mismo tiempo unos bajos valores de elementos discriminatorios.

Así, con respecto a la homogenización, esto permite comprender que la mayor parte de los asuntos analizados fueron presentados a una suerte de descripción de los *key actors*. Donde existe una tendencia, utilizando los indicadores del IVDM, a que el periodista describa el acontecimiento sin citar las fuentes, como sucede cuando no se identifican datos relevantes en torno a la situación de estos grupos o a través de identificar actores específicos con el empleo de comillas dobles.

Lo que muestra al periodista como el constructor de la realidad de los grupos LGBTI desde la postura que tiene el respectivo medio para otorgar visibilidad a esa porción de la realidad descrita desde la interpretación del comunicador.

Tabla 6. IVDM aplicado a las agendas de *El Telégrafo*

Banalización		Cosificación		Criminalización		Victimización		Distorsión		Crónica Roja		Enjuiciamiento	
MUCHO	0	MUCHO	15	MUCHO	0	MUCHO	1	MUCHO	6	MUCHO	0	MUCHO	6
MEDIO	0	MEDIO	13	MEDIO	0	MEDIO	12	MEDIO	6	MEDIO	1	MEDIO	10
POCO	36	POCO	25	POCO	0	POCO	17	POCO	32	POCO	9	POCO	28
NADA	27	NADA	10	NADA	63	NADA	33	NADA	19	NADA	53	NADA	19
Estereotipación		Marginalización		Homogenización		Invisibilización		Mal empleo		Mitificación		Ridiculización	
MUCHO	3	MUCHO	1	MUCHO	23*	MUCHO	23*	MUCHO	4	MUCHO	2	MUCHO	0
MEDIO	8	MEDIO	3	MEDIO	14	MEDIO	19	MEDIO	31	MEDIO	10	MEDIO	0
POCO	12	POCO	29	POCO	17	POCO	17	POCO	28	POCO	20	POCO	8
NADA	40	NADA	30	NADA	9	NADA	4	NADA	0	NADA	31	NADA	55
Violencia		Exhibicionismo		Sexismo									
MUCHO	0	MUCHO	0	MUCHO	0								
MEDIO	0	MEDIO	13	MEDIO	0								
POCO	5	POCO	10	POCO	2								
NADA	58	NADA	50	NADA	63								

Fuente. Índice de Vulneración de Derechos de los Medios

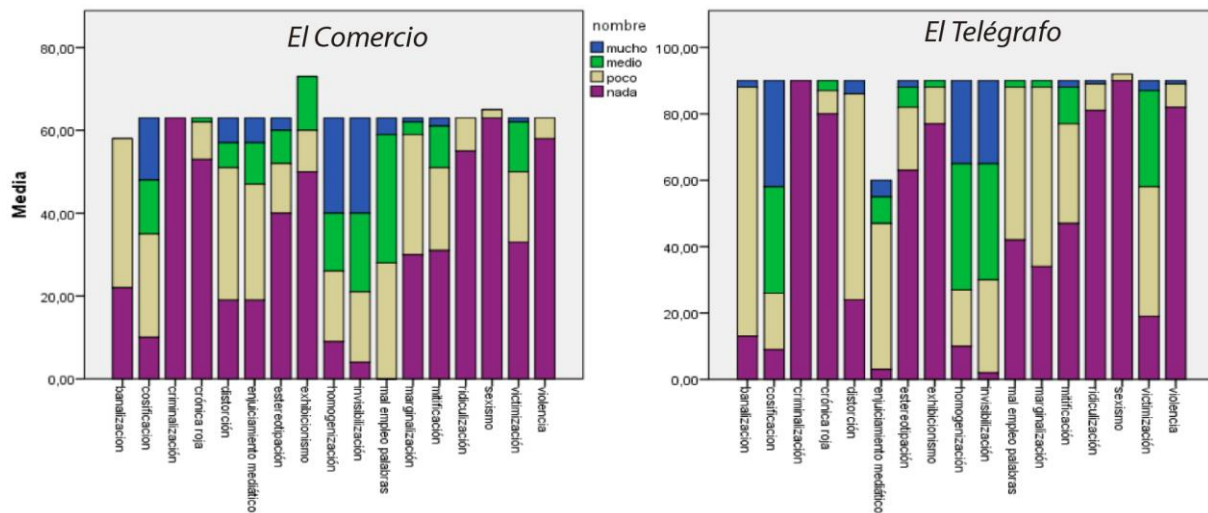
Tabla 7. IVDM aplicado a las agendas de *El Comercio*

Banalización		Cosificación		Criminalización		Victimización		Distorsión		Crónica Roja		Enjuiciamiento	
MUCHO	2	MUCHO	32	MUCHO	0	MUCHO	3	MUCHO	4	MUCHO	0	MUCHO	5
MEDIO	0	MEDIO	32	MEDIO	0	MEDIO	29	MEDIO	0	MEDIO	3	MEDIO	8
POCO	75	POCO	17	POCO	0	POCO	39	POCO	62	POCO	7	POCO	44
NADA	13	NADA	9	NADA	90	NADA	19	NADA	24	NADA	80	NADA	3
Estereotipación		Marginalización		Homogenización		Invisibilización		Mal empleo		Mitificación		Ridiculización	
MUCHO	2	MUCHO	0	MUCHO	25*	MUCHO	25*	MUCHO	0	MUCHO	2	MUCHO	1
MEDIO	6	MEDIO	2	MEDIO	38*	MEDIO	35*	MEDIO	2	MEDIO	11	MEDIO	0
POCO	19	POCO	54	POCO	17	POCO	28	POCO	46	POCO	30	POCO	8
NADA	63	NADA	34	NADA	10	NADA	2	NADA	42	NADA	47	NADA	81
Violencia		Exhibicionismo		Sexismo									
MUCHO	1	MUCHO	0	MUCHO	0								
MEDIO	0	MEDIO	2	MEDIO	0								
POCO	7	POCO	11	POCO	2								
NADA	82	NADA	77	NADA	90								

Fuente. Índice de Vulneración de Derechos de los Medios

Es por ello que los resultados mostrados en color violeta muestran unos bajos valores de discriminación de los contenidos, en ambos medios, lo que implica una segunda respuesta en torno a la primera interrogante. Esto implica que si bien en la prensa sería tanto pública y privada no se determinan elementos que de forma directa afecten la situación de los LGBTI de forma negativa, en ambos medios se tiende a presentar la información respecto a los grupos LGBTI de forma secundaria y a una suerte de descripción como se muestra en la figura 7.1.

Figura 7.1 Aplicación del IVDM



Fuente: Elaboración propia

2. Análisis cualitativo

Tabla 8. Análisis de encuadre del año 1998

Encuadre	El Comercio			El Telégrafo
	Temático	Temático	Episódico	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Represión a homosexuales	2) La poca asistencia de las marchas homosexuales	3) Concurso de belleza	4) Aprobación de las relaciones entre jóvenes de 16 años en Inglaterra.
Atribución de responsabilidad	La policía, la tradición homofóbica	La familia, la sociedad		
Evaluación moral	Homosexuales cuestionan	Hacia la sociedad: Reconocer los logros de los homosexuales.		Homosexuales conquistan
Recomendación		Salir a del <i>closet</i>		

Fuente. Elaboración propia.

1) Represión a homosexuales: Desde este tema se ha reconocido quienes son las fuentes que contribuyen a construir las noticias desde distintos punto de vista, para definir el problema que se expone en *El Comercio*, dentro de esta iniciativa de diagnóstico para este trabajo. Es así que con referencia a la represión a homosexuales se observan dos artículos (una noticia y un editorial) en la que se citan datos de organismos internacionales (Amnistía Internacional) y opiniones (artículo editorial). Así, se ha observado que en ambos artículos la mayor parte del mensaje que se identifica en *El Comercio* proviene de datos de Amnistía Internacional, para representar la situación de la represión de los homosexuales. Primero, lo que ha marcado una suerte de formato temático, en la que los datos estadísticos son los que mayormente se emplean para dar visibilidad a la situación de los homosexuales ese año sobre este tema.

Por ejemplo, al destacar sus condiciones de “encierros brutales en la Cuba de Fidel” o “los exterminios nazis” (*El Comercio*, julio 4, 1998) argumentado especialmente a través de la presentación de los datos de Amnistía Internacional la situación crítica de los homosexuales en el Ecuador, “17 casos de represión policial registrados en 1997” (*El Comercio*, junio 24, 1998). Segundo y con respecto a las atribuciones de responsabilidad y evaluaciones morales, se identificaría como la principal causa del problema de la represión a las fuerzas policiales, esto colocaría desde la representación mediática a los homosexuales como una especie víctimas desde la representación que realiza el medio sobre estos grupos de este tema y en este año.

Así, un tipo de evaluación moral que se sugiere dentro de los parámetros de una evaluación moral es la del medio mostrarse dentro de una aproximación aliada a los homosexuales. En especial, desde lo que se manifiesta en el artículo de opinión, cuando “los homosexuales y sus maratones cuestionan el juicio que se da sobre con quien uno se empareja” (*El Comercio*, julio

4, 1998). Sin embargo, desde el medio no se identifica de forma clara alguna recomendación que incite a participar en una acción colectiva conjunta con estos grupos o resolver el problema que se destaca en torno a la represión que han sufrido los homosexuales, fundamentalmente, ecuatorianos.

2) Poca asistencia en las marchas: Las fuentes extraídas del análisis de la única noticia que se ha relacionado con la poca asistencia a las marchas (*El Comercio*, junio 29, 1998) dentro del diagnóstico planteado en este trabajo se han dividido en dos categorías, fuentes GLBTI y ciudadanas. Lo que coloca a esta nota periodística dentro de una aproximación a un formato episódico de la representación del tema sobre la poca asistencia a las marchas.

Así, dentro de la primera categoría se ha reconocido la presencia de dos opiniones de personas etiquetadas como homosexuales, Fabricio Alcívar y un joven de 28 años. Desde la segunda aparece la opinión de un transeúnte Juan Bellock, donde no se especifica alguna etiqueta con respecto a su identidad sexual o de género, pero se da énfasis a la poca asistencia de la marcha homosexual, ya que “cree que hubo poca gente” (*El Comercio*, junio 29, 1998). Este dato con respecto a la cantidad de citas mencionadas en el medio, lo que sugiere, es que el mensaje que se ha expuesto en *El Comercio* se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios, por un lado.

Por el otro lado, entre una de las atribuciones de responsabilidad y evaluación moral que giran en torno a un principal problema que se identifica como el “temor a salir del *closet* de los homosexuales” (*El Comercio*, junio 29, 1998), desde el medio se sugiere el antagonismo de la familia, especialmente, cuando el chico de 28 años etiquetado como homosexual manifestó: “no desfiló por temor a que su familia le reconozca” (*El Comercio*, junio 29, 1998). Lo que coloca al medio como una suerte de aliado de los homosexuales, donde se destaca su aspecto vulnerable en torno al temor y el *closet*. Sin embargo, se ha identificado una suerte de recomendación, cuando el medio usando las comillas dobles expresa a modo de titular las palabras del activista Alcívar etiquetado como homosexual “Únanse a la marcha. Salgan del *Closet*” (*El Comercio*, junio 29, 1998)

3) Concurso de Belleza: No se han identificado fuentes que permitan hacer un diagnóstico desde la citación de fuentes en la construcción de la noticia. Lo que sugiere que quien describe la situación es el periodista. Sin embargo, se destaca a una suerte de formato episódico la exuberancia de grupos transgénero, donde se cita a manera de breve la historia de Michael

Gonzales y su “victoria” (*El Comercio*, julio 5, 1998) del concurso de belleza. Aunque el medio se muestre a una suerte de aliado, no se observan datos relevantes en torno a los grupos transgénero, por ejemplo que permitan identificar un problema, una evaluación moral o una recomendación.

4) Aprobación leyes: No se identifica el empleo de fuentes en este diagnóstico propuesto para en *El Telégrafo* sobre la única noticia que se ha relacionado con la aprobación de la ley en Inglaterra. Esta condición revela que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado a la opinión y construcción completa del periodista, similar al tema anterior. En este sentido, tampoco se identifica un problema claro, al contrario se trata de un logro que se aproxima a una evaluación moral, donde se emplea la etiqueta de “conquista de los homosexuales” para hacer referencia a estos grupos (*El Telégrafo*, junio 24, 1998)¹, mostrándose el medio a una suerte de aliado. Además no se identifica una recomendación clara, especialmente, cuando no se ha incitado desde *El Telégrafo* a una suerte de movilización para apoyar a estos grupos o una solución a un problema, por ejemplo con respecto a la situación de los homosexuales ecuatorianos.

Tabla 9. Análisis de encuadre del año 2000

	<i>El Comercio</i>	<i>El Telégrafo</i>
Encuadre	Temático	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Las marchas contra la homofobia y la intolerancia	2) SIDA en Latinoamérica
Atribución de responsabilidad		Las prácticas homosexuales
Evaluación moral		
Recomendación		

Fuente. Elaboración propia.

Figura 8. Encuadre temático



Fuente. (*El Comercio*, junio 25, 2000)

Figura 9. Encuadre temático



Fuente. (*El Comercio*, junio 28, 2000)

¹ No se identifican temas relacionados a los LGBTI en 1999

1) Las marchas por el Orgullo internacional: Es interesante mencionar que en las dos noticias que han hecho referencia al tema de las marchas, no se han presentado fuentes de ninguna categoría (figura 10 y 11); lo que ha limitado al diagnóstico propuesto sobre este tema, al modo de interpretación del periodista y lo que se ha escrito al respecto. Si bien se identifica problemas como la homofobia, las atribuciones de responsabilidad sugieren a un actor desconocido y no especificado por el medio. Además, desde el medio se destaca una suerte de invitación a la “tolerancia” dirigida a los grupos que se pueden etiquetar como gays (*El Comercio*, junio 28, 2000) lo que muestra al medio a una suerte de aliado, sin embargo, las recomendaciones no están explicitadas en los dos breves que se encontraron y tampoco un aproximación del medio que denote una solución al problema de la homofobia o una invitación a una acción colectiva.

2) SIDA Latinoamérica: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con el SIDA en Latinoamérica (*El Telégrafo*, junio 29, 2000) han tenido como referencia al informe de las naciones unidas sobre la salud (ONUSIDA), lo que ha colocado al diagnóstico propuesto de este año en torno a la relevancia de dos datos del informe de ONUSIDA referente a los homosexuales presentado en *El Telégrafo*. Por ejemplo, se ha citado que en Costa Rica se detectaron 12000 afectados, la mayor parte de ellos se contagiaron por relaciones homosexuales sin protección [...] Brasil [...] presenta tasas de infección muy elevadas entre los consumidores de drogas y homosexuales (*El Telégrafo*, junio 29, 1998). Este tipo de información que ha adquirido relevancia dentro de este medio sugiere que se ha dado preferencia al informe de ONUSIDA para representar asuntos relacionados a los homosexuales.

Desde el medio se sugiere una postura contraria a los homosexuales, especialmente, cuando se representaría a los homosexuales como una suerte de causa directa de la enfermedad. Por ello, es que el medio se muestra a una suerte de antagonista. Sin embargo, no se observan posturas contrarias a una acción colectiva de estos grupos o una propuesta de solución sobre una de las causas del contagio del VIH, que se destaca en *El Telégrafo*.

Tabla 10. Análisis de encuadre del año 2001²

Encuadre	El Comercio		
	Episódico	Episódico	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Las marchas del orgullo Ecuador	2) La comunidad LGBTI discute sus derechos contra la estigmatización	3) Crímenes de odio
Atribución de responsabilidad		La crónica roja	Policía
Evaluación moral	“No son diferentes”		El estado debe cambiar sus leyes
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia.

1) Marchas en el Ecuador: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con el tema de las marchas (*El Comercio*, julio 2, 2001) se han dividido en G.L.B.T.I. y antagonistas. Esto coloca al diagnóstico sobre este tema y dentro de los parámetros planteados en este trabajo a una suerte de aproximación a un formato episódico. Tras reconocer la presencia de sujetos específicos en la construcción de la nota periodística. Dentro de la categoría LGBTI se ha reconocido la presencia de opiniones de una chica lesbiana y del activista *gay* Fausto Páez; y con relación a la categoría de los antagonistas, la opinión de una persona etiquetada como evangélica. Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los *gays* y lesbianas que a otro tipo de comentarios, donde no se observan opiniones de otros actores como bisexuales o intersexuales. Así se ha manifestado en torno a estos grupos que “No somos diferentes ni especiales” (*El Comercio*, julio 2, 2001)

Al respecto, se identifica el problema de la “discriminación por preferencia sexual” (*El Comercio*, julio 2, 2001), donde los *gays* y lesbianas se muestran a una suerte de víctimas, colocando a *El Comercio* como una especie de aliado de los *gays* y lesbianas. Sin embargo, entre una de las atribuciones de responsabilidad que giran en torno a la discriminación van dirigidas a un actor desconocido y generalizado, por ejemplo como la sociedad. Pero la información presentada no es clara desde el medio lo que no permite reconocer los agentes causantes del problema. Al mismo tiempo, no es clara una recomendación que incite a participar en la marcha, por lo que las evaluaciones y recomendaciones no se especifican desde el análisis del contenido de este medio en torno a una solución o incitar a una acción colectiva con respecto a la discriminación que sufren *gays* y lesbianas.

2) Diálogos LGBTI: Las fuentes extraídas del análisis sobre este tema han reconocido la presencia de dos categorías, Organizaciones Internacionales y G.L.B.T.I. (*El Comercio*, junio

² No se observa temas dentro de la agenda de *El Telégrafo* durante el 2001.

27, junio 30, 2001). Dentro de la primera se ha reconocido un dato de Amnistía Internacional, mientras que en la segunda se ha resaltado opiniones especialmente de dos lesbianas (Marta y Doris), un activista homosexual (con dos opiniones Abelardo Araya), la de un travesti (Ronald Estévez). Donde se ha dado mayor relevancia a la opinión del activista en número de párrafos y en espacio asignado. Estos datos revelan que el contenido del medio si bien reconoce las opiniones de otros LGBTI mayoritariamente, por otro lado se ha otorgado *saliencia* a la opinión del activista homosexual. Lo que coloca a al diagnóstico del tema sobre los diálogos LGBTI, a una suerte de formato episódico relacionado a los homosexuales.

Así se ha destacado una sugerencia a la práctica de la igualdad sobre la condición de los homosexuales, “La situación del Ecuador tras la despenalización de la homosexualidad es positivo y debe ser llevado a la práctica [...]” (*El Comercio*, junio 30, 2001). Lo que sugiere la presencia de un problema que no es tan claro desde el medio como la falta de práctica de la sociedad ecuatoriana a legitimar la despenalización de la homosexualidad. Lo que muestra una cierta condición de vulnerabilidad de los homosexuales con respecto a otros grupos y que marca una alianza desde el medio hacia estos grupos. Sin embargo, no se identifican recomendaciones claras, especialmente referentes a una acción colectiva sobre esta situación o una propuesta de solución desde el medio.

3) Crímenes de odio: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con los crímenes de odio (*El Comercio*, junio 29, 2001) se han dividido en informes de Organizaciones Internacionales y Opiniones de Expertos. Dentro de la primera se han identificado tres datos sobre homosexuales, uno sobre travestis. Mientras en la otra categoría sobre la opinión de un experto (Adrián Sánchez investigador de Amnistía Internacional) se han citado datos sobre la situación de los homosexuales. Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio si bien ha dado cierta relevancia a los informes de Amnistía Internacional, también ha significado que se otorgue prioridad a la situación de los homosexuales a través del empleo de estos desde una aproximación a un formato temático.

Por ejemplo, se da cita “las sesenta detenciones arbitrarias a homosexuales” (*El Comercio*, junio 27, 2001), sugiriendo que el crimen de odio de los policías hacia los homosexuales es uno de los problemas que deben enfrentar estos grupos. Así, el medio se ha mostrado a una suerte de aliado, sobre todo cuando desde la opinión de un experto, Adrián Sánchez, “El

Gobierno debe decir a sus agentes que no pueden continuar con las detenciones arbitrarias” (*El Comercio*, junio 27, 2001). Sin embargo, si bien se identifica una suerte de solución ante el problema no se explicita una acción colectiva desde el texto de la nota periodística.

Tabla 11. Análisis de encuadre del año 2002³

	<i>El Comercio</i>
Encuadre	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Iniciativas de los LGBTI a favor de la visibilidad
Atribución de responsabilidad	
Evaluación moral	
Recomendación	

Fuente. Elaboración propia.

1) Iniciativas de la comunidad LGBTI: Las fuentes extraídas del análisis sobre las dos noticias que han dado relevancia a las iniciativas de la comunidad LGBTI (*El Comercio*, junio 28, junio 29, 2002) para determinar el diagnóstico dentro de los parámetros de este trabajo, se han dividido en GLBTI y Organizaciones Internacionales. Dentro de la primera en *El Comercio* se ha otorgado relevancia a dos opiniones de homosexuales (Ernesto Luna y Julio Grijalva), de una transgénero (Geovy Jaramillo) y el de una lesbiana (Marcela Soria). En la segunda categoría, se han destacado los datos del Informe de Amnistía Internacional y de la página de *QuitoGay* sobre la situación de los homosexuales. Esta distribución de las fuentes ha significado que el mensaje que se expone en el medio, se ha aproximado más a la opinión de los LGBTI, otorgando al mismo tiempo prioridad a la opinión de personas identificadas como homosexuales. Por ejemplo, de las palabras de Ernesto Luna se ha señalado “Nadie sabe que soy gay” (*El Comercio*, junio 28, 2002)

Así, se sugiere un problema desde la opinión de las personas etiquetadas como homosexuales en torno a este tema, como es el caso de la invisibilidad donde el agente sobre el que recae las atribuciones de responsabilidad de este asunto tampoco se explicita desde el medio. Además, se destacan aspectos de los actores homosexuales al expresar desde el inicio en el medio “Todos somos homosexuales” (*El Comercio*, junio 29, 2002). Por lo que el enfoque que le da el medio en el desarrollo de su contenido tiende a destacar aspectos que se relacionan mayoritariamente a la homosexualidad o a lo gay, a través del empleo de elementos episódicos. Lo que sugiere una alianza del medio hacia estos grupos, sin embargo, no se

³ No se observa temas dentro de la agenda de *El Telégrafo* durante el 2002.

observa una recomendación como unirse a una acción colectiva o que se resalte una solución para resolver el problema.

Tabla 12. Análisis de encuadre del año 2003

Encuadre	El Comercio			El Telégrafo
	Temático	Temáticos	Episódico	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Iniciativas políticas LGBTI	2) Las marchas contra la discriminación	3) Discriminación a homosexuales	4) Anulación ley contra homosexuales
Atribución de responsabilidad			Policías y guardias de seguridad	
Evaluación moral			Reconocer los derechos a la libertad de caminar en sitios públicos	
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Iniciativas políticas de los LGBTI: Las fuentes extraídas del análisis sobre las tres noticias que se han relacionado con las iniciativas políticas de los LGBTI (*El Comercio*, junio 24, junio 25, junio 26, 2003) se han relacionado con las de opiniones de expertos. (Ana Leha Sarabia y Alejandro Moreano). Esta tendencia revela que el discurso en *El Comercio* ha otorgado *saliencia* a la academia para representar la situación de los LGBTI. Así, de acuerdo al catedrático Alejandro Moreano que ha citado *El Comercio*, se ha manifestado que los movimientos LGBTI han sido “una pieza indispensable para el cambio social” (*El Comercio*, junio 25, 2003). Sin embargo, no se ha sugerido desde el medio una postura sobre la representación de un problema y atribuciones de responsabilidad con respecto a los grupos LGBTI. Esto sugiere una tendencia de este tema a enmarcarse a través del empleo de elementos temáticos como son las opiniones de especialistas. Además, donde si bien existe una suerte de evaluación moral a favor de estos grupos, no se detecta una recomendación clara.

2) Marchas contra la discriminación: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la poca asistencia a las marchas de este año (*El Comercio*, junio 29, junio 30, 2003) se han dividido en GLBTI y descriptivos. Dentro de la primera categoría se ha identificado la opinión de un transgénero y la de un activista homosexual. Por el otro lado, se ha dado mayor relevancia a lo que el periodista ha interpretado en relación al número de asistentes a las marchas. Es así que estas tendencias reflejan que el mensaje que se ha expuesto en el medio se ha aproximado más a las referencias numéricas sobre las marchas, antes que la opinión de los LGBTI desde la interpretación del periodista. Por ejemplo, cuando

se ha dado importancia al número de asistentes de las marchas del Orgullo *Gay* y a la descripción de la acción antes que a las opiniones de los marchantes. Así, se ha mencionado “Orgullo *Gay*: 100 personas ayer desfilaron por el centro de Quito contra la discriminación por orientación sexual” (*El Comercio*, junio 30, 2003)

3) Discriminación a los homosexuales en el Malecón de Guayaquil: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la discriminación a los homosexuales (*El Comercio*, junio 30, 2003) se ha dividido en GLBTI (Wendy [homosexual] y el activista homosexual (Neptalí Arias), político (Andrés Roche director de justicia), experto (Billy Navarrete del comité de derechos humanos) y de público (reporte de la policía nacional sobre los transgénero). Estas categorías sugieren que el marco mediático de *El Comercio* ha otorgado cierta *saliencia* a las opiniones de los homosexuales antes que la de otros tipos, sugiriendo cierto formato temático a la construcción de la noticia con respecto a la situación de los homosexuales.

Así, el principal problema que se ha identificado es la discriminación en el Malecón en Guayaquil, desde el medio se destacó la opinión de un personaje etiquetado como homosexual, Wendy. ““Oye tu sal de aquí que das mal aspecto”, esas son las palabras que rondan por la cabeza de Wendy, un homosexual de 28 años” (*El Comercio*, junio 30, 2003). Lo que sugiere que entre las fuerzas que deben enfrentar los homosexuales en el Malecón han sido las fuerzas policiales y la discriminación que de ellos emerge, esto sugiere una representación mediática que relaciona a los homosexuales bajo una condición de vulneración, donde el medio se muestra como un aliado. Sin embargo, no se identifican recomendaciones que sugieran la solución del problema de forma clara o una acción colectiva sobre este asunto.

4) Anulación de ley contra homosexuales: No se han encontrado fuentes en torno al análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la anulación de ley contra homosexuales (*El Telégrafo*, junio 27, 2003) Este dato revela que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la interpretación del periodista desde el diagnóstico planteado en este análisis, donde se ha destacado el “falló de la Corte Suprema a favor de los homosexuales” (*El Telégrafo*, junio 27, 2003). Es por ello que las atribuciones de responsabilidad sean nulas, tras no identificarse un problema, una evaluación moral o una recomendación, aunque el medio se muestre como un aliado de la situación de los homosexuales, la descripción del asunto es lo que prima dentro de esta nota periodística.

Tabla 13. Análisis de encuadre del año 2004

Encuadre	<i>El Comercio</i>			<i>El Telégrafo</i>
	Temático	Episódico	Episódico	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Iniciativas políticas LGBTI contra la discriminación	2) Las marchas Ecuador	3) Espacios públicos gays	4) Amenaza de las nuevas perspectivas sobre la sexualidad y el género
Atribución de responsabilidad	La sociedad	Hipocresía social		Organismo internacionales y Judith Butler
Evaluación moral		Igualdad ahora		Rescatar la naturaleza hombres y mujeres
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Iniciativas LGBTI: No se observan fuentes con respecto al tema de las iniciativas políticas de los LGBTI dentro de las dos noticias analizadas (*El Comercio*, junio 24, junio 29, 2004). Este dato revela que el mensaje de *El Comercio* ha dado prioridad a la representación que el periodista ha hecho sobre la situación de las iniciativas de los grupos LGBTI dentro de este diagnóstico. Por ejemplo, se expone y describe el Proyecto de ley de igualdad en términos generales y, también se da una definición sobre el activismo GLBTI (*El Comercio*, junio 24, 2004). Así, con respecto a la propuesta política se ha observado la inclusión de varios planes contra la discriminación hacia los movimientos LGBTI. Sin embargo, no se resalta información con respecto a otros grupos particulares; sean homosexuales, lesbianas intersexuales, bisexuales o intersexuales bajo sus opiniones particulares.

También, no se identifica un problema claro, pero existe una sugerencia a la discriminación de los grupos GLBTI. Además, no es claro el empleo de elementos episódicos o temáticos dentro de la construcción del mensaje. Al mismo tiempo, la postura del medio es opaca por lo que las evaluaciones morales se ven limitadas a la información expuesta desde el punto de vista del periodista. Así mismo, no se identifica una recomendación del medio sobre el tema y el aparente problema que se manifiesta.

2) Las marchas contra la discriminación: Las fuentes extraídas del análisis sobre las tres noticias que se han relacionado con las marchas (*El Comercio*, junio 29, 1998) se han dividido en estadísticas y GLBTI. Así, dentro de la primera categoría se ha dado importancia a la opinión de Daniel Vaca (homosexual). Y dentro de la segunda categoría (datos y números de asistentes según la interpretación del periodista donde se ha resaltado la presencia de una marcha gay). Así por ejemplo, con respecto a los datos se ha resaltado que “cerca de 80 personas desfilaron acompañadas en Quito en su Orgullo Gay” (*El Comercio*, julio 5, 2004) Y

también, “Solo en París marcharon más de 500000 personas en el desfile del Orgullo *Gay*. El lema de la movilización fue “Basta de hipocresía. La igualdad ahora”” (*El Comercio*, junio 27, 2004).

El problema que se identifica en estos objetos noticiosos es una suerte de la presencia de la discriminación contra los *Gay*, esto marca una tendencia a destacar la situación de estos grupos, dejando de lado la representación con respecto a otros; como es el caso de las lesbianas, transexuales, bisexuales o intersexuales. El formato al cual se ha encuadrado este tema por otro lado se ha aproximado a uno temático sobre todo cuando se ha dado prioridad a los estadísticos sobre la situación de las marchas del Orgullo *Gay*. Sin embargo, si bien el medio se muestra a una suerte de aliado, no se identifica una recomendación clara sobre participar en las marchas.

3) Los espacios *gays*: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con el tema de los espacios públicos de los homosexuales (*El Comercio*, julio 7, 2004) se han dividido en GLBTI (donde se han reconocido seis opiniones de homosexuales: Ricardo Proaño, Diego Narváez, Cris, Xavier Castellanos, Eduardo Cárdenas y Daniel Vaca) y dos opiniones expertas (Hernán Reyes, profesor de la universidad Andina y Pedro Artieda investigador). Este dato revela que el discurso en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de información. Lo que sugiere una suerte de formato episódico.

No se identifica un problema claro, por otro lado se destaca la situación de los homosexuales desde un punto de vista positivo, “lo *gay* es más visible para los heterosexuales” (*El Comercio*, julio 7, 2004). Lo que sugiere que el medio se muestra como una suerte de aliado.

4) La amenaza de las nuevas ideologías sobre el sexo y el género: Dentro del análisis del artículo editorial sobre las nuevas ideologías sobre el sexo y el género no se identifican fuentes con respecto al asunto para el diario *El Telégrafo*. Esto revela que el mensaje que expone el medio se ha aproximado más a la opinión del columnista desde este diagnóstico. Por ejemplo, en *El Telégrafo* se ha manifestado que “Esta perspectiva sobre la sexualidad y el género, quiere imponer, incluso desde los organismos internacionales, que los sexos ya no sean 2 sino 5, y por tanto no se debería hablar de hombre y mujer, sino de mujeres y hombres heterosexuales, mujeres y hombres homosexuales y de bisexuales” (*El Telégrafo*, junio 28, 2004). En este sentido, lo que se propone desde las relaciones homos sensuales desde el

medio es una postura problemática, como una amenaza a la naturalidad de las relaciones sexuales entre hombre y mujer. Por ello el medio se muestra a una suerte de antagonista.

Tabla 14. Análisis de encuadre del año 2005⁴

	<i>El Comercio</i>
Encuadre	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Boda gay abre nuevos negocios
Atribución de responsabilidad	
Evaluación moral	
Recomendación	

Fuente. Elaboración propia.

1) Bodas gays abren nuevos negocios: Las fuentes identificadas dentro de este diagnóstico sobre las tres noticias que se ha relacionado con las bodas *gay* y su expansión económica (*El Comercio*, junio 29, 2005) se han dividido en GLBTI (Mili Hernández y Beatriz Jimeno, lesbianas) y estadísticos (número de población, capacidad adquisitiva, tendencias de comportamiento, rango de edad y tipo de consumo de los homosexuales). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la relevancia que han adquirido información estadística sobre la población homosexual. Se muestra a esta población como económicamente activa, así se han identificado etiquetas como “viajan a una media de 16 veces en 12 meses”, “destinan entre 240 y 660 euros para el ocio”, “les gusta divertirse en lugares donde frecuentan personas de su mismo sexo” (*El Comercio*, julio 2, 2005).

En este sentido es que no se identifique un problema claro con respecto a este tema o una recomendación escrita desde el medio, aunque en este caso *El Comercio* se muestre a una suerte de aliado para los grupos etiquetados como homosexuales.

⁴ No se observa temas dentro de la agenda de *El Telégrafo* durante el 2005.

Tabla 15. Análisis de encuadre del año 2006

Encuadre	<i>El Comercio</i>		<i>El Telégrafo</i>
	Episódico	Temático	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Iniciativas políticas LGBTI contra la intolerancia	2) Las marchas	3) Las marchas
Atribución de responsabilidad	Abuso familiar		
Evaluación moral			
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia.

1) Iniciativas políticas de los LGBTI contra la Intolerancia: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con las iniciativas políticas (*El Comercio*, junio 29, 2006) se han dividido en GLBTI (dentro de esta se han reconocido la presencia de opiniones del activista homosexual Oscar Ugarte) y estadísticos (situación de los travestis y situación de los homosexuales). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la importancia que han tenido las información referente a los homosexuales desde la opinión del activista Oscar Ugarte. Lo que le otorga un matiz episódico antes que temático. Así, se ha identificado como principal problema a la intolerancia “el abuso más grave que se comete contra los *gays* es que son personas expulsadas de su propio hogar” (*El Comercio*, junio 28, 2005). Aunque el medio se muestra a una suerte de aliado, no se identifica una recomendación desde quien construye la nota periodística.

2) Las marchas en el mundo: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia relacionada con las marchas (*El Comercio*, junio 26, 2006) se han basado en cinco datos sobre el número de asistentes identificados como homosexuales. Esto refleja que en el medio la representación numérica sobre este grupo de los periodistas ha adquirido relevancia antes que otro tipo de datos o informaciones dentro de este diagnóstico propuesto. Por ejemplo, entre uno de los datos se reporta el número de asistentes en algunas partes del mundo con respecto a las marchas homosexuales. “En Zwolle, norte de Holanda, unos 50000 homosexuales participaron del sábado rosa [...] Cientos de miles de homosexuales participaron el sábado en París. Al menos 800000 personas estuvieron en el *Gay Pride* calcularon organizadores de esa marcha. [...]” (*El Comercio*, junio 26, 2006). Es así que a través de estas citas no se reconocen atribuciones de responsabilidad de un problema sobre el tema, una evaluación moral o una recomendación sobre la representación de estos grupos de forma explícita.

Tabla 16. Análisis de encuadre del año 2007

Encuadre	El Comercio			El Telégrafo
	Episódico	Episódico	Episódico	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Invisibilidad de los <i>Drag Queen</i>	2) La defensa por la opción sexual	3) Las marchas en Madrid	4) Las marchas en el Ecuador
Atribución de responsabilidad	Estigmatización social			
Evaluación moral				
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) La visibilidad de los travestis: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la visibilidad de los *Drag Queen* (*El Comercio*, junio 30, 2007) han resaltado la opinión de Pierina (*Drag Queen*) y Oscar Ugarte (activista homosexual). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado a la opinión de los homosexuales y los *drag queen* dentro de este diagnóstico. Por ejemplo, sobre Pierina se ha destacado “usualmente la comunidad GBLT es estigmatizada como lujuriosa”, Oscar Ugarte ha resaltado “el problema no es la homosexualidad sino la homofobia” (*El Comercio*, junio 30, 2007). Es por ello es que se identifican dos problemas dentro de un formato episódico, uno que recae sobre la estigmatización de la comunidad LGBTI y el otro sobre los homosexuales.

En este sentido, problemas con respecto a otros grupos se encuentran invisibilizados. Así, el medio se muestra una suerte de aliado de los grupos LGBTI y homosexuales, aunque no se identifique evaluaciones morales o recomendaciones de forma explícita desde el desarrollo del contenido del medio.

2) La defensa por la opción sexual: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la defensa por la opción sexual (*El Comercio*, junio 29, 2007) se han caracterizado por citar la opinión de dos activistas homosexuales (Gledys Macías y Luis Suárez). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios bajo una suerte de formato episódico. Por ejemplo, se ha resaltado que “Tener una pareja homosexual es difícil ya que no es como tener una relación heterosexual” (*El Comercio*, junio 29, 2007)

Así el problema que se identifica con respecto al tema de la opción sexual son las dificultades de los homosexuales para entablar una relación, al mismo nivel que los heterosexuales. Sin

embargo, si bien el medio se muestra como un aliado, no se explicitan en los contenidos evaluaciones o recomendaciones claras.

3) La marcha en el mundo: Se han encontrado dos fuentes de personas dentro de las cuales el medio no ha etiquetado su orientación sexual o identidad de género dentro del diagnóstico propuesto sobre este tema. Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la representación de los LGBTI desde la postura de unos nombres sin etiqueta con respecto a su identidad sexual (Gonzalo García y Alexander). Sin embargo, no se identifican información referente a un grupo específico. Así, por ejemplo se ha citado “Gonzalo García y su novio vinieron vestidos de marineros” (*El Comercio*, julio 1 2007).

Por ello es que no se sugiera la presencia de un problema con respecto a este tema, por lo que si bien el medio se muestra a favor de la comunidad LGBTI, no se resaltan evaluaciones o recomendaciones de forma escrita desde el desarrollo de la nota.

4) Marcha en el Ecuador: No se han encontrado fuentes extraídas dentro del diagnóstico propuesto sobre la única noticia que se ha relacionado con la marcha en el Ecuador dentro de *El Telégrafo* (*El Telégrafo*, junio 30, 2007) Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la representación de los periodistas. Por ejemplo, se ha resaltado “Día del Orgullo Gay se celebró con festival musical” (*El Telégrafo*, junio 30, 1998). Por ello es que no se identifique un problema con respecto a este tema que destaca este medio. Si bien el medio se muestra a una suerte de aliado de los colectivos LGBTI, no se citan evaluaciones o recomendaciones de forma explícita desde el desarrollo del contenido del medio.

Tabla 17. Análisis de encuadre del año 2008

Encuadre	<i>El Telégrafo</i>			
	Episódico	Episódico	Temático	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Discriminación a homosexuales	2) Estigmatización a trans	3) Expansión comercio para gays	4) Las marchas
Atribución de responsabilidad	educación	La sociedad		
Evaluación moral				
6Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Discriminación a los homosexuales: Las fuentes extraídas del análisis sobre la dos noticias que se ha relacionado con la discriminación a los homosexuales (*El Telégrafo*, junio 24, junio 25, 2008) se han dividido en homosexuales (Efraín Soria, Oscar Ugarte, Andrés Mejía, Neftalí Arias, Cristian Blanco, Ricardo Bucaram), transgénero (Karem Paz y Juan Ibujes), políticos (Margarita Carranco, Jhony Terán, Juan Hernández), antagónicos (Pastor William Salzar) y porcentajes (4 datos de una encuesta sobre la situación de los homosexuales) dentro de los parámetros considerados para este diagnóstico. Esta tendencia de categorizar las fuentes revela que el mensaje que se ha expuesto en el medio se ha aproximado más a la relevancia que adquirido la opinión de los homosexuales que a otro tipo de referencias para construir el tema. Y en segundo lugar, se han empleado porcentajes para reafirmar esta situación.

Por ejemplo, se ha dado relevancia a lo que el activista Efraín Soria manifiesta. “Si en los centros educativos no se ha enseñado educación sexual entre heterosexuales, cómo se pretende que se entienda lo referente a la homosexualidad [...]” (*El Telégrafo*, junio 24, 2008). Así se identifica el problema que el medio ha dado relevancia en torno a la discriminación de los homosexuales. Lo que muestra a *El Telégrafo* a una suerte de aliado, donde se ha construido la situación de preferentemente de los homosexuales desde una perspectiva de vulnerabilidad. Sin embargo, no se perciben de forma clara las atribuciones de responsabilidad con respecto a este problema, además el medio no sugiere una posible solución sobre la discriminación que enfrentan en este caso los grupos homosexuales.

2) Estigmatización a los trans: Las fuentes extraídas dentro de la noticia sobre la estigmatización de las trans (*El Telégrafo*, junio 28, 2008) ha resaltado la opinión de una transgénero (Shirley Valverde) en torno a esta situación. Especialmente, cuando “se las estigmatiza como estilistas o prostitutas” (*El Telégrafo*, junio 28, 2008). Sin embargo, si bien desde el medio se muestra una cercanía del medio a grupos trans, no se explicita las atribuciones de responsabilidad en torno a la estigmatización de estos grupos y tampoco se sugiere una recomendación desde *El Telégrafo* para resolver el problema.

3) Expansión del comercio para gays: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con este tema (*El Comercio*, junio 26, 2008) se han destacado las opiniones de comerciantes (Frank Montenegro y Ricardo Bucaram) y la presentación de un dato de la Cámara Internacional del Comercio Gay. Así se ha citado que la población homosexual “[...] trata un 6% de la población mundial y que tiene un potencial de compra de \$1000 millones

por año [...]” (*El Telégrafo*, junio 26, 2008). Esto sugiere la presencia de una población económicamente activa en torno a la población *gay*, por lo que no se identifican atribuciones de responsabilidad en torno a un problema, y tampoco alguna recomendación planteada desde el medio sobre este asunto.

4) Marchas en el Ecuador: Dentro del diagnóstico propuesto para este análisis no se identifican fuentes en torno al tema de las marchas dentro de las dos noticias analizadas ese año (*El Telégrafo*, junio 28, 2008). Este dato revela que el discurso que se expone en el medio se ha aproximado más a la representación que hace el periodista. Por ejemplo, se construye una descripción del evento. “La marcha estaba pautada para la 18h00 pero empezó con media hora de retraso [...]” (*El Telégrafo*, junio 28, 2008). Así desde el medio no se identifica una postura clara más allá de la descripción de un evento.

Tabla 18. Análisis de encuadre del año 2009

Encuadre	<i>El Comercio</i>	<i>El Telégrafo</i>	
	Temático	Episódico	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Las marchas Ecuador	2) Discriminación a transgénero	3) Las marchas Ecuador
Atribución de responsabilidad		Las autoridades	
Evaluación moral			
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia.

1) Marchas en el Ecuador: No se presentan fuentes sobre el tema de las marchas (*El Comercio*, julio 4, 2009) Este dato revela que el mensaje que se expone en *El Comercio* desde el diagnóstico propuesto para este trabajo se ha aproximado más a la representación del periodista sobre el tema de las marchas. Por ejemplo, se habla de “2000 personas es el número de asistentes de las marchas” (*El Comercio*, junio 29, 2009). “Al menos 100 *gays* se concentraron en las avenidas Juan León Mera y Colón” (*El Comercio*, julio 5, 2009) Es así que a través de estas citas no se reconocen las atribuciones de responsabilidad relacionadas a algún problema desde el medio y por ende tampoco una recomendación.

2) Discrimen a las transgénero: Las fuentes extraídas del análisis sobre las dos noticias que se ha relacionado con el discrimen a las transgénero (*El Telégrafo*, junio 27, junio 30, 2009) se han dividido en las siguientes categorías: transgénero (Diana Remache y Molina Brisa), expertos (Margarita Camacho investigadora, Hernán Reyes sociólogo, Elizabeth Vásquez activista, políticos (Patricia Salazar) e informes (Defensoría del Pueblo). Estos datos revelan

que en *El Telégrafo* se ha otorgado relevancia a la opinión de los expertos para representar la situación de los transgénero dentro del diagnóstico planteado sobre este tema. Por ejemplo, se ha resaltado, “hay una presunción por parte de la policía, que decía que la estética trans era susceptible de detención” (*El Telégrafo*, junio 30, 2009).

Así, se identifican atribuciones de responsabilidad de este tema y el problema que desde el medio se sugiere a una suerte de prioridad, sobre todo cuando se destaca el rol de los policías. Sin embargo, desde el medio no se resalta una sugerencia para resolverlo.

3) Las marchas en el Ecuador (*El Telégrafo*): Las fuentes extraídas del análisis sobre las tres noticias que se han relacionado con el tema de las marchas en *El Telégrafo* (*El Telégrafo*, junio 29, julio 5, julio 6 2009) se han dividido en las siguientes categorías: políticos (Octavio Villacreces de Alianza País, Margarita Carranco), homosexuales (Neptalí Arias activista homosexual, Tomás Endara, Antonio), activista (Efrain Soria) y una opinión editorial (Xavier Flores). Estos datos revelan que en *El Telégrafo* se ha otorgado relevancia a la opinión de los homosexuales para representar este asunto. Por ejemplo, Neptalí Arias “está cansado de la discriminación, sobre todo, de las autoridades [...]” (*El Telégrafo*, junio 29, 2009).

Por ello es que desde el medio se sugiera una suerte de alianza con los grupos LGBTI, especialmente dirigido a la situación de los homosexuales. Sin embargo, no se identifican recomendaciones en torno a una posible solución.

Tabla 19. Análisis de encuadre del año 2010

Encuadre	<i>El Comercio</i>		<i>El Telégrafo</i>	
	Episódico	Episódico	Episódico	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Afección contra la libertad privada	2) Las marchas en otros países	3) Ruby Andrade y el cambio de género en la cédula	4) Las marchas en el Ecuador
Atribución de responsabilidad	Unión de hecho		políticas	
Evaluación moral	Es un tabú (dirigido a los homosexuales)			
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Unión de hecho: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la unión de hecho este año (*El Comercio*, junio 29, 1998) se han dividido en homosexuales (Xavier, Soria y Freddy Lobato), lesbianas (Gabriela León) y expertos (Marcela Bevavídez). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios. Por ejemplo, “la unión de hecho choca mentalmente porque rompe el esquema de *closet* en el que

vivimos” (*El Comercio*, julio 4, 2010). Así, se identifica un problema que el medio ha otorgado saliencia, especialmente, relacionado a la no aceptación de la unión de hecho de homosexuales. Por ello es que si bien se observa una suerte de alianza de *El Comercio* hacia los grupos LGBTI, también no se ha observado alguna recomendación hacia una solución o una posible acción colectiva.

2) Marchas en el mundo: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con las marchas (*El Comercio*, julio 4, 2010) se han dividido en políticas de Estados Unidos dentro de las cuales se han reconocido las opiniones de Lynne Featherstone y Eika Silva y; ciudadanos (Martha Flores). Esta distribución de las fuentes, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio dentro de este diagnóstico se ha aproximado más a la opinión de los políticos que a otro tipo de comentarios. Sobre todo, para identificar un problema. Por ejemplo, “se planea modificar la ley en torno a las uniones de hecho en Estados Unidos para que las parejas del mismo sexo puedan incluir cantos en sus ceremonias” (*El Comercio*, 2010)

Por ello es que se identifica un problema sobre el tema de las marchas en el mundo, que se relacionan con las desigualdades legales que las marchas plantean como consigna desde los actores políticos. Lo que sugiere cierto sentido de vulneración especialmente de los homosexuales. Así, el medio si bien se muestra como una suerte de aliado con respecto a la causa de los movimientos, también es cierto que no se realizan recomendaciones al respecto.

3) Las marchas en el Ecuador: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la marcha en *El Telégrafo* (*El Telégrafo*, junio 28, 2010) se han dividido en transexuales (dentro de esta se han reconocido a Maité Trejos y Tiffany Andaluiza), homosexuales (Richard Blanco y Oscar Ugarte) y lesbianas (Lía Burbano). Estas categorías sobre las fuentes sugieren que el discurso del medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales y transexuales dentro de una suerte de formato episódico. Así, no se ha identificado la relevancia que ha adquirido un problema. Por el contrario, el medio ha dado prioridad a la descripción de sus protagonistas.

Por ejemplo, “Richard Blanco que admitió ser *gay* [...] apareció en escena con una falda estilo griega botas negras y un casco [...] Maite Trejos accedió a complacer a quien la requerían para una fotografía” (*El Telégrafo*, junio 28, 2010). Al respecto, es que no se identifique un problema con respecto a las marchas en el Ecuador desde *El Telégrafo*. Lo que

muestra a *gays* y transexuales a una suerte de descripción particular de sus características físicas.

4) Rubí Andrade: No se mencionan fuentes aparte de la historia de Ruby (*El Telégrafo*, junio 29, 2010). Esto revela que el periodista dentro de este diagnóstico ha otorgado relevancia a la descripción de una historia. Lo que sugiere una suerte de formato episódico. Por ejemplo, se ha destacado “Ahora cuenta su historia usando un jean apretado, camiseta sin mangas y tacones, que dejan ver su fina figura, aunque en una foto que muestra su madre luce un pantalón ancho, saco rosado y zapatos de suela ancha. Comenta que el cambio en la vestimenta fue paulatino. Empezó usando ropa unisex [...] Rubí Andrade busca el cambio de género de masculino a femenino y que se registre su nuevo nombre” (*El Telégrafo*, junio 29, 2010). Es así que a través de estas citas no se reconocen las atribuciones de responsabilidad relacionadas a un problema claro, como puede sugerir el cambio de género.

Por ello, es que si bien el medio se muestra como un aliado de los grupos transgénero y transexuales, por otro lado, estos grupos son enmarcados dentro de la importancia que la descripción de sus características físicas adquieren, para la construcción de la historia desde el medio.

Tabla 20. Análisis de encuadre del año 2011

Encuadre	<i>El Comercio</i>	<i>El Telégrafo</i>	
	Episódico	Temático	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Las marchas Ecuador contra la desigualdad de derechos	2) Derechos políticos homosexuales	3) Estereotipo gay
Atribución de responsabilidad	Sociedad, el Estado		Mentalidad de la sociedad
Evaluación moral	Gays vulnerables		“Es vital que se rompan las cadenas mentales en personas de pensamiento conservador”
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia.

1) Las marchas en el Ecuador: Las fuentes extraídas del análisis sobre las tres noticias que se han relacionado con la marchas de este año (*El Comercio*, junio 26, junio 28, junio 30, julio 3, julio 4, 2011) se han dividido en ciudadano (Guadalupe Durán), homosexuales-gays (Alex Hernández, Fredy Lovato y René Ponce), transexual (Diana) y Daniela N (bisexual). Este dato, lo que revela, es que el discurso que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios. Lo que sugiere la presencia de elementos episódicos. Así, por ejemplo, “Alex Hernández, de 24 años, quien estudia en la universidad de las Américas y se define como *gay*, comparte este criterio, pues sus compañeros le miran mal y hasta han intentado humillarlo [...]” (*El Comercio*, julio 4, 2011)

Esto sugiere también la saliencia y construcción de un problema, la discriminación hacia los *gays*, lo que sugiere una suerte de vulnerabilidad hacia estos grupos. Sin embargo, si bien el medio se muestra como una suerte de aliado de los grupos LGBTI, especialmente *gays*, también es cierto que no se identifica una recomendación clara para resolver el problema o incitar a una acción colectiva.

2) Derechos políticos de los homosexuales: La fuente extraída del análisis sobre las dos noticias que se han relacionado con los derechos políticos de los homosexuales (*El Telégrafo*, junio 26, junio 27, 2011) han resaltado la información de actores políticos (Barack Obama). Por ejemplo, se resalta “Obama dijo que las parejas homosexuales merecen tener los mismos derechos que cualquier otra pareja en el país, durante su primer acto de recaudación de fondos con la comunidad *gay* en Nueva York” (*El Telégrafo*, junio 27, 2011). Lo que revela esta cita, es que no se han resaltado atribuciones de responsabilidad en torno a un problema, tampoco recomendaciones dirigidas hacia una solución o acción colectiva.

3) Estereotipo *gay*: No se identifican fuentes en la entrevista al activista Walter López (*El Telégrafo*, junio 29, 2011) sin embargo, se resalta que “el Ecuador existe cierto estereotipo hacia a los homosexuales [...] al considerarlos como cocineros, lavaderos, artistas o peluqueros”. Donde se observa la atribución de la responsabilidad con respecto a la sociedad en relación con los grupos representados desde el medio como homosexuales. Esto sugiere cierta alianza del medio sobre la situación de los homosexuales. Sin embargo, no se muestran sugerencias desde *El Telégrafo* una suerte de recomendación para resolver el problema, tampoco una incinación a una suerte de acción colectiva.

Tabla 21. Análisis de encuadre del año 2012

Encuadre	<i>El Comercio</i>		<i>El Telégrafo</i>
	Temático	Episódico	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Homofobia	2) Las marchas en el Ecuador	3) Las marchas en el Ecuador
Atribución de responsabilidad	Discurso de la masculinidad en la sociedad		
Evaluación moral	Homosexuales vulnerables		
Recomendación			

Fuente. Elaboración propia.

1) Homofobia: Las fuentes extraídas del análisis sobre las dos noticias que se han relacionado con la homofobia (*El Comercio*, junio 29, 2012) se han dividido en ciudadano (Diego Arcos), experto (Silvia Buendía, Amelia Viteri, Jeny Pontón y Eduardo Archeti) y homosexual

(Efrain Soria). Este dato, lo que revela dentro de este diagnóstico, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los especialistas. Por ejemplo, se ha mostrado que “la socióloga Jenny Portón recuerda que la sociedad ecuatoriana es androcéntrica y homofóbica, estas dos características facilitan los insultos” (*El Comercio*, junio 29, 2012).

Esto sugiere la presencia de un problema, la homofobia desde la sociedad ecuatoriana. Donde se ha hecho una relación en torno a los homosexuales, a una suerte de vulnerabilidad desde el discurso de los especialistas resaltado por el medio. Sin embargo, si bien el medio se muestra a una suerte de aliado con los homosexuales, tampoco se resalta una postura clara de este hacia cómo resolver el problema o una acción colectiva determinada.

2) Las marchas en el Ecuador: No se registran fuentes con respecto al tema de las marchas (*El Comercio*, junio 27, junio 30, 2012). Esta característica revela dentro de este diagnóstico que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la representación que realiza el periodista sobre el asunto. Por ejemplo, la idea central que ha girado en torno a las dos noticias, el medio ha dado *saliencia* a las características de la marcha: “Cine, carreras en tacos, *shows drag* y conciertos forman parte de la agenda de la comunidad” (*El Comercio*, junio 27, 2012). Es por ello que no se registran atribuciones de responsabilidad sobre el tema de las marchas.

3) Las marchas en el Ecuador: Las fuentes extraídas del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la marcha en *El Telégrafo* (*El Telégrafo*, julio 1, 2012) se han dividido en homosexuales (Ismael y Oscar Ugarte, Ángelo Yagual y Gonzalo Abarca), bisexuales (González) y ciudadana (Magaly Galarza). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios. Por ejemplo, dentro de las citas “Para ciertos políticos, su política es atacar a la población homosexual” (*El Telégrafo*, julio 1, 2012). Dentro de esta cita las atribuciones de responsabilidad se han dirigido a los políticos.

Lo que sugiere una vulnerabilidad con respecto a los homosexuales. Sin embargo, si bien el medio se muestra a una suerte de aliado, también es cierto que no se pronuncia con respecto a una posible solución o una acción colectiva al respecto.

Tabla 22. Análisis de encuadre del año 2013

Encuadre	El Comercio		El Telégrafo	
	Temático	Episódicos	Episódicos	Episódicos
Problema (Diagnóstico)	1) Ley DOMA y aprobación de los matrimonios igualitarios en California	2) Discriminación en torno al caso Zulema	3) Violencia contra homosexuales	4) La marcha en el Ecuador
Atribución de responsabilidad		La familia y las clínicas de curación		
Evaluación moral				
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Cambios políticos a favor de los homosexuales: Las fuentes relacionadas con el tema de los cambios políticos a favor de los homosexuales, donde se han encontrado dos noticias sobre la derogación de la ley DOMA y una con respecto a la aprobación del matrimonio igualitario en California; se han dividido en homosexuales (Perry y Stier, Efraín Soria y Manuel Acosta) y lesbianas (Sandy). Este dato revela que el encuadre que se expone en *El Comercio* se ha aproximado más a la opinión y la información que provenga de personas etiquetadas como homosexuales.

Así, por ejemplo se ha citado que “Soria afirma que estamos avanzando hacia una cultura de derechos [...] En el Ecuador tarde o temprano vamos a llegar a eso” (*El Comercio*, junio 28, 2013). Lo que sugiere una suerte de vulneración hacia los homosexuales desde la sociedad ecuatoriana. Sin embargo, si bien el medio se muestra a una suerte de aliado de los homosexuales, por otro lado también no se han identificado posibles soluciones del medio sobre este problema o una incitación para una acción colectiva.

Diagnóstico (Discriminación a lesbianas): No se encuentran fuentes en torno al tema de la discriminación a lesbianas, en la que se ha destacado un noticia en torno al caso Zulema (*El Comercio*, junio 23, 2013). Es por ello, que tras no identificar la opinión de fuentes provenientes del entorno sobre este tema, que el medio ha realizado sobre la historia de Zulema, el encuadre se aproxima a la interpretación que efectúa el periodista sobre el asunto. Por ejemplo, el medio ha dado relevancia a características personales de una figura particular a través de expresiones como la siguiente:

Diagnóstico (Violencia contra homosexuales): La fuente extraída del análisis sobre la única noticia que se ha relacionado con la violencia a los homosexuales de este año (*El Telégrafo*, junio 29, 2013) ha resaltado tres datos del informe de Amnistía Internacional sobre homosexuales. Por ejemplo, en el medio se ha citado la siguiente expresión “En Brasil, el

número de denuncias de violencia contra homosexuales prácticamente se triplicó en el último año, desde 1159 en 2011 hasta 3084 en 2012” (*El Telégrafo*, junio 29, 2013). Este dato, lo que revela, es que el discurso que se expone en el medio, observado dentro de la cobertura del *El Telégrafo*, se ha aproximado más a la información de la situación de los homosexuales. Es por ello que el encuadre tienda a ser más temático sobre la discriminación a los homosexuales, donde se ha resaltado, de forma implícita y generalizada la condición de vulneración a la que se someten los homosexuales.

Diagnóstico (Las marchas en el Ecuador): Las fuentes extraídas del análisis sobre las tres noticias que se han relacionado con las marcha (*El Telégrafo*, junio 29, 2013) se han dividido en homosexuales (Oscar Ugarte, Tito Esparza, Eduardo Carrera y Wagner Basillo), transfemenino (Erika Zavala, Marta Fernanda y Diane Rodríguez), pancartas (informe Unesco sobre la situación de homosexuales) y lesbianas. Este dato revela que el discurso que se expone en *El Telégrafo* con relación a las marchas de este año, se ha aproximado más a la opinión sobre la situación de los homosexuales. Es decir, para describir el evento se ha considerado la información proveniente de la cita de una persona que el medio ha etiquetado como homosexual.

Tabla 23. Análisis de encuadre del año 2014

Encuadre	<i>El Comercio</i>		<i>El Telégrafo</i>		
	Episódico	Temático	Temático	Temático	Episódico
Problema (Diagnóstico)	1) Estigmatización a homosexuales	2) Matrimonio civil igualitario	3) Casamiento en Machala	4) Casamiento igualitario en Gran Bretaña	5) Ambigüedad genital
Atribución de responsabilidad	La sociedad, la familia		Registro civil		medicina
Evaluación moral					
Recomendación					

Fuente. Elaboración propia.

1) Estigmatización a los homosexuales: Las fuentes extraídas del análisis sobre el tema de la estigmatización de los homosexuales, se ha relacionado dentro de esta cobertura en torno a dos noticias de *El Comercio* (*El Comercio*, junio 23, junio 25, 2014). Así, las fuentes se han dividido en transgénero (Evelyn Maldonado), homosexuales (Andrés Yépez, Fernando Espinosa, Jhon y Carlos P), lesbianas (María José Cepeda), estadísticos (2 datos sobre la situación de los homosexuales). Este dato, lo que revela, es que el mensaje que se expone en el medio se ha aproximado más a la opinión de los homosexuales que a otro tipo de comentarios. Por ejemplo, para Andrés Yépez “En su época juvenil, la congregación de gays y lesbianas era objeto de burlas y ofensas [...]” (*El Comercio*, junio 23, 2014).

Lo que muestra al medio a una suerte de aliado, tras destacar dentro del tema de la estigmatización la discriminación que sufren *gays* y lesbianas. Sin embargo, no se observa la saliencia de aspectos relacionados a una posible solución o una recomendación desde *El Comercio*.

2) Las marchas en el Ecuador: No se encuentran fuentes relacionadas al tema de las marchas (*El Comercio*, junio 27, junio 28, 2014) Esto significa que el marco que se ha manejado en el medio ha dado relevancia a la representación que hecha por el periodista en torno a los problemas o temas que se abordan durante la cobertura de ese año. Por ejemplo, se ha descrito que “Cada 28 de junio se celebra en algunos países del mundo el día internacional del Orgullo LGBTI, más conocido como el día del Orgullo *Gay*. Grupos afines al movimiento promueven la tolerancia e igualdad de derechos de lesbianas, bisexuales, *gays* y transexuales [...]” (*El Comercio*, junio 28, 2014). Por ello, es que si bien el medio se muestra a una suerte de aliado de los movimientos, en las descripciones no se ha identificado un problema desde el clamor de los actores LGBTI o una recomendación sobre un problema.

3) Casamiento en Machala: Dentro del diagnóstico de este tema se ha descrito la situación de “una pareja homosexual” (*El Telégrafo*, julio 3, 2014) entre Darwin Adrianza y Diego Celi, desde el punto de vista del periodista, donde si bien se identifica el problema que tuvieron estos dos “ciudadanos” para contraer matrimonio en Machala; desde el medio no se sugiere una solución o una recomendación.

4) Casamiento Igualitario en Gran Bretaña: No se han observado citas provenientes a la situación de los LGBTI o datos estadísticos. Sin embargo, existen datos estadísticos sobre la situación de la iglesia Reformada. En este sentido, el tema ha sido enmarcado de acuerdo a la descripción del periodista con respecto a la situación de las iglesias en Reino Unido, por lo que información referente a los LGBTI es por un lado secundaria, y por el otro descrita por el periodista.

5) Ambigüedad genital: Dentro de la construcción de este tema se han identificado tres categorías en torno a las fuentes. Especialistas-médicos (Carlos Solís, Miguel Astudillo, Ramón Vargas y Gabriel Martín), la de sujeto etiquetado como intersexuados (Adrián) y la de su madre. Esto sugiere que el marco del asunto sobre la ambigüedad genital ha sido construido desde la perspectiva especialista, lo que le otorga la presencia de elementos preferentemente temáticos. Así se ha resaltado que “aún faltan investigaciones minuciosas

sobre el caso de los intersexuales, y así derivarlos a los especialistas adecuados sin que tengan vergüenza [...]” (*El Telégrafo*, junio 28, 2014). En este sentido, el medio muestra la situación vulnerable de los intesexuados en torno a la vergüenza a una suerte de alianza. Sin embargo, no se resaltan soluciones o recomendaciones sobre el problema que deben enfrentar los grupos intersexuados.

Tabla 24. Análisis de encuadre del año 2015

Encuadre	<i>El Comercio</i>		<i>El Telégrafo</i>	
	Temático	Episódico	Temático	Temático
Problema (Diagnóstico)	1) Las marchas Ecuador	2) Matrimonio civil igualitario Estados Unidos		3) Las marchas en el Ecuador
Atribución de responsabilidad				
Evaluación moral				
Recomendación				

Fuente. Elaboración propia.

1) Matrimonio civil igualitario en Estados Unidos: Las fuentes observadas dentro del análisis de las dos noticias del 27 de junio, se han relacionado con la citación de dos activistas (Evan Wolfson y Nicanor Benítez), una política (Obama y Antoni Kenedy) y la de un famoso (Ricky Martin). Este dato lo que sugiere es que el medio ha otorgado relevancia a la opinión de los activistas y de los políticos con relación al matrimonio civil igualitario. Así, por ejemplo se ha mencionado en *El Comercio* desde el activista Nicanor Benítez, “[...] Desde 1979 ha habido una aceptación al matrimonio civil igualitario y la adopción. Esto es sumamente trascendental porque el pueblo empieza a comprender que las prohibiciones hacia los grupos LGBTI son una violación a los derechos humanos” (*El Comercio*, junio 27, 2015). Lo que muestra al medio a una suerte de aliado, sin embargo, no se identifica un problema con respecto a los grupos LGBTI.

Por otro lado, se ha resaltado las opiniones de políticos norteamericanos, así se ha mencionado en palabras de Obama que “Hoy hemos dado un gran paso hacia nuestra igualdad, las parejas gays y lesbianas tienen derecho a casarse [...]” (*El Comercio*, junio 27, 2015). En este sentido el medio se ha mostrado a favor de los grupos LGBTI, especialmente, aquellos identificados como *gays* y lesbianas. Aunque el medio se muestra a una suerte de aliado no se identifican problemas y tampoco recomendaciones sugeridos desde el medio.

2) Las marchas en el Ecuador: No se han encontrado fuentes dentro del análisis de la noticia del 25 de junio, lo que sugiere que *El Comercio* ha dado relevancia a representación que

realiza el periodista para exponer el asunto. Por ello no se identifican el empleo de elementos temáticos o episódicos. Así, se ha descrito que “A tan solo tres días de las conocidas marchas por el Orgullo LGBTI, se realizan una serie de actividades culturales, muestras de cine, expresiones artísticas [...]” (*El Comercio*, junio 25, 2015). Por un lado, el medio se muestra a una suerte de aliado de los grupos LGBTI, sin embargo, no se identifica un problema.

3) Las marchas en el Ecuador, diario *El Telégrafo*: Las fuentes dentro del análisis sobre la única noticia sobre las marchas del Ecuador en *El Telégrafo*, (*El Telégrafo*, junio 28, 2015) han dado relevancia a la opinión de una activista, donde no se identifica la etiqueta de su identidad sexual o de género, lo que sugiere que el medio tiende a dar relevancia a la opinión de los activistas para representar el tema, con el empleo de elementos episódicos. Así, por ejemplo se ha mencionado; “Pelemos por defender los derechos humanos y por concienciar a la gente de que la inclinación sexual no es una enfermedad [...]” (*El Telégrafo*, junio 28, 2015). Por un lado, el medio se ha mostrado a una suerte de aliado de los grupos LGBTI, por el otro se ha identificado un problema y es la concepción de que la inclinación sexual no es un problema.

3. Diagnóstico general

Al respecto de esta dimensión resulta importante cómo se ha evaluado la situación expuesta en los contenidos de los medios. En otras palabras se puede reconocer en una primera instancia quienes son las fuentes que reconocen *El Comercio* y *El Telégrafo* que contribuyen a construir las noticias desde distintos punto de vista. Es así que, para los artículos periodísticos analizados desde 1998 hasta el 2015, 90 han correspondido para el *El Comercio* y 63 para *El Telégrafo*. Así las fuentes dentro de este diagnóstico general (1998-2015) se han dividido entre las que se consideran temáticas (opiniones expertas y datos estadísticos que hacen relación al colectivo LGBTI, a los homosexuales, lesbianas, travestis, *drag queen*, bisexuales, transgénero, intersexuales y otros) y episódicas (opiniones de varios sujetos etiquetados por el medio como homosexuales, lesbianas, travestis, *drag queen*, bisexuales, transgénero, intersexuales, ciudadanos, políticos y antagonistas).

Los datos con respecto a las fuentes provenientes de ONGS revelan una significativa diferencia de información relativa a los homosexuales. En el caso de *El Comercio*; del total de las noticias que han dado cita al menos un estadístico o informe (25,9%); un 66.6% corresponde a los homosexuales, 16.6% a travestis, el 8.3% a transgénero y un 7.33% a intersexuales. De la totalidad de noticias que han citado al menos una opinión experta (13%);

un 74.9% hace referencia a los LGBTI y un 25.1% a los homosexuales. Dentro de *El Telégrafo*, de la totalidad de artículos analizados que han citado fuentes estadísticas (43.3%) un 65% corresponde a homosexuales, un 14.1% a transgénero, 16.9% a intersexuales, 4.8% lesbianas y un 1.2% *Drag Queens*. Fenómeno similar se da con respecto a las noticias que citan al menos una opinión experta (30.4%) donde el 52.1% ha correspondido a información sobre los LGBTI, un 23.4% transgénero, 12.3% sobre homosexuales y 12.3% sobre intersexuales.

En *El Comercio* con respecto a los artículos periodísticos que han dado cita al menos una opinión de un actor particular (61.3 %) entre 1998 y el 2015. Un 41.6% ha correspondido a personas etiquetadas como homosexuales, el 16.6% a mujeres lesbianas, 13.8% a trans, 13.8% a ciudadanos, 5.5% a políticos, 2.7% a bisexuales, 2.7% a travestis y 2.7% *Drag Queens* y 1% antagonistas. En *El Telégrafo*, del total de artículos periodísticos que al menos han citado la opinión de una figura específica (60.9%). El 24.5% corresponde a homosexuales, un 19.3% a sujetos transgénero, 17.8% a políticos, 14.28% ciudadanos, 10.7% lesbianas, 3.6% intersexuales, 3.6% bisexuales, 3.6% antagonistas y 1.2% *Drag Queens*. Estos datos son reveladores con respecto a tres condiciones que se identifican en ambos medios.

Primero, cuando en *El Comercio* y en *El Telégrafo* ha existido la tendencia a citar más las opiniones de la gente para construir sus noticias antes que el planteamiento de datos estadísticos o de opiniones expertas, lo que sugiere una aproximación al empleo de elementos episódicos para construir sus contenidos, a través de citas que provienen de diversos actores particulares que pueden ser considerados dentro del clamor popular. Eso implica, una semejanza en torno al tratamiento que los dos periódicos en torno al empleo de sus fuentes dentro de este diagnóstico sobre temas relacionados con lo LGBTI. Es por ello que se ha observado que una de las principales fuentes es la opinión de personas que son etiquetadas como homosexuales.

Segundo, en las noticias entre 1998 y el 2015 que contienen al menos un elemento temático (estadísticos u opiniones expertas), los dos medios han coincidido en otorgar relevancia a la situación de los homosexuales en términos estadísticos o a través de opiniones expertas. Lo que ha implicado para el caso de *El Comercio* que las noticias que han dado relevancia al menos a un dato estadístico, un 66% ha hecho referencia en términos de la población homosexual. Similarmente, para *El Telégrafo* donde del total de noticias que al menos han citado un elemento estadístico dentro de sus contenidos, el 65% ha sugerido algún tipo de

relación a la situación de los homosexuales (mayor en comparación a otros grupos, dígame sobre los travestis, intersexuales bisexuales o lesbianas).

Tercero, cabe destacar que ambos medios durante la cobertura han presentado valores similares en torno a las noticias en las que no se han presentado fuentes, dentro de las cuales se ha dado prioridad a la representación que realiza el periodista para exponer un evento, en términos generales (*El Comercio* 38.7% y *El Telégrafo* 39.1%). Por ejemplo como se muestra en la siguiente figura 10. Lo que sugiere la presencia de elementos periodísticos reducidos, como los breves y noticias secundarias, donde el abordaje está limitado a la representación que realiza el periodista sobre el evento, donde es posible que no se identifique causas con respecto a los problemas que el medio ha otorgado relevancia.



Fuente: (*El Comercio*, julio 5, 1998)

Del total de noticias analizadas en *El Comercio* aquellas en las que se ha identificado al menos una atribución de responsabilidad (44.8%), sobre algún problema; un 13.8% a establecido a la sociedad como la principal causa, el 10.3% a la familia, 10.3% a la policía, 3.4% a la educación, 3.4% legislativos y un 3.4% al Estado. Además, dentro de este 44.8%, el 34.5% ha empleado elementos en los que se ha sugerido algún grado de vulnerabilidad a los homosexuales, un 10.3% muestra a los LGBTI como víctimas, un 3.4% expone a los *Drag Queens* como vulnerables, un 3.4% que expone a las lesbianas como víctimas y el 49% donde no se identifica algún grado de vulnerabilidad.

Estos porcentajes sugieren que en *El Comercio* los asuntos relacionados a los homosexuales son los que más se han identificado dentro de una condición de vulnerabilidad, especialmente relacionando como la causa principal de su condición a la sociedad. Por ejemplo se puede citar el ejemplo del año 98, “Juan Bellock, un turista español que los ovacionó cuando pasaron, cree que hubo poca gente en la primera marcha por el orgullo homosexual, por

miedo a la sociedad [...]” (*El Comercio*, junio 29, 1998). Otro ejemplo sobre la representación de la vulnerabilidad de los homosexuales se puede citar con el 2010 “Varias parejas que viven juntos, muchísimos dicen que son amigos o socios. Si legalizan su unión, eso significa que deberían reconocer que son pareja ante toda la familia y sus relaciones laborales. Es como una violación a la privacidad en una **sociedad** que juzga [...]” (*El Comercio*, julio 2, 2010).

El derecho a caminar libremente en la vía pública no tiene porqué retirarse a nadie. Tampoco a los homosexuales [...] las organizaciones públicas debieran dar un mejor trato a esas personas. En lugar de promover la violencia, deben trabajar para integrarlos y evitar su marginación (*El Comercio*, julio 4, 2003)

Con relación al total de noticias de *El Telégrafo* en las que se ha observado al menos una atribución de responsabilidad (48.8%), un 17.6% establece a la sociedad como la principal causa de un problema, 11.8% a las legislativas, 6.8% a la médica, un 6.5% a la policía, un 5.9% a la educación, 5.1% homosexuales y 5.1% GLBTI. Dentro de este 48.8%, un 23.3% de los homosexuales han tendido a mostrarse como víctimas, un 17.6% a los trans como vulnerables, 11.8% a los intersexuales como víctimas, un 5.8% a la sociedad como vulnerables y un 41.2% en las que no se identifican expresiones que hagan referencia a su condición de vulnerabilidad. Cabe mencionar que la sociedad se muestra vulnerable ante los homosexuales, situación que sugiere una postura antagónica del medio con respecto a este grupo, sobre todo en los abordajes anteriores al 2008, cuando *El Telégrafo* era un medio de propiedad privada.

Sin embargo, a nivel general en torno a la cobertura entre 1998 y el 2015, los datos muestran que *El Telégrafo* y los temas relacionados a los homosexuales son aquellos que se le ha otorgado más relevancia, especialmente cuando la mayor atribución de responsabilidad ha recaído en la sociedad. Por ejemplo, se ha encontrado noticias en las que se han dado relevancia a las siguientes expresiones: “en el Ecuador existe cierto estereotipo hacia a los homosexuales en la **sociedad** [...] al considerarlos como cocineros, lavaderos, artistas o peluqueros”. (*El Telégrafo*, junio 29, 2011). “En Brasil, el número de denuncias de violencia contra homosexuales prácticamente se triplicó en el último año, desde 1159 en 2011 hasta 3084 en 2012” (*El Telégrafo*, junio 29, 2013). En el Ecuador.

Para Efraín Soria, Coordinador de Programas de la Fundación Equidad, esto se debe a que las barreras dentro de **la sociedad** no se han roto aún. En los educativos no se hace educación sexual entre heterosexuales, cómo se pretende que se entienda lo referente a la homosexualidad. La falta de información hace que los jóvenes no comprendan este tema y mantengan ideas preconcebida por sus padres al respecto de la orientación sexual (*El Telégrafo*, junio 24, 2008)

Es en este sentido, con relación a las atribuciones de responsabilidad, las mismas que establecen cierta condición de vulnerabilidad en los dos medios con respecto a los homosexuales son aquellos que más se han mencionado tanto en *El Telégrafo* y *El Comercio*. A nivel global eso ha implicado que los medios si bien se han mostrado a una suerte de aliados de estos grupos, también es cierto que ha existido una tendencia a enfocarse en los asuntos de un grupo determinado antes que dar relevancia a otros grupos.

Evaluación moral general, entre 1998 y el 2015: Al respecto de esta dimensión se ha identificado, cuáles son las repercusiones que se muestran desde el medio que sugieren una alianza o un antagonismo con respecto a los grupos LGBTI. Especialmente, al encontrar una relación con la identificación de un problema y con sus respectivas atribuciones de responsabilidad. Así, entre aquellas dirigidas a la sociedad, aquellas que han tenido una mayor frecuencia, se ha observado que en torno a esta categoría se muestran casos esporádicos en cada año de forma explícita. Por ejemplo, partiendo de *El Comercio* en 1998 dentro del artículo editorial se ha hecho referencia para que la sociedad reconozca el carácter de lucha de los homosexuales a una suerte de alianza con este grupo.

Durante milenios a los homosexuales se los ha visto culpables y se les persiguió cruelmente. Luego se los ha visto como víctimas y se lo ha aceptado con un gesto de tolerancia. Pero no es suficiente. No es en el papel de víctima en el que el homosexual alcanza su dignidad que le permite alcanzar la paz consigo mismo. Lo que los homosexuales buscan [...] es que se deje de juzgar a las personas por la pareja con que se relacionan (*El Comercio*, julio 4, 1998)

En el 2001, en el mismo diario, se ha resaltado a través de la opinión de un activista que los homosexuales ya no deben ser considerados como víctimas como solía hacerse. “Abelardo Araya activista homosexual, coordinador de Fedaeaps [...] cree que el paso dado por Ecuador tras la despenalización de homosexualidad es positivo [...] nosotros no queremos ser las víctimas de siempre, estigmatizados por la crónica roja, puesto que aspiramos a plantear acciones que ayuden a mejorar nuestra situación” (*El Comercio*, junio 30, 2001).

Por ejemplo, dentro del 2003 se ha observado que el medio ha dado relevancia a la opinión del comité de derechos humanos, donde las repercusiones han ido dirigidas a las personas para que reconozcan los derechos a la libertad de caminar en el espacio público, sobre todo, de los homosexuales.

El derecho a caminar libremente en la vía pública no tiene porqué retirarse a nadie. Tampoco a los homosexuales [...] las organizaciones públicas debieran dar un mejor trato a esas personas. En lugar de promover la violencia, deben trabajar para integrarlos y evitar su marginación (*El Comercio*, julio 4, 2003)

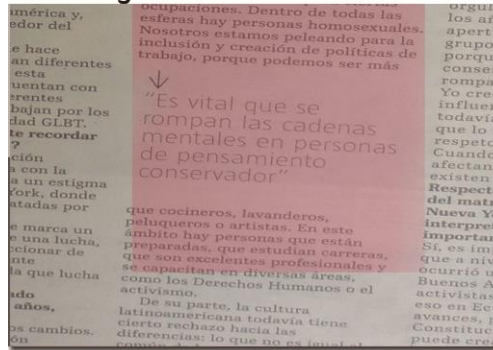
Es en este sentido que para el caso de *El Comercio* las evaluaciones morales que este ha destacado; primero, se han centrado en aspectos relacionados a los homosexuales, por otro lado se merece resaltar, que dichas evaluaciones se han hecho de forma más explícita dentro de estos casos particulares presentados tanto en 1998, 2003 y el 2010.

En cambio para el caso de *El Telégrafo* también se han encontrado casos específicos en los que el medio ha otorgado saliencia hacia algún tipo de repercusión que se pueda considerar como una evaluación moral, en torno a los grupos LGBTI, pero desde dos posturas diferentes; una antagónica y otra de alianza. Por ejemplo, en el 2004, se observa una postura dirigida a la sociedad en alertar sobre las amenazas que implican las nuevas perspectivas que se han dado sobre la diversidad sexual y el género, invitando implícitamente a que se rescaten las particularidades entre hombre y mujer.

Es por ello que desde la IV Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer [...] desde dicha cumbre, esta nueva perspectiva, ha venido infiltrándose en diferentes ámbitos, no solo de países industrializados, sino además, de los países en vías de desarrollo. Tanto el hombre como la mujer – creados a imagen y semejanza de Dios – tienen sus propias particularidades naturales que deben ser puestas al servicio del otro, para alcanzar un enriquecimiento mutuo. Esto, claro está, no significa que los recursos personales de la femineidad, sean menores que los recursos de la masculinidad (*El Telégrafo*, junio 28, 2004)

En el 2011, se observa un cambio de opinión, esta evaluación moral se ha dirigido a las personas para que cambien de actitud en torno a los estigmas que hay desde la sociedad hacia los homosexuales. Por ejemplo, como se observa en la siguiente figura 11 donde se ha resaltado esta situación a una suerte de alianza con los homosexuales.

Figura 11. Evaluación moral



Fuente. (El Telégrafo, junio 29, 2011)

Recomendación general, entre 1998 y el 2015: Una lectura con respecto a los contenidos de ambos medios ha permitido sugerir la presencia de elementos que se relacionen con algún sentido de movilización o una solución ante un problema explicados de forma explícita en el medio. Una otorgando relevancia al clamor de algún actor o manifestándose el medio con sus propias palabras como ocurre con un artículo editorial.

Para el caso de *El Comercio* se ha presentado un solo caso donde se ha identificado una recomendación de forma explícita y desde la parte más visible de la nota periodística. Así, en 1998, como se muestra en la siguiente figura 12, en el titular se ha destacado la frase de Fabricio Alcívar, un activista homosexual, “Al grito de “Viva el Orgullo Gay” y “salgan del closet, únense a la marcha” (*El Comercio*, junio 29, 1998); siendo el único caso registrado de recomendación de este medio que por un lado invita a participar en una acción colectiva LGBTI y por el otro ofrece una suerte de solución ante la baja concurrencia de la primera marcha, en especial, al resaltar dentro de su titular las palabras de un activista.

Figura 12. Recomendación



Fuente. (El Comercio, junio 29, 1998)

Desde ahí no existen otros casos específicos desde donde el medio se reconozca ya sea en sus propias palabras o al resaltar las palabras de un actor LGBTI específico, donde se reconozca a participar a una acción colectiva o donde se sugiera la solución ante un problema. Esto ha

significado que desde ambos medios, en torno a identificar recomendaciones explícitas, se tienda hacia una descripción de acontecimientos, especialmente, presente en los titulares por ejemplo al resaltar el número de asistentes a una marcha, los logros políticos alcanzados por los LGBTI o el nombre de un activista como parte de una entrevista como parte de la idea principal de la nota presentada.

Diagnóstico general antes y después del 2008: Es interesante realizar una comparación de los diagnósticos y evaluaciones de los contenidos antes y después de que en el Ecuador se diera una expansión de los medios públicos, momento en el que se pueden observar comparaciones entre los encuadres de ambos medios. Para encontrar matices más claros sobre la forma en que se ha dado el encuadre mediático bajo los diagnósticos, evaluaciones y recomendaciones planteadas en este trabajo.

Así, del total de noticias analizadas que han empleado al menos un estadístico o un informe, en *El Comercio* (36.8%) antes del 2008, se ha observado que un 66.6% de esta noticias han hecho relación a la situación de los homosexuales, un 22.2% a los travestis y un 11.1% sobre los transgénero. Por otro lado después del 2008 lo que se observa es un decrecimiento del empleo de estas fuentes, por lo que se registra un decrecimiento del empleo de estadísticos o informes a un 16.7%. Sin embargo, dentro de este decrecimiento, un 65% corresponde a datos relativos a los homosexuales y un 33.3% a los transgénero. Esta información sugiere que por un lado en *El Comercio* existe una disminución al empleo de estadísticos o informes dentro de su cobertura. Por el otro lado sin embargo, se sigue manteniendo como un referente estadístico la situación de los homosexuales tanto antes y después del 2008.

En *El Telégrafo*, del total de noticias que han empleado al menos un estadístico o un informe antes del 2008 (29.9%), se observa que el 100% de estas ha hecho relación a la situación de los homosexuales. Después del 2008 el total de noticias que emplean al menos un estadísticos o un informe en el mismo diario (47.1%), un 63% se ha referido a la situación de los homosexuales, un 25% a la de los transgénero y un 12.5% a la de los intersexuales. Al respecto en este medio se puede manifestar por un lado que después de este año, ha existido un incremento por el empleo de elementos temáticos dentro de su cobertura a diferencia de *El Comercio*. Por el otro lado, sin embargo, se sigue teniendo como referencia datos sobre la situación de los homosexuales como una fuente relevante de la información.

Con respecto a la totalidad de noticias que al menos citan la opinión de un experto antes del 2008. En *El Comercio* (15.8%), el 66% ha hecho alguna relación a asuntos sobre los LGBTI y el 33% con respecto a los homosexuales. Por otro lado, después del 2008 se ha observado una disminución a un 8.3% de noticias en las que al menos se emplea como fuente la opinión de un experto. Sin embargo, se mantiene la tendencia a resaltar aspectos relativos a los LGBTI en un 87% y de los homosexuales en un 13%.

Dentro *El Telégrafo* no se han identificado el empleo de citas con respecto a expertos sobre la situación de los LGBTI antes del 2008, cuando este medio era uno de propiedad privada. Por otro lado, se identifica un aumento al 30% del empleo de fuentes expertas después de este año, donde el 52.1% corresponde a información sobre los LGBTI, un 23.4% transgénero, 12.3% sobre homosexuales y 12.3% sobre intersexuales. Lo que sugiere que a partir de su conversión a un medio de propiedad del Estado este ha dado una suerte de preferencia a los temas de grupos transgénero antes que el enfoque que se ha dado a los homosexuales.

Con relaciones a las opiniones populares, antes del 2008 en *El Comercio*, el total de noticias que han empleado fuentes desde el clamor popular han correspondido a un 63.2%, donde un 56% corresponde a personas que el medio ha etiquetado como homosexuales, un 16% a lesbianas, un 11% a ciudadanos, un 5.2% a travestis, un 5.2% a *Drag Queen* y un 5.2% a políticos. Después del 2008, el 59% de las noticias han empleado al menos una fuente de algún actor particular, donde el 26% ha correspondido a personas que han sido etiquetadas como homosexuales, en segundo lugar un 21% a personas que han sido considerados como ciudadanos y en tercer lugar a un 20% a lesbianas. Esto sugiere que ha existido una pequeña disminución por citar personas dentro de la cobertura de este medio, sin embargo se ha mantenido como una de las fuentes principales la opinión que pueden tener personas etiquetadas como homosexuales.

En *El Telégrafo* antes del 2008, del total de artículos periodísticos que al menos han citado la opinión de una figura específica (20.9%). El 89% corresponde a los antagonistas. Por otro lado, después de 2008 del total de artículos periodísticos que al menos han citado la opinión de una figura específica (60.9%). El 24.5% corresponde a homosexuales, un 19.3% a sujetos transgénero, 17.8% a políticos, 14.28% ciudadanos, 10.7% lesbianas, 3.6% intersexuales, 3.6% bisexuales, 3.6% antagonistas y 1.2% *Drag Queens*. Estos datos son reveladores con respecto a tres condiciones que se identifican en ambos medios. Lo que ha implicado una

disminución de los antagonistas como fuentes para construir las noticias cuando el medio ha pasado a convertirse en una prensa pública.

Atribución de responsabilidad antes y después del 2008: Este año, es cuando en el escenario de la comunicación ecuatoriano se ha dado una expansión de los medios de propiedad del Estado. Para este periodo en *El Comercio* del total de noticias que se analizaron, en el 47% de las mismas se han encontrado sugerencias a unas atribuciones de responsabilidad, donde los mayores porcentajes han girado en torno a los policías con un 16% de las atribuciones de responsabilidad, en segundo lugar un 15% sobre la sociedad, un 10% sobre la familia y finalmente un 5% con respecto a la educación. A diferencia de después del 2008, donde el número de noticias donde se sugieren las causas de un problema ha disminuido a un 33.3%, dentro de las que el 25% han correspondido a la familia, la sociedad, la ley y el Estado respectivamente.

Evaluación moral antes y después del 2008: En *El Comercio* se observan casos específicos en los que se identifica una evaluación moral en torno a repercusiones. Así en 1998 se invita a los homosexuales a salir del *closet* y unirse a la marcha. En El 2001 se identifica otra repercusión donde se sugiere al Estado que cambie sus leyes a favor de los homosexuales, en el 2003 donde se invita a la sociedad a reconocer los derechos públicos de los homosexuales y finalmente en el 2010 donde igualmente se dirige a la sociedad para alcanzar la igualdad con relación a los derechos de los homosexuales. Cabe mencionar que luego del 2008 no se registran otro tipo de evaluaciones. En *El Telégrafo* en el 2004 se observa una recomendación opuesta. Principalmente, cuando el medio se dirige a la sociedad a que se mantengan las relaciones normales entre hombre y mujer. A diferencia en el 2011, cuando se invita a la sociedad a romper el estereotipo sobre los homosexuales.

Recomendaciones antes y después del 2008: No se encuentran recomendaciones antes y después del 2008 en *El Telégrafo*. En *El Comercio* solo se aprecia una recomendación en 1998, donde se recomienda a los homosexuales a salir del *Closet*.

Diagnóstico general antes y después del 2013: También es interesante realizar una comparación de los diagnósticos y evaluaciones de los contenidos, especialmente antes y después de que en el Ecuador entra en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación.

Así, del total de noticias analizadas que han empleado al menos un estadístico o un informe, en *El Comercio* (33%) antes del 2013, se ha observado que un 63% de estas noticias hacen relación a la situación de los homosexuales, un 18% a los travestis y un 8.9% sobre los transgénero. Por otro lado después del 2013 lo que se observa es un decrecimiento del empleo de estas fuentes, por lo que se registra un decrecimiento del empleo de estadísticos o informes a un 15.5%. Sin embargo, dentro de este decrecimiento, un 100% corresponde a datos relativos a los homosexuales. Esta información sugiere que por un lado en *El Comercio* existe una disminución al empleo de estadísticos o informes dentro de su cobertura. Por el otro lado sin embargo, se sigue manteniendo como un referente estadístico la situación de los homosexuales tanto antes y después del 2013.

Por otro lado en *El Telégrafo*, del total de noticias que emplean al menos un estadístico o un informe antes del 2008 (38.9%), se ha observado que el 55% de estas han hecho relación a la situación de los homosexuales y en segundo lugar un 22% a los travestis. Después del 2013 el total de noticias que emplean al menos un estadístico o un informe en el mismo diario (20%), un 66% se ha referido a la situación de los homosexuales y un 33% a la de los intersexuales. Al respecto en este medio se puede manifestar por un lado que después de este año ha existido un decrecimiento por el empleo de elementos temáticos dentro de su cobertura. Por el otro lado, sin embargo, se sigue teniendo como referencia datos sobre la situación de los homosexuales como una fuente relevante de la información.

Para el caso de *El Comercio* con respecto a la totalidad de noticias que al menos citan la opinión de un experto antes del 2013. En *El Comercio* (17.8%), el 75% ha hecho alguna relación a asuntos sobre los homosexuales y el 25% con respecto a los LGBTI. Por otro lado, después del 2013 se ha observado una disminución a un 0% de noticias en las que al menos se emplea como fuente la opinión de un experto. Similarmente, dentro de *El Telégrafo* donde se observa que ha existido un decrecimiento por el empleo de opiniones expertas, del 32% antes del 2013 a un 20% después de este año.

Así, haciendo relación al empleo de fuentes dentro del clamor popular. Antes del 2013 en *El Comercio* el 62% de las noticias han empleado diferentes puntos de vistas relativos a sujetos particulares, dentro de los cuales se han dado citas preferentemente las opiniones de actores que por el medio han sido etiquetados como homosexuales en un 43%, en segundo lugar a ciudadanos con un 13% y en tercer lugar a lesbianas igualmente con un 13%. Después, del 2013 se identifica un leve decrecimiento a un 57%, dentro de los cuales se ha dado prioridad

en un 28% a la cita de personas que el medio ha etiquetado como homosexuales, en segundo lugar a lesbianas con un 28% y tercero igualmente con un 28% a transgénero.

Esto sugiere que no han existido mayores cambios en el emplear al clamor popular como fuente de referencias, sin embargo, sí se han mantenido todavía la opinión de sujetos que son considerados como homosexuales como un elemento clave dentro de la cobertura dentro de este análisis para *El Comercio* tanto antes y después del 2013. En *El Telégrafo*, por otro lado, se observa un incremento del empleo de fuentes del 55% antes del 2013 a un 80% después del mismo año. Sin embargo, en este medio similarmente se ha dado una fuerte referencia a la situación de los homosexuales con respecto a la opinión de otros grupos dentro de su cobertura dentro del empleo de sus fuentes.

Atribución de responsabilidad antes y después del 2013: En *El Comercio* del total de noticias antes del 2013 el 45.8% de las mismas se han encontrado atribuciones de responsabilidad, donde los mayores porcentajes han girado en torno a los policías con un 27% en un primer lugar, segundo a la sociedad con un 26% y tercero a la familia con un 18%. Después del 2013, lo que se observa es un decrecimiento de las noticias en las que se puede identificar la sugerencia a una atribución de responsabilidad a un (28.6%). Similarmente, lo que ha sucedido en *El Telégrafo*, antes del 2013 se observa un 44% de noticias en las que hay atribuciones de responsabilidad, y después al 40%.

Conclusiones

El presente trabajo trató de un estudio comparativo sobre el encuadre mediático con el que medios ecuatorianos, como *El Telégrafo* y *El Comercio*, han expuesto el tema LGBTI dentro de una parte de sus agendas. En este sentido si bien se resalta la condición visibilizante de los medios masivos de comunicación para fortalecer el consenso social y la reproducción cultural a través de los temas que exponen (McCombs 2006, 255), también es cierto que se ha logrado identificar dentro de este análisis que los medios de comunicación no son unos actores neutrales en la manera de representar el escenario social con el que interactúan. Así, se ha corroborado la postura que “los medios de comunicación no son unos agentes objetivos constructores de la realidad, ya que la conceptualizan bajo unos parámetros para ofrecerlas a sus audiencias [...]” (Sádaba 2001, 172).

Tras analizar los contenidos se ha verificado una porción de esta condición, que constituye un problema con respecto al rol social que deben cumplir los medios de la comunicación y la información en su entorno social. En especial, cuando la generación “de objetos, temas, *issues* o asuntos mediáticos” (McCombs 2006) dentro de una prensa pública y otra privada han manifestado determinados enfoques. Este trabajo en este sentido partió de la identificación de elementos sobre la cobertura de las marchas por el Orgullo y sus protagonistas. Las mismas que han sido un acontecimiento fundamental en la representación de un sistema de movimientos sociales dentro del entorno social del país, generando las condiciones para que grupos LGBTI adquieran dentro del marco temporal en el que se dan sus acciones colectivas, una suerte de visibilidad pública a través de una cobertura de los medios de comunicación en el Ecuador, como objetos mediáticos.

Los contenidos al respecto han sido un factor clave, sobre todo, para empezar con un análisis en el que se identificó al menos la interacción de tres escenarios; como es el de los movimientos sociales LGBTI, los medios de comunicación y las audiencias en el país. Así, se comenzó analizando una cobertura con respecto a las marchas por el Orgullo a través del empleo de elementos cuantitativos, sobre la presencia que los temas LGBTI han ido adquiriendo en los medios, y otros cualitativos, junto a las maneras en que se han presentado finalmente los contenidos ante unas audiencias. Estas posturas son las que permitieron identificar una parte de una *agenda mediática* en torno a los temas que se han producido y al mismo tiempo, un tipo de *encuadre mediático* en el que se han desarrollado los asuntos sobre

los movimientos LGBTI ante diversos públicos, dentro de una aproximación inicial a un estudio completo sobre la interacción de estos tres campos.

Por un lado, se ha observado que existe una suerte de presencia sobre determinados temas alrededor de la cobertura de las marchas por el Orgullo entre 1998 y el 2015 tanto en *El Comercio* y *El Telégrafo*, bajo determinadas características asignadas por estos dos medios. Lo que ha implicado entender una condición de visibilidad que han ido adquiriendo los movimientos LGBTI desde los medios serios ecuatorianos y su representación. Para este caso, se ha observado a lo largo de estos años la presencia de elementos informativos donde lo homosexual y lo *gay*, especialmente dentro de los titulares, ha ido marcando una suerte de tendencia como asunto mediático relevante para ambos periódicos.

Así, los datos que corroboran esta postura, tomando de referencia un periodo antes del 2008 (año que tras realizar un análisis de resultados se convirtió en un momento crítico dentro de este estudio), el 100% de las noticias en *El Telégrafo* visibilizaron los asuntos referentes a los homosexuales. Por el lado de *El Comercio* antes de ese mismo año, el 52% hizo referencia a la situación de los *gays* y/o homosexuales, siendo uno de los mayores porcentajes en comparación a los valores sobre temas de otros grupos que ambos medios otorgaron relevancia. Por ejemplo antes del 2008, se observaron titulares como “Conquista de homosexuales británicos” (*El Telégrafo* junio 24, 1998), “España legalizó el matrimonio *gay*” (*El Telégrafo*, julio 1, 2005), “Supremo anuló ley contra homosexuales en EEUU” (*El Telégrafo*, junio 27, 2003), “La comunidad *gay* discute sus derechos” (*El Comercio*, junio 30, 2001) “El Malecón se cierra a los *gays*” (*El Comercio*, junio 30, 2003) o “La comunidad homosexual crea sus propios espacios” (*El Comercio*, julio 7, 2004) en los que se ha identificado el énfasis en torno a lo *gay* y lo homosexual sobre los temas.

Aunque, después del 2008 se observó un incremento por otorgar visibilidad a los asuntos sobre lo LGBTI, bajo la etiqueta de un solo movimiento unificado donde no se resaltaron particularidades de un grupo específico tanto en *El Comercio* y *El Telégrafo*, la tendencia se ha mantenido en torno a unos porcentajes altos sobre la producción de temas relativos a lo *gay* y lo homosexual después de este año. Así, para el caso de *El Comercio*, si bien aproximadamente el 70% de sus titulares hizo referencia a la comunidad LGBTI dentro de sus destacados luego de este año, el 25% restante ha tratado sobre los *gays* y homosexuales, dejando la distribución porcentual restante a temas sobre otros grupos LGBTI, entre 1 al 5% aproximadamente. De forma similar, también dentro de *El Telégrafo*, aunque el 72% de las

noticias después del 2008 empleó el término LGBTI, el 20% restante se ha relacionado a lo *gay* u homosexual, dejando la identificación de temas con respecto a otros grupos específicos LGBTI; dígase lesbianas, bisexuales, transgénero e intersexuales a unos porcentajes menores entre el 1 al 10% dentro de este diario.

Por lo que en términos de una *agenda mediática* que hace referencia a “la información presentada en los medios y, la importancia que los medios la atribuyen a los temas ante una diversidad de audiencias [...]” (VanSlyke 1991, 211), se ha podido expresar una primera conclusión al manifestar que las etiquetas homosexual y *gay* se han constituido en los principales elementos atribuidos en los temas mediáticos relacionados a los grupos LGBTI dentro de estas agendas consideradas. Por ello es que existe una suerte de relación de este momento histórico con los resultados obtenidos dentro de este estudio, sobre todo después del 2008, donde lo homosexual y lo *gay* aún se ha mantenido en un porcentaje elevado

Sin embargo, por otro lado, tras realizar un análisis cualitativo, sobre todo, para entender la manera en que se presentaron los contenidos más allá de la importancia que los medios atribuyeron a los temas, también se observó que la prensa, considerando los casos de *El Telégrafo* y *El Comercio*, han empleado unos formatos para presentar los asuntos. En especial, cuando se planteó dentro de este trabajo un diagnóstico sobre el empleo de sus fuentes para definir un problema, atribuciones de responsabilidad explícitas, evaluaciones morales y recomendaciones (Entman 1993, 52). Así, tras el empleo de estas variables se ha llegado a una segunda conclusión en la que los contenidos de los medios elegidos evidenciaron unas valoraciones y cargas subjetivas, con respecto a dar prioridad al enfoque de determinado grupo.

Esto implicó la existencia de un *frame mediático* en sus contenidos relacionado a favorecer la representación de los homosexuales. Así, en términos generales, entre 1998 y el 2015 ambos medios se han caracterizado por resaltar informes y estadísticos para definir los problemas que deben afrontar este grupo. En el caso de *El Comercio* antes del 2008, del total de noticias analizadas el 66% de ellas presentó al menos un dato estadístico, sin embargo, de ese 66% el 36% correspondió a la situación de los homosexuales, representando el mayor porcentaje en comparación a otros grupos. Luego del 2008 se presentó una distribución similar, ya que si bien bajo el porcentaje en el que se encontraron noticias con al menos un dato estadístico en un 16%, de este 16%, el 29% de ellas hizo relación a los homosexuales, siendo los

porcentajes más altos con respecto a los datos presentados a otros grupos como parte de un *encuadre mediático* manifestado en *El Comercio*.

Con respecto a *El Telégrafo* antes del 2008, el 29% del total de las noticias analizadas al menos emplearon un estadístico o informes, las mismos que se basaron completamente en la situación de los homosexuales. Después del 2008, el 47% de las noticias donde se identificaron al menos un estadístico o informes en *El Telégrafo*, el 63% de las mismas dio relevancia a la situación de los homosexuales antes que a los asuntos de otros grupos. Esto ha implicado, que desde los dos medios se ha mantenido la tendencia por resaltar la condición de los homosexuales, especialmente, a través del empleo de elementos temáticos para definir problemas en los dos medios, antes y después del 2008 dentro de sus respectivos géneros informativos y de opinión.

Similarmente, se ha dado con la cita de opiniones que adquieren relevancia como fuentes de información para construir el tema y definir un problema. En especial, aquellas centradas en la voz popular de unos protagonistas que se han presentado como una suerte de elementos episódicos en los contenidos. En términos generales, ambos medios han dado prioridad a las citas de personajes que se han etiquetado como homosexuales ocupando los mayores porcentajes. Por ejemplo, dentro del análisis global presentado en los resultados, del 61% de noticias analizadas en *El Comercio* que ha citado al menos una fuente relacionada con algún personaje particular, el 41% ha correspondido a personas etiquetadas como homosexuales, siendo el mayor número encontrado en comparación a otros grupos.

En *El Telégrafo*, se ha dado algo similar cuando el 60% de las noticias analizadas, el 16% ha correspondido a sujetos identificados como homosexuales. Así, con relación al empleo de fuentes desde el clamor popular, antes del 2008 en *El Telégrafo* cuando era un medio de propiedad privada, este ha dado favor a la cita de antagonistas, en un 100%, dentro de su cobertura. A diferencia después del 2008, cuando pasó a ser propiedad del Estado y administrado por el gobierno, identificándose el mayor porcentaje (un 24%) por la preferencia a las opiniones de personas etiquetadas como homosexuales y *gays* en un mayor rango.

Con respecto a las atribuciones de responsabilidad, del total de noticias analizadas en *El Comercio* aquellas en las que se identificó al menos una atribución de responsabilidad de forma explícita, se ha empleado elementos estadísticos, opiniones expertas u opiniones del clamor popular de forma *saliente* (44.8%) entre 1998 y el 2015, sobre algún problema; un

13.8% ha establecido a la sociedad como la principal causa, el 10.3% a la familia, y en tercer lugar con un 10.3% a la policía. Además, dentro de este 44.8%, el 34.5% ha empleado elementos en los que se sugiere algún grado de vulnerabilidad sobre los homosexuales, donde nuevamente se registra un porcentaje elevado que ha hecho relación a la importancia que adquiere la condición de este grupo antes que a otros. Lo que ha sugerido en términos generales una suerte de alianza de este medio con respecto a representar la vulnerabilidad, especialmente, de los homosexuales.

En *El Telégrafo* del total de noticias que se observa al menos una atribución de responsabilidad (48.8%), un 17.6% ha establecido a la sociedad como la principal causa de un problema, 11.8% a las legislativas, 6.8% a la médica y en tercer lugar con un 6.5% a la policía entre 1998 y el 2015. Dentro de este 48.8%, el 23.3% de las noticias han tendido a mostrar a los homosexuales como víctimas con respecto a otros grupos. Cabe mencionar que las atribuciones de responsabilidad en este medio cambiaron después del 2008. Mientras, antes de este año, el 100% de las atribuciones de responsabilidad recaían sobre los homosexuales, por ejemplo al ser identificados como una causa del VIH. Luego del 2008, se observa que el medio ha tendido a resaltar la condición de vulnerabilidad de este grupo, mostrándose *El Telégrafo* a una suerte de aliado como medio público, lo que no sucedía antes cuando era de propiedad privada.

Por otro lado en *El Telégrafo* también se encuentran casos específicos en los que el medio ha otorgado saliencia hacia algún tipo de repercusión que se pueda considerar como una evaluación moral. En el 2004, se observó una postura dirigida a la sociedad en alertar sobre las amenazas que implicaban las nuevas perspectivas que se han dado sobre la diversidad sexual y del género. “Una amenaza contra la naturaleza y el designo de Dios” (*El Telégrafo*, junio 28, 2004). En el 2011, se observa un cambio de opinión, ya que la evaluación se dirige a las personas para que cambien de actitud en torno a los estigmas que hay con respecto a la sociedad sobre la situación de los homosexuales (*El Telégrafo*, junio 29, 2011). Lo que antes del 2008 ha marcado una postura contraria a los homosexuales y *gays* desde este medio, luego del 2008; se evidencia una suerte de alianza sobre todo con los homosexuales desde lo que se puede considerar una evaluación moral.

Para el caso de *El Comercio* se ha observado que las evaluaciones morales se han mantenido dentro de una línea de alianza con respecto a los homosexuales, presentando casos esporádicos. Por ejemplo, se identificaron algunas de forma explícita en 1998, año en el que

medio sugirió que los homosexuales dejen de ser vistos como víctimas dentro de un artículo editorial de Carlos Montaner (*El Comercio*, junio 30, 1998). En el 2003 se observó que el medio dio relevancia a la opinión de los expertos del Comité de Derechos Humanos para que se reconozca su libertad a caminar en el espacio público (*El Comercio*, julio 4, 2003).

Finalmente, el único año donde se observó que un medio otorga importancia a una recomendación hacia una acción colectiva de forma explícita ha sido *El Comercio*, el 29 de junio de 1998. Año en el que se dio la primera marcha por el Orgullo en el Ecuador, donde se ha invitado al público, a salir del *closet*. Lo que ha implicado que durante el resto de años, ambos medios se han caracterizado por no otorgar promover una acción colectiva o declarar una solución ante los problemas sugeridos desde sus contenidos.

Estos aportes han sido relevantes sobre todo para determinar dentro de esta conclusión como tanto *El Comercio* y *El Telégrafo* se han ido caracterizando a lo largo de este tiempo, otorgando cierta invisibilidad dentro de sus marcos mediáticos, con respecto a otros grupos, para enfocarse en determinados asuntos como ha sido el caso de los homosexuales y los *gays*. Así, el encuadre mediático ha sido limitado a este enfoque, cumpliéndose el hecho de considerar a los medios de información como unos “agentes no neutrales” (Sádaba 2001, 172) y que revelan desde sus contenidos ciertas asimetrías con respecto a la representación de los movimientos sociales (Gamson y Wolfsfeld 1993, 120) en este caso se ha aplicado a los grupos LGBTI y su representación mediática en estos dos medios.

Por otro lado, también se puede cuestionar otra tendencia que se ha manifestado en los dos medios, y esta ha sido de que luego del 2008 en ambos medios han aumentado los porcentajes de contenidos en los que no se citan fuentes, sea a una suerte de elementos episódicos o temáticos, donde el comunicador se ha convertido en la principal fuente de información que describe los acontecimientos ante las audiencias. Esto conlleva a la identificación de otro problema en torno a la representación que están adquiriendo los movimientos LGBTI en los medios informativos, ya que se ha estado reduciendo su riqueza de opiniones y datos estadísticos que revelan sus diversas situaciones y problemas, a simples descripciones como sucede cuando se encuentran breves y noticias secundarias informativas.

Por ejemplo, antes del 2008 en *El Comercio*, los contenidos donde no se dio cita a una fuente estuvo entre el 30% por ciento del total de temas analizados dentro de ese diario. Valor que subió luego de ese año a un 58% aproximadamente. De forma similar, si bien antes del 2008

El Telégrafo en un 60% presentó notas periodísticas donde no se citaron las fuentes, luego de ese año, el valor decreció a un 56%, sin embargo, los valores aún son elevados en los dos periódicos y en esos dos momentos diferentes, lo cual marca una tendencia a no citar fuentes para la construcción de los contenidos en los medios de comunicación analizados.

Por ello es que se puede realizar una final conclusión como una aproximación inicial para entender la interacción del sistema mediático, el sistema de los movimientos sociales y las audiencias en el Ecuador a través de un análisis de contenido de estos dos medios. Y es que sí se ha evidenciado que la prensa pública, por ejemplo en el caso de *El Telégrafo*, se ha mostrado a una suerte de aliada de los movimientos LGBTI, sobre todo, en la producción de una mayor cantidad de temas con respecto a la situación del colectivo LGBTI cuando ha sido administrada por el gobierno. Sin embargo, la prensa pública, al igual que la privada, ha tomado como principal referente a lo homosexual y lo *gay* como asunto y enfoque mediático de sus coberturas, lo que ha establecido más una semejanza entre ambas, dejando a un plano secundario la producción de temas sobre otros grupos como las lesbianas, bisexuales, intersexuales o transgénero.

Esto permite plantear una serie de interrogantes dirigidas a un análisis de encuadre más completo, especialmente, relacionado a la postura desde el sistema de movimientos con respecto al rol de los medios de comunicación, o relacionado con los procesos de producción de noticias dentro de los medios de comunicación o vinculado con los efectos que tienen los temas que salen a luz y la manera en que son interpretados por las audiencias. Por ejemplo, cuando surgen más preguntas sobre ¿Cómo se dan los marcos interpretativos entre periodistas y activistas? ¿Cómo se dan los efectos dentro del campo interpretativo de las audiencias?

En este sentido, los pocos análisis de encuadre que se han hecho en el país sobre los grupos LGBTI con relación a los medios de comunicación revela la prontitud por empezar a realizar estos estudios y resolver sus respectivas inquietudes, ya que los resultados de su contribución empírica son necesarias, sobre todo, para alcanzar la aplicación de la igualdad social en términos de comunicación e información. Por un lado, para mejorar las condiciones en la que se da la producción de contenidos en los medios serios, y por otro lado, para visibilizar la realidad de otros grupos que pertenecen a los movimientos LGBTI. Los mismos que también requieren ser observados por los públicos que consumen los medios más allá de la relevancia que puede adquirir la homosexualidad o la *gaydad* como un referente informativo dentro del consenso social.

Lista de referencias

- Abela, Andréu. 2001. "Técnicas de análisis de Contenido: Una revisión actualizada". Artículo. Universidad de Granada. UCES (S200103)
- Aconda, Patricio. 2015. "Politización del movimiento GLBTI en el debate sobre el Matrimonio Igualitario en Medios impresos del Ecuador". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Almeida, Mónica et al. 2011. Análisis del Desarrollo mediático en el Ecuador 2011. Quito: Unesco.
- Aguirre, Patricio. 2008. "Maricones: entre la disputa y la clandestinidad". *Estudios sobre sexualidades en América Latina*, editado por Kathya Araujo y Mercedes Prieto. 141-143. Quito: FLACSO.
- Amado, Adriana. 2003. *Prensa y comunicación: Persona y empresas frente a los medios*. Bogotá: Macchi.
- Argüello Pazmiño, Sofía. 2013. "El proceso de politización de la sexualidad: identificaciones y marcos de sentido de la acción colectiva". *Revista Mexicana de Sociología* 75 n°1: 173-200.
- Ávila, Caroline. 2013. "El sistema de comunicación en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador". *Chasqui* 21 n° 124. 71-80.
- Ayala Mora, Enrique. 2013. Introducción a *El Periodismo: en la dialéctica política ecuatoriana* de Alfredo Albuja Galindo. 7-61. Ecuador: La Tierra.
- Barbero, Jesús Martín. 1998. *De los medios a las mediaciones*. México: Ediciones G. gili, S.A.
- Bardín, Laurence. 2002. *Análisis de Contenido*. Madrid: Colmenar Viejo.
- Bateson, Gregory. 1972. *Steps of an Ecology Mind*. New Jersey: Jason Aronson.
- Berelson, Bernard 1952. "Content Analysis in Communication Research". *Handbook of Social Psychology* 1 n°1.
- Blanco, Fernando. 2013. "Queer Latinoamérica: ¿Cuenta regresiva?". En *Resentir lo Queer en América Latina diálogos desde el sur/con el Sur*, editado por Diego Falconí Tráve, Santiago Castellanos y María Amelia Viteri, 27-43. Barcelona: Egales.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bravo, Roberto. 2011. "Comunicación, sexualidad, homofobia. Los procesos comunicacionales de inclusión y exclusión sexual del colectivo GLBTI". Tesis de Licenciatura. Universidad Central del Ecuador.

- Bravo, Roberto. 2013. "La influencia del discurso en el desarrollo de la cooperación internacional, destinado a la prevención del VIH/SIDA, en la construcción de identidades sexuales en Ecuador en el Ecuador en el periodo de 2007 y 2011". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Chacon, Fabry. 2008. "Ecuador: Retorno a la democracia y avances en derechos humanos". Artículo Programa Andino de Derechos Humanos. Scribd (297019515).
- Chavero Palmira, Felipe Aliaga y Martín Oller. 2014. "Índice de Vulneración de Derechos en los medios: Una herramienta conceptual y técnica para analizar los contenidos mediáticos". Índice de vulneración de derechos. ResearchGate (270572720).
- Chihu, Aquiles. 2012. "La teoría del *framing*, un paradigma interdisciplinario". *Acta sociológica* 1 n°59: 77-101.
- Cohen, Bernard. 1963. *The Press and Foreign Policy*. Nueva Jersey: Princeton.
- Contero Bastidas, Alicia Margarita. 2014. "La criminología mediática en el Ecuador. Influencia de los medios de comunicación en la creación y modificación de tipos penales". Tesis magistral. Universidad Simón Bolívar.
- Díaz, Clemente. 1992. "Análisis de Contenido como técnica de investigación de la comunicación social". En *Métodos y técnicas de investigación*, coordinado por Miguel Clemente Díaz. 186-207. Madrid: Universidad Complutense.
- Dussailant, Patricio. 2004. "La neutralidad como forma de encuadre en una campaña electoral". *Comunicación y Sociedad* 7 n° 2: 45-71.
- Etman, Robert. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication* 43 n°4: 51-58.
- Figari, Carlos. 2010. "El movimiento LGBT en América Latina: Instituciones oblicuas". *Movilizaciones, protestas e identidades políticas en la Argentina del bicentenario* 1 n°11. 225-240.
- Flores, Julia. 2007. "La diversidad sexual y los retos de la igualdad y la inclusión". *Colección Estudios* 1 n° 5: 5-124.
- Fraire, Bárbara. 2011. "La homosexualidad y los medios de comunicación en Argentina". Tesis de licenciatura. Universidad de Morón.
- Gamson, William y David Mayer. 1999. "Marcos interpretativos de la oportunidad política". En *Movimientos Sociales: Perspectivas Comparadas, oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales*. 19-21. Madrid: Cambridge

- Gamson, William y Gadi Wolfsfeld. 1993. "Movements and Media as Interacting system." *The Annals of the American Academy and Political Science* 528 n°1: 114-125.
- Gamson, William, David Croteau, William Hoynes y Theodore Sasson. 1992. "Media images and the social construction of reality". *Annual Review of Sociology* 18, n°1: 373-393.
- Gandy, Oscar. 1991. En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Protest y Maxwell McCombs, 261-263. New York: Routledge.
- García, Hector. 2005. "Aproximación bibliográfica a la marcha del orgullo gay en la ciudad de México". Tesis de licenciatura. UNAM.
<http://132.248.9.195/pdtestdf/0340433/A4.pdf>
- Gitlin, Todd. 2003. Prefacio en *The Whole World mass media in the making*, de Todd Gitlin, xiii-xxii. Los Ángeles: University of California Press.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University.
- Gross, Kymberly. 2008. "Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion". *Political Psychology* 29 n° 2:169-192.
- Hallin, Daniel, y Paolo Mancini. 2008. *Sistemas Mediáticos Comparados*. Barcelona: Hacer.
- Hanitzsch, Thomas. "Modeling Perceived Influences on journalism: Evidence from a Cross-national survey of Journalists". *J&MC* 87, n.º1 (2010): 5-22.
- Hunt Scott, Robert Benford y David Snow. 1994. "Marcos de acción colectiva y campos de identidad en la construcción social de los movimientos". En *Los nuevos movimientos sociales de la ideología a la identidad*, editado por Enrique Laraña y Joseph Gusfield, 221-249. Madrid: CIS.
- Iyengar, Shanto. 1991. *Is anyone responsible?* Chicago: Universidad de Chicago.
- Iyengar, Shanto. 1994. *Televisión y opinión pública*. Montevideo: Gernika.
- Jaramillo, María. 2013. "Procesos de formación periodística en el interior de los medios de comunicación". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Jiménez, Sandoval. 2012. "Objetividad y censura en el oficio del periodista". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Jordán, Rodrigo y Allen Panchana. 2010. "Los medios de comunicación en Ecuador". *Revista The Handbook of Spanish Language Media* 5: 1-35. Acceso el 12 de mayo del 2016.
<https://goo.gl/5PK0Pg>.
- Kendall, Diana. 2011. *Framing Class*. Plymouth: Rowman.

- Kitzberger, Philip. 2010. "Giro a la izquierda, populismo y activismo gubernamental en la esfera pública mediática en América Latina". En *Poder político y los medios de comunicación*, compilado por Bernardo Sorj. 61-105. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Koziner, Sabrina. 2013. "Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación". *Austral Comunicación* 2 n° 1:1-25.
- Krippendorff, Klaus. 1990. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: PAIDÓS.
- Lippmann, Walter. 1991. "Public Opinion". En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Pross y Maxwell McCombs, 2-20. New York: Routledge.
- Luengo, Francisca. 2010. "Masculinidades no dominantes: Una Etnografía de *Gaydar*". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Mancero, Cristian. 2007. "La construcción del movimiento *gay* y sus manifestaciones sociales, culturales, y políticas de la ciudad de Quito". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Mata, María Cristina. 2006. "Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares". En *El Consumo cultural en América Latina construcción teórica y líneas de investigación*, coordinado por Guillermo Sunkel. 289-317. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- McAdam, Doug John McCarthy y Mayer Zald. 1999. Introducción a *Movimientos Sociales: Perspectivas Comparadas, oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales*. 19-21. Madrid: Cambridge.
- McAdam, Doug. 1999. *Political Process and the Development of Black Insurgency 1939-1970*. Londres: Chicago press.
- McCombs, Maxwell. 1991. "The Agenda Setting Function of Mass Media". En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Pross y Maxwell McCombs, 17-26. New York: Routledge.
- McCombs, Maxwell. 1994. "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En *Los efectos de los medios de comunicación*, compilado por Jennings Bryant y Dolf Zillmann, 13-35. Barcelona: PAIDÓS.
- McCombs, Maxwell. 1996. "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En *Los efectos de los medios de comunicación*, compilado por Jennings Bryant y Dolf Zillmann. 13-35. Barcelona: Paidós.
- McCombs, Maxwell. 2006. *Estableciendo la agenda*. Buenos Aires: PAIDÓS.

- McCombs, Maxwell y Donald Shaw. "The agenda-setting function of mass media". En *Public Opinion Quarterly*, editado por Maxwell McCombs. 176-187. Londres: Oxford.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. Los Angeles: SAGE.
- Mejía Jorge y Mauri Almanza. 2010. "Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos". *Revista Justicia* 1 n° 17: 78-110.
- Mitau, Caride. 2012. "El consumo de los medios de comunicación y el acelerado aumento de internet en el Ecuador". *ComHumanitas* 3 n°3: 101-120.
- Orlando, Rocío. 2012. *Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Orozco, Guillermo. 2011. "La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red". En *Análisis de la recepción en América Latina*, editado por Nilda Jacks. 377-408. Quito: Encuentros.
- Quiroz, Pamela. 2013. "From Finding the Perfect Love Online to Satellite Dating and 'Loving the-one-You're-Near': A look at Grindr, Skout, Plenty of Fish, Meet Moi, Zoosk and Assited". *Humanity and Society* 37: 181-185. Doi: 10.1177/0160597613481727
- Peña, Diego, Lilia Lemos, Paola Viera, Doris Espín, Mónica Benavides y Janneth Cervantes. 2014. *Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación*. Ecuador: *El Telégrafo*.
- Prasad, David. "Content Analysis. A method of Social Science Research. CSS". En *Research methods for Social Work*, editado por Lal Das Bhaskaran. 173-193. Nueva Deli: CSS.
- Protest, David y Maxwell McCombs, ed. 1991. *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Nueva York: Routledge.
- Punín, Martínez y Alison Martínez. 2013. "La profesionalización periodística en el Ecuador: ¿La experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas?". *Estudios sobre el mensaje periodístico* 19 n° 1:505-517.
- Quintana, Yina, José L. Pimentel y Rosa Bravo. 2014. *Balance y perspectiva de los derechos humanos de los GLBTI en el Ecuador*. Quito: AECID.
- Quiroz, Pamela. 2013. "From Finding the Perfect Love Online to Satellite Dating and 'Loving the-one-You're-Near': A look at Grindr, Skout, Plenty of Fish, Meet Moi, Zoosk and Assited". *Humanity and Society* 37: 181-185. doi 10.1177/0160597613481727
- Ramos, Enrique. 2010. "Medios públicos y poder político en la era de Rafael Correa". En *La Palabra Rota*, editado por César Ricaurte.207-291. Quito: Fundamedios.

- Reese, Stephen. 1991. En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Protess y Maxwell McCombs, 261-263. New York: Routledge.
- Rowe, Austin. 2010. "Medias' Portrayal of Homosexuality as a Reflection of Cultural Acceptance". *Undergraduate Research Award Paper 8*: 1-13. <http://goo.gl/Jfwo6M>
- Ricaurte, César. 2010. Prólogo a *La Palabra Rota* de Ana Karina López, Hernán Ramos y Pául Mena. 11-13. Quito: Fundamedios.
- Rivera Costales, José. 2010. "Web 2.0 y los medios en Ecuador". Artículo Chasqui. Documents.mx (medios-en-ecuador-internet-y-20).
- Iyengard, Shanto. 1994. *Televisión y opinión pública*. Montevideo: Gernika.
- Sádaba, Teresa. 2001. "Origen, aplicación y límites de la teoría del encuadre en comunicación." *Comunicación y Sociedad* 14 n° 2: 143-175.
- Sádaba, Teresa. 2004. "Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre". *Política y Sociedad* 41 n°1: 65-78.
- Salgado, Judith. 2004. "Análisis de la interpretación de la inconstitucionalidad de la penalización de la homosexualidad en el Ecuador". *Aportes Andinos* 1 n°11. 1-12.
- Santillán, José Ramón. 2012. "Comunicación y Representación Política". *Razón y Palabra* 1: 3-8. [Http://: www.razónypalabra.org.mx](http://www.razónypalabra.org.mx)
- Serrano, Gloria. 1994. *Investigación Cualitativa. Métodos y técnicas*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- Scheufele, Dietram. 1999. "Framing as a Theory of Media Effect". *Journal of Communication* 1 n°1. 105-122.
- Settani, Sebastián. 2013. "Las marchas del orgullo LGBT y las paradojas de la visibilidad mediáticas". *Sexualidades politizadas y medios de comunicación* 1 n° 76: 61-70.
- Snow David y Doug McAdam 2000. "Identity Work Processed in the Context of Social Movements: Clarifying the Identity/Movement Nexus". En *Social Identity, and Social Movements*, editado por Shelson Stryker, Timothy J. Owens y Robert W. White. 41-63. London: University of Minnesota press.
- Svavarsdóttir, Sigrún. 2008. "The virtue". *International Phenomenological Society* n° 1:1-33.
- Tarrow, Sidney. 2012. *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza
- Tuchman, Gaye. "Making News by doing Work: Routinizing the Unexpected". *Chicago Journals* 79, n° 1 (1973): 110-131.
- Turizo, Jorge y Maury Almanza Iglesia. 2010. "Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos LGBT Community: History and legal recognitions". *Revista*

Justicia 17 n°1: 84-100.

<http://132.248.9.34/hevila/JusticiaBarraquilla/2010/no17/7.pdf>

VanSlyke Turk, Judy. 1991. "Public Relations' Influence on the News". En *Agenda Setting*, editado por David L. Protess y Maxwell McCombs. 211-223. Mahwah: Routledge.

Villarruel Marco, Alan Patroni, Migdalia Pineda, Fernando O. Paulino y Adriana Londoño. 2008. *Observador de medios de comunicación en América Latina*. Buenos Aires: kasmedios.

William Jr. Wenmouth, Mitchell Shapiro y Craig cutbirth. 1991. En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Protess y Maxwell McCombs, 251-259. New York: Routledge.

Whitney, Charles y Lee B. Becker. 1991. En *Agenda Setting readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, editado por David L. Protess y Maxwell McCombs, 223-229. New York: Routledge.

Valocchi, Steve. 2005. "Collective Action Frames in The Gay Liberation Movement, 1969-1973". En *Frames of Protest: Social Movements and the Framing Perspective*, editado por Hank Johnston . 56-89. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers

Warren, Carl. 1975. *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: ATE.

Žižek, Slavoj. 1998. "Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional". En *Estudios culturales sobre el Multiculturalismo*, editado por Fredric Jameson y Slavoj Žižek. 137-187. Buenos Aires: PAIDOS.