



ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO CON RELACIÓN A LA POBLACIÓN  
LGBTI, EN EL PERIÓDICO “EL COLOMBIANO”, VERSIÓN DIGITAL, DURANTE  
EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2020 Y EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO  
2021

MARÍA PAULINA CASTRILLÓN RODAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN  
2021



ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO CON RELACIÓN A LA POBLACIÓN  
LGBTI, EN EL PERIÓDICO “EL COLOMBIANO”, VERSIÓN DIGITAL, DURANTE  
EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2020 Y EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO  
2021

MARÍA PAULINA CASTRILLÓN RODAS

Trabajo de grado para optar a título de comunicadora social

Asesora

Nélida Montoya Ramírez

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN  
2021

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

---

Medellín, 18 de noviembre de 2021

## DEDICATORIA

Primero que nada, quisiera agradecer a Dios por darme salud, entendimiento y ganas de culminar mi carrera, a mi familia por darme la oportunidad de entrar a la universidad y continuar con el aprendizaje de la rama que escogí para mi vida profesional, ya que soy consciente de que muchas personas en el país no tienen acceso a la educación superior.

Agradezco a todos los docentes que estuvieron en este largo, pero gratificante camino, aportando todos sus conocimientos para mi formación, no ha sido fácil llegar hasta este punto, pero hoy por fin veo más cerca mi graduación, agradezco cada trabajo y asignatura que vi porque no solo me ayudaron a formarme como profesional sino también como persona, a mis compañeros de clase con quienes me compartieron de su conocimiento y largas horas de trabajo.

Hoy quisiera dedicar mi sacrificio y esfuerzo a mi madre que siempre estuvo con sus palabras dándome aliento para no desistir y a mi hijo que viene en camino a quien deseo darle mi mejor ejemplo y que él pueda cumplir todas sus metas al igual que yo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a todos y cada uno de los docentes que con su conocimiento y apoyo brindado acompañaron el proceso de elaboración de mi trabajo de grado desde los siguientes cursos:

V Nivel - Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación: Óscar Alberto Urribarri Urdaneta

VI Nivel - Epistemología de la Educomunicación: Jaime Alberto Rojas Rodríguez

VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Claudia Teresa Herrera Caicedo.

VIII Nivel - Semiótica de la Educomunicación: Pablo Andrés Huertas Obregoso

IX Nivel – Etnografía de la Comunicación – Educación: Nélide Montoya Ramírez

X Nivel - Comunicación, Educación Y Ciudad: Nélide Montoya Ramírez.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	13
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivo general	15
1.3.2 Objetivos específicos	16
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 ANTECEDENTES	17
2.2 APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL DISCURSO PERIODÍSTICO	19
2.2.1 Características del discurso periodístico	23
2.2.1.1 Claridad	23
2.2.1.2 Concisión	24
2.2.1.3 Verosimilitud	24
2.2.1.4 Univocidad	24
2.2.1.5 Sencillez	24
2.2.1.6 Naturalidad	25
2.2.1.7 Corrección	25
2.2.1.8 Interés humano	25
2.2.1.9 Variedad	25
2.2.2 Rasgos de la noticia en el marco del discurso periodístico	25
2.2.3 Análisis del discurso periodístico de la noticia	27
2.2.3.1 Procesamientos del discurso y cognición social	29
2.2.4 Elementos para el análisis del discurso periodístico	31
2.2.4.1. Paratextos	31
2.2.4.2 Rasgos gramaticales y sintácticos	34

2.2.4.3. Subjetivemas (sustantivos, adjetivos y adverbios)	34
2.2.4.4 Figuras retóricas	36
2.2.5 Población LGBTI	37
2.3 ENFOQUE DIFERENCIAL DE LA COMUNICACIÓN	38
2.3.1 Acciones de la comunicación (mediática) desde el enfoque diferencial	41
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	44
3.2 DELIMITACIÓN	45
3.2.1 Objeto de Investigación	45
3.2.2 Tiempo y Escenario	46
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	47
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	47
3.6 MUESTREO INTENCIONADO	48
3.7 PLAN DE TRABAJO	49
3.8 PRESUPUESTO	50
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	51
4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	51
4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL	52
4.2.1.1 Caracterización de las noticias	52
4.2.1.2 Tratamiento general de la noticia	59
4.2.1.3 Intención de la noticia	60
4.2.2 Características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.	61
4.2.2.1 Componentes del discurso	61
4.2.2.2 Alcance del discurso periodístico	63
4.2.3 Enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano	63
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
7.1. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	77

7.1.1 Ficha documental Objetivo 1.	77
7.1.2 Ficha documental Objetivo 2.	77
7.1.3 Ficha documental Objetivo 3.	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Características del discurso periodístico. ....	22
Figura 2. Estructura de la noticia.....	26
Figura 3. Figuras retóricas.....	36
Figura 4. Proceso de investigación.. ....	46
Figura 5. Organización información cualitativa, .....	51
Figura 6. Apartado noticia 5. ....	66
Figura 7. Apartado noticia 6. ....	66
Figura 8. Apartado noticia 8. ....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características del discurso .....	20
Tabla 2. Tipos de paratextos .....	32
Tabla 3. Enfoque diferencial por tipo de diferenciación en Colombia .....	40
Tabla 4. Acciones comunicacionales mediáticas .....	42
Tabla 5. Cronograma.....	49
Tabla 6. Presupuesto .....	50
Tabla 7. Caracterización título noticias.....	57

## FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

**Título del proyecto de investigación:** Análisis del discurso periodístico en el periódico “el colombiano”, en su versión digital, con relación a la población LGBTI, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021

**Línea de Investigación:** Comunicación - Educación

**Sublínea:** Comunicación, Educación y Medios

**Facultad:** Comunicación, Publicidad y Diseño

**Programa Académico:** Comunicación Social

**Palabras clave:** análisis del discurso, noticias, población LGBTI

### RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

Los medios de comunicación masiva tienen un rol fundamental en las sociedades, son la herramienta necesaria y casi única que tienen los seres humanos para informarse de los hechos de actualidad relevantes que convergen en su diario vivir. La mayor parte de la llamada cultura general y opiniones que se generan en la sociedad, se obtienen a través de la información que emiten los medios de comunicación. Por ende, el objetivo principal de la presente investigación es analizar el discurso periodístico en el periódico “El Colombiano”, en su versión digital, con relación a la población LGBTI, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021. Esta investigación es pertinente, ya que de acuerdo con Van Dijk (1990) “sin una explicación detallada tanto de las estructuras textuales como del procesamiento cognitivo, no es posible explicar cómo se hace realmente la noticia, a qué responden sus estructuras características o qué hacen los lectores con la información que obtienen del periódico” (p. 250). Así pues, la realización de este estudio permitió identificar de qué manera “El

Colombiano” comprende los derechos de la comunidad LGBTI y cómo esta comprensión da finalmente forma a los textos periodísticos que este produce.

En el análisis, en primer lugar, se describen los elementos del discurso periodístico existentes en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, en su versión digital, durante el periodo seleccionado. En segundo lugar, se detallan las características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano. Finalmente, se determinan el enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

La visibilidad de la comunidad LGBTI<sup>1</sup>, ha logrado un espacio considerable en los medios de comunicación, más aún en aquellos países que otorgan derechos especiales a esta población, como es el caso de Colombia, en donde se han generado políticas públicas de diversidad sexual y de identidad de género, en aras de salvaguardar los derechos fundamentales de las personas que se identifican con esta comunidad. Adicional a lo anterior, en el país hay algunos colectivos y organizaciones no gubernamentales centradas en la lucha por los derechos de aquellas personas que han sido discriminadas por amar, ser o parecer “diferentes”, estas instituciones también han contribuido a visibilizar a la comunidad LGBTI y, a que los medios de comunicación hablen en torno al tema.

Sin embargo, como lo indica Hernández (2011), en algunos medios de comunicación, aún se siguen identificando discursos periodísticos que llevan consigo un matiz estigmatizador, un claro ejemplo de esto, se percibe cuando en las noticias relacionadas con la comunidad LGBTI, algunos medios emplean eufemismos como recurso para evitar nombrar a parejas del mismo sexo, o eludir hablar de personas que hicieron una transición de género.

El hecho de que los medios de comunicación no desarrollen un discurso periodístico coherente y directo frente a las noticias de la comunidad LGBTI, puede incidir en que el mensaje transmitido se tergiverse e impedir a los lectores una comprensión de los acontecimientos desarrollados y expuestos en dichas noticias. Lo anterior, no solo indica que estos medios no tienen una comunicación con enfoque diferencial, sino que siguen privilegiando la sexualidad hegemónica o heterosexual.

---

<sup>1</sup> (Lesbiana, Gay, Bisexual, Transexual, Intersexual)

Es por lo anterior, que el presente estudio busca analizar el discurso periodístico específicamente en un medio de comunicación escrita, a saber: en el periódico “El Colombiano”, en su versión digital, con la finalidad de identificar cómo es manejado dicho discurso específicamente en las noticias relacionadas con la población LGBTI.

Este estudio se desarrolla a partir de la línea de investigación “Comunicación-Educación” (López, 2006) del programa de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó, en la medida que, a través de los resultados se busca contribuir a la generación de conocimiento en torno al tema del discurso periodístico vinculante e inclusivo en medios de comunicación como el periódico. Este elemento es fundamental, ya que, con base al conocimiento frente al tema, no solo se puede contribuir de forma efectiva en la solución de problemáticas, sino en la generación de nuevos y renovados comportamientos sociales, dirigidos al respeto por la diversidad sexual y la identidad de género.

De igual modo, el estudio se relaciona con la Sublínea de investigación “comunicación, educación y medios”, ya que se busca, a partir de los resultados del estudio, transitar de los “medios a las mediaciones”, y posicionar el papel del comunicador social Amigoniano como el de un intermediario, un constructor de narrativas, un transmisor de saberes que, en este caso se relacionan con el discurso periodístico de un medio de comunicación (Periódico El Colombiano en su versión digital) y cómo este se desarrolla en aras de incluir a un grupo minoritario, como es el caso de la comunidad LGBTI.

Este estudio es pertinente porque permitirá un análisis del discurso periodístico que posibilite entender la multifuncionalidad e ideologías de los textos periodísticos y su respectiva articulación con otras prácticas sociales y momentos no discursivos (contexto social, los procesos de producción y consumo de textos), proporcionando así a los estudiantes de comunicación social y afines, los mecanismos teóricos y metodológicos para el análisis y deconstrucción textual de noticias, que les permitan

elevar su conciencia crítica en relación al poder e impacto de la discursividad mediática.

## **1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA**

Desde la perspectiva de Moreno (2018), aun en la actualidad pueden observarse distintas problemáticas sociales enmarcadas por situaciones de discriminación a causa de la preferencia y la identidad sexual de las personas. En ocasiones las acciones de exclusión son naturalizadas al punto de pasar desapercibida para muchos, sin embargo, son sentidas por los afectados directos: los integrantes de la comunidad LGBTI.

Una de las formas de discriminación de la comunidad LGBTI es a partir de tratamiento y cubrimiento de las noticias que se desarrollan sobre sus integrantes, en la medida que, en algunos casos en estos textos no se tienen en cuenta elementos como el lenguaje inclusivo o, lo que es peor, se desarrolla el tema de identidad y preferencias sexuales desde una perspectiva parcializada.

Es por lo anterior, que la presente investigación se dirige a responder la siguiente pregunta problema: ¿Cómo es el discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico “El Colombiano”, versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo general**

Analizar el discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico “El Colombiano”, versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Describir los elementos del discurso periodístico existentes en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, en su versión digital, durante el periodo seleccionado.
- Detallar las características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.
- Determinar el enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Todo proceso de investigación implica producir con coherencia, lo cual no es posible cuando el estudio se basa exclusivamente en las opiniones o percepciones del investigador, al generarse sesgos y errores considerables, contrarios a los criterios de la investigación científica. Por tanto, los procesos de investigación deben estar apoyados por la fundamentación teórica de autores que han contribuido a constituir el objeto de conocimiento que, en este caso se refiere al discurso periodístico “inclusivo” en los medios de comunicación, particularmente en el periódico.

Desde la visión de Daros (2002), el marco teórico es una herramienta importante para la construcción de los problemas de investigación y para su posterior desarrollo. Para el autor, “el marco teórico es un proceso que implica considerar separadamente las partes de este en función de una totalidad” (p.17), esta abstracción de partes se materializa en categorías y subcategorías de investigación, las cuales se desarrollarán en el presente apartado.

### **2.1 ANTECEDENTES**

Una de las investigaciones que ha abordado el tema del tratamiento discursivo de las noticias referidas a la comunidad LGBTI en los medios de comunicación es la de Carratalá (2011), la cual se direccionó a conocer las consecuencias que tiene el hecho de no ser directos en el discurso cuando se trata de hablar de parejas del mismo sexo. El estudio se configuró a partir de una metodología cualitativa documental, centrada en el análisis de diversos medios de comunicación españoles, italianos y franceses. Los resultados obtenidos demuestran que predominan los ejemplos en los que la relación gay aparece oculta o enmascarada bajo términos eufemísticos.

Cabe resaltar que este estudio otorga una base metodológica que supone una guía, ya que en él se definen técnicas de recolección de información y procedimientos que pueden ser replicados y contextualizados a las necesidades propias de la presente investigación.

Otras de las investigaciones identificadas es la de Sarrión (2019), centrada en el análisis del tratamiento del colectivo homosexual en la prensa digital española (2005-2018). La metodología empleada por el autor se basó en las técnicas del análisis de contenido cuantitativo para “conocer el contenido de los textos comunicativos” (Berganza y Ruiz, 2005, p. 18), estas técnicas se desarrollaron a partir de un conjunto de variables descriptivas, entre las cuales se incluyó la variable lenguaje usado para referirse al colectivo homosexual. Los resultados de este estudio indican que el número de noticias sobre el colectivo homosexual es cada vez mayor y que dentro del colectivo, los hombres gay gozan de mayor visibilidad y presencia en los medios de comunicación que las mujeres lesbianas. Además, es la comunidad homosexual la que protagoniza la mayor parte de las noticias y, también, la que se utiliza con mayor frecuencia como fuente informativa.

Este antecedente indica un conjunto de variables descriptivas que pueden ser tenidas en cuenta al momento de configurar los instrumentos de recolección de información para desarrollar el análisis de los discursos periodísticos de las noticias relacionadas con la comunidad LGBTI del periódico “El Colombiano”, en su versión digital. Dentro de las variables que pueden ser tenidas en cuenta se encuentran: 1) tema; (2) actor que protagoniza la noticia; (3) fuentes que se utilizan para construir la noticia; (4) lenguaje usado para referirse a la comunidad LGBTI; entre otras.

Otro estudio identificado, es el de Moreno (2018), el cual se centró en el análisis del discurso periodístico de los periódicos “El Espectador” y “El País”, con relación a las noticias de matrimonio igualitario en Colombia. Este proceso de investigación se centró en la exploración de noticias relacionadas con el tema del matrimonio

homosexual, las cuales posteriormente fueron analizadas a la luz de la teoría de Silvia Gutiérrez, quien presenta fichas metodológicas para el análisis de los discursos. Los resultados de este estudio indican que en la mayoría de las noticias publicadas con ambos periódicos se empleó de forma indiscriminada los términos “matrimonio gay” y “unión de parejas del mismo sexo”, lo cual puede desinformar a los lectores, en la medida que, no solo se aprobó la unión entre parejas del mismo sexo, sino entre intersexuales, bisexuales y transgénero.

Este estudio permite visualizar la importancia de desarrollar análisis del discurso periodístico, ya que este permite precisamente identificar las fallas en los discursos, que no solo pueden desinformar, sino excluir y discriminar a las poblaciones minoritarias y diferenciales, como es el caso de la población LGBTI.

## **2.2 APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL DISCURSO PERIODÍSTICO**

En términos generales, el discurso es entendido como “una intervención de un orador en público”; sin embargo, es importante ahondar en las acepciones que se le asignan al concepto de discurso desde la teoría lingüística, con la finalidad de disminuir ambigüedades y tratar de consolidar una definición que se articule al direccionamiento del presente proceso de investigación.

En palabras de Sánchez (2009), el discurso puede entenderse desde cinco enfoques: 1) como el uso de la lengua por parte de los hablantes; 2) como el tipo de organización de un enunciado o un acto de comunicación; 3) como cualquier mensaje verbal que ha sido producido por un sujeto dentro de un acto de comunicación; 4) discurso como contexto en el cual se produce el diálogo; 5) entramado de encadenamientos intratextuales.

Por su parte, Charadeau y Maingueneau (2002), indican las características que, de forma inherente, deben poseer los discursos, las cuales se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 1. Características del discurso

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
Organización transfrástica	Sobrepasa la estructura de una frase, ya que hace parte de dimensiones más complejas
Orientación	Tiene una orientación o finalidad comunicativa clara
Acción	Los productores del discurso desarrollan acciones o actos de habla con una intencionalidad interlocutoria concreta, por ejemplo: persuadir.
Interactividad	Todo discurso implica la presencia directa o indirecta de un interlocutor.
Contexto	El discurso no se puede interpretar fuera de un contexto específico.
Inter discurso	El discurso toma sentido dentro del universo de otros enunciados en ellos cuales se sitúan

Fuente: elaboración propia basada en Charadeau y Maingueneau (2002).

Luego de exponer algunas generalidades del “Discurso”, es importante adentrarse a los elementos concretos del discurso periodístico pero, antes es preciso indicar algunos tipos de discursos existentes según su estructura y área.

Para Raffino (2020), un discurso puede ser de tipo: narrativo, descriptivo, expositivo y argumentativo. En el primero se expresan los hechos en un contexto, tiempo y espacio concreto (real o imaginario); en el segundo, se denotan las características

de lo expresado; en el tercero, se informa de manera clara y ordenada acerca de un suceso concreto; en el cuarto, se busca persuadir acerca de algo.

De igual modo, Raffino (2020), expresa que los discursos también pueden clasificarse según su área de desarrollo, por ejemplo: discurso político, religioso, publicitario, empresarial, académico, periodístico, entre otros. Cada uno de ellos puede llevar consigo una función o postura que es representada por el orador o hablante, la cual puede ser: expresiva (apelar a un sentimiento; apelativa (llamar la atención y estimular una respuesta); poética (forma del mensaje); Referencial (brindar información objetiva); de convencimiento (persuadir); de entretenimiento (divertir al receptor).

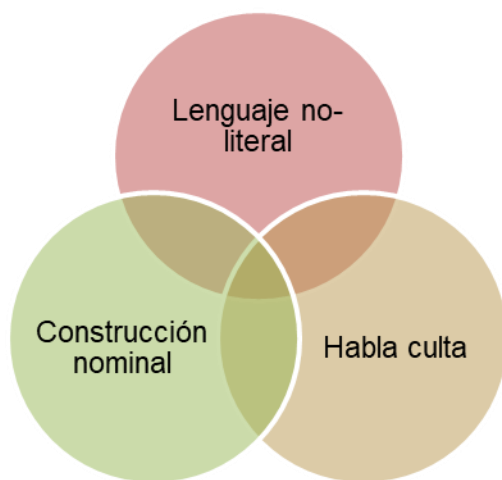
En la literatura académica, se conceptualiza el discurso periodístico como “el mensaje transmitido a través de los medios de comunicación que, interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla, cuyo principal y básico instrumento es: el lenguaje” (Bahraoui, 2014, p. 71). El discurso periodístico está comprendido por códigos lingüísticos principalmente, no obstante, también en él se pueden encontrar elementos paralingüísticos, como es el caso de las imágenes o apoyos visuales, que se constituyen como una clave pragmática cuya finalidad es orientar a los lectores o receptores del discurso a reconstruir y entender el sentido del mismo.

Para Martínez (2006), los discursos periodísticos están configurados por paratextos que responden a determinadas finalidades según la ideología del autor o del medio de comunicación que lo emita, por tanto, una noticia puede tener una semiosis tal que condicione la percepción de los receptores y no solo llamarles la atención.

Este condicionamiento del que habla Martínez (2006), se debe a que algunos de los elementos compartidos a través del discurso periodístico no son comunes al tipo de discurso manejado por la comunidad de receptores o lectores del medio de

comunicación, pues el lenguaje periodístico es un lenguaje que puede entenderse como “especial” o “profesional”, al ser sectorial y, en algunos casos técnico. Bajo esta visión, el discurso periodístico está dotado de creatividad lingüística, no debe ser coloquial o inculto (jergas) y, no debe mostrar univocidad extrema en la relación significante-significado. Martínez (2006), indica una triada para entender el alcance del discurso periodístico, el cual se muestra a continuación en la figura 1.

Figura 1. Características del discurso periodístico.



Fuente. Elaboración propia.

En el discurso periodístico se busca transmitir información y generar interés de forma eficaz, partiendo de la economía expresiva, es decir, de que el discurso no sea escueto sino exacto, no sea necesariamente breve sino preciso. De igual modo, en el discurso periodístico debe llevar consigo pulcritud, corrección lingüística y lenguaje culto, sin que ello indique la naturaleza de dicho lenguaje sea técnica e incomprensible para los receptores. Así mismo, el discurso periodístico debe apoyarse cuantitativamente en la construcción nominal, en tanto, según Moreno (1998), a partir de este discurso se pueden transmitir datos o cifras con la intención de realizar un relato objetivo de los acontecimientos.

### 2.2.1 Características del discurso periodístico

Uno de los teóricos que ha profundizado en la conceptualización y el desarrollo del discurso periodístico es Verón (1969), quien indica que este tipo de discurso está compuesto por tres series: 1) serie lingüística (palabras, texto); 2) serie paralingüística (titulares, pie de fotos, gráficos, mapas, dibujos de humor, infografía...); series no lingüísticas (fotografías, imágenes, dibujos, otras). Estas series no son excluyentes entre sí, por el contrario, son complementarias y tienen la finalidad de generar neutralidad en la información y que esta sea compartida de forma correcta.

Las tres series citadas, a saber: lingüística, paralingüística y no lingüística, deben ser desarrolladas en el discurso periodístico atendiendo a características como la claridad, concisión, verosimilitud, univocidad, sencillez, naturalidad, corrección, interés humano, variedad (Zabala y Corona, 2010). A continuación, se describen cada una de estas características.

#### 2.2.1.1 Claridad

Desde la visión del teórico Vivaldi (1990), un discurso está dotado de claridad cuando la información que se transmite ingresa sin ningún problema al pensamiento del receptor. Para que un discurso sea claro debe ser comprensible y, para que sea comprensible, el autor del discurso debe garantizar elementos como un vocabulario, léxico y expresiones contextualizadas. Para Grijelmo (2008), el discurso periodístico no implica en todos los casos complejidad, por el contrario, debe estar estructurado de tal manera que no suponga sobreesfuerzos para el receptor.

### *2.2.1.2 Concisión*

Para Zavala y Corona (2010), el discurso periodístico debe ser concreto y preciso, no debe estar adornado con figuras retóricas, sino apostar por ser justo y preciso. Los autores manifiestan que la característica de concisión permite que la información entregada a través del discurso sea objetiva y se centre vigorosamente en los hechos, sin obstruir los canales ni tergiversar el mensaje.

### *2.2.1.3 Verosimilitud*

Decir la verdad a través del discurso es algo importante, pero saber decir y transmitir esa verdad es algo indispensable, en este caso los periodistas o productores de las noticias deben escribir de tal forma que la verdad sea comprensible y entendida como “válida” para los receptores o lectores.

### *2.2.1.4 Univocidad*

En el discurso periodístico no deben existir ambigüedades, frases de doble sentido, por el contrario, debe ser riguroso, objetivo, despojado de juicios de valor (Franco, 2004).

### *2.2.1.5 Sencillez*

Zavala y Corona (2010), expresan que entre más sencillo sea el discurso periodístico, más fácil para los receptores o lectores entender e interiorizar. Bajo esta perspectiva, el lenguaje que se emplea en el discurso periodístico debe ser objetivo, sin excesivas pretensiones y fluido.

#### *2.2.1.6 Naturalidad*

Los autores o periodistas deben valerse de su propio conocimiento y vocabulario para poder expresarse, es decir, no deben pretender tener un estilo de escritura ficticio para que el receptor no tenga la sensación de estar leyendo un discurso “armado” o “inventado”.

#### *2.2.1.7 Corrección*

López (1996), expresa que para muchas personas el único referente gramatical es el periódico, de allí que los autores de los discursos periodísticos reflejan un estilo gramatical correcto, libre de sesgos e imprecisiones.

#### *2.2.1.8 Interés humano*

El discurso periodístico debe estar construido de tal forma que el lector realmente se interese por leerlo.

#### *2.2.1.9 Variedad*

“Implica una versatilidad expresiva para estimular el interés del lector. El periodista debe evitar la monotonía, pobreza de vocabulario y hacer que el texto no se le caiga de las manos” (Bahraoui, 2014, p. 77).

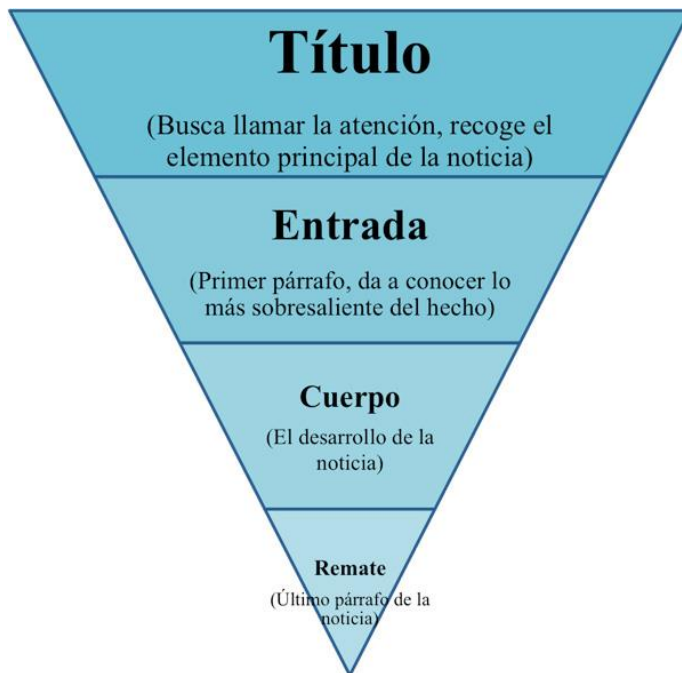
### **2.2.2 Rasgos de la noticia en el marco del discurso periodístico**

De acuerdo con Bahraoui (2014) el discurso periodístico está transversalizado por tres intenciones: informar, interpretar, generar opinión. Específicamente el periodismo informativo se vincula con la noticia, mientras que el periodismo interpretativo se relaciona con la crónica y, el periodismo de opinión se relaciona

con la editorial, la columna y el artículo. Bajo esta perspectiva la noticia es un elemento netamente informativo provisto de utilidad y valor para el lector y de novedad. Al respecto Van Dijk (1983) expresa que “la noticia al ser informativa por excelencia no debe tener ninguna valoración” (p. 88).

La noticia está configurada por el titular, el lead (entradilla), el cuerpo y la conclusión o el final, a continuación en la figura 2 se explican cada uno de estos apartados.

Figura 2. Estructura de la noticia.



Fuente. Acosta (2019)

De acuerdo con Van Dijk (1983), el titular de la noticia es el elemento más importante de esta, en la medida que este transmite al lector el meollo o asunto concreto que se quiere comunicar. Por su parte, la entradilla, es aquel apartado en donde deben exteriorizarse detalles informativos que permitan al lector responder el “qué”, el “quién”, el “dónde” y el “cuándo” del hecho. El cuerpo es la parte que desarrolla la

noticia y aportan datos supletorios. El final de la noticia busca concluir o abrir paso a un futura discusión o temática.

Es importante indicar que la noticia está constituida de forma implícita por dos tipos de estructuras: macroestructura semántica y microestructura textual. La macroestructura, según Van Dijk (1990) se refiere a un conjunto de proposiciones o ideas principales que intervienen en la división de párrafos en consonancia con los temas. Por su parte, la microestructura textual es el nivel de base del texto que expresa gramaticalmente la ordenación de las ideas.

Para Van Dijk (1990) estas estructuras pueden estar condicionadas por las prácticas sociales y las ideologías del autor de la noticia, especialmente en medios de comunicación masiva como el periódico.

### **2.2.3 Análisis del discurso periodístico de la noticia**

Desde la teoría de Van Dijk (1990), la noticia, en sí misma, puede identificarse como un discurso. Según el autor, el estudio de las noticias (en el periódico) es una de las principales tareas de investigación mediática analítica del discurso, dada la relevancia de las noticias en la vida cotidiana, en tanto, la mayor parte del conocimiento social y político, además, de las creencias sobre el mundo se derivan de las noticias que las personas pueden apreciar cada día. De hecho, probablemente no exista otra práctica discursiva, además de la conversación cotidiana, que se realice con tanta frecuencia, que las noticias.

Desde la visión de Van Dijk (1990), al analizar el discurso periodístico de la noticia, es menester tener en cuenta la semántica del texto, particularmente su coherencia local y global. Tanto los analistas del discurso como los usuarios del lenguaje son los interesados en el significado, es decir, en conocer de qué es este texto o esta

charla, de qué se trata, sin embargo, esta información no da cuenta de las implicaciones que esta noticia tiene para los receptores.

De allí que, para el análisis de la noticia sea preciso ahondar en la semántica del texto, pues a partir de allí se pueden evidenciar las reglas de interpretación para palabras, oraciones, párrafos o discursos completos, lo que permite describir el significado de las proposiciones que contienen las noticias y definir la estructura de significado conceptual de cada una de ellas (van Dijk, 1977).

Una de las nociones importantes que se estudian en la semántica del texto es la de la coherencia local del texto, es decir, cómo son las proposiciones posteriores del texto. Dentro de las condiciones de tal coherencia local de los textos se encuentra el hecho de que las proposiciones del mismo deben referirse a hechos que están relacionados, por ejemplo, por relaciones de tiempo, condición, causa y consecuencia. Es importante indicar que, por ejemplo, el conocimiento mundial y las creencias también pueden hacer que la coherencia sea subjetiva e ideológica, ya que, lo que es coherente para el emisor puede no serlo para todos los lectores.

Por su parte, según (Van Dijk, 1977), la coherencia global se describe mediante lo que todos conocen intuitivamente como temas o macro-proposiciones semánticas, es decir, como proposiciones que se derivan de secuencias de proposiciones en el texto: por ejemplo, por reglas macro tales como selección, abstracción y otras operaciones que reducen la información compleja. El conjunto jerárquico de temas o macro-proposiciones forma la temática o tópicos estructura del texto. Los usuarios del lenguaje emplean tales macroestructuras para comprender globalmente y resumir un texto. Por ejemplo, en las noticias, en la parte superior de esta macroestructura se expresa convencionalmente en el titular y el párrafo principal; mientras que, en la parte intermedia se desarrollan las macro-proposiciones o temas principales, a través de aplicaciones repetidas del macro-reglas, que derivan en una conclusión o cierre.

De acuerdo con Van Dijk (1990), uno de los retos en la producción de la noticia es que algunos medios de comunicación emplean diversos mecanismos de percepción errada, sensibilización, dramatización e intensificación, que contribuyen a aumentar la desviación del sentido de la noticia y, por lo tanto, a confirmar los estereotipos o los prejuicios en torno a una temática particular. Por tal motivo, al hacer un análisis del discurso periodístico en las noticias, es importante que se profundice no solo en aspectos sociales tangibles, sino en las estructuras de la noticia.

Un ejemplo concreto de lo anterior es cuando se presentan noticias sobre una manifestación de un grupo LGBTI, en donde se muestran los conflictos y afectaciones empresariales o de orden público, pero se limitan o restringen las opiniones y participación de los participantes en esta movilización. Desde esta visión, la manifestación del grupo LGBTI se presenta en las noticias como algo ilegal, que causa afectación sobre la propiedad privada y pública.

Por tanto, es importante penetrar en las estructuras del discurso de las noticias y en su producción, para de este modo evitar la tergiversación de la realidad. Para ello, es preciso identificar el lenguaje de las noticias y cómo se pueden presentar los acontecimientos desde las partes que la integran.

Bajo la teoría de Van Dijk (1990), al analizar la noticia es importante tener en cuenta el procesamiento del discurso y la cognición social y los valores periodísticos.

#### *2.2.3.1 Procesamientos del discurso y cognición social*

La noticia debe concebirse como un proceso complejo de comunicación, de allí que los procesos de la producción de las noticias “sean una función de las estructuras de los textos fuente, pero también dependan de los planes estructurales que

subyacen en el texto periodístico que debe escribir el periodista.” (Van Dijk, 1990, p. 139).

Por tanto, la producción de noticias debe analizarse fundamentalmente desde la acción de “procesamiento de texto”, para lo cual es preciso tener en cuenta que generalmente la información empleada para producir un texto periodístico ingresa en forma discursiva (reportajes, testimonios, entrevistas, comunicados de prensa, los debates, etc.), por tanto, que los acontecimientos usualmente llegan a conocerse a través de los discursos ya codificados e interpretados de otros. En el procesamiento de texto, es menester tener en cuenta las siguientes categorías:

- **Decodificación:** esta acción supone la categorización de formas y estructuras de los textos.
- **Interpretación:** estos procesos comienzan a operar sobre estos hilos decodificados; para ello, se asignan significados verbales a las palabras y se construye la estructura de los significados de la cláusula y la proposición, en relación con los fenómenos estructurales, los actos de habla y la comunicación.
- **Estructuración:** los significados de las palabras se organizan en cláusulas y significados oracionales, es decir, en términos de proposiciones.
- **Procesamiento cíclico:** un usuario del lenguaje debe seleccionar estratégicamente la información que ya no es necesaria para la comprensión local inmediata.
- **Formación de la macroestructura:** los usuarios del lenguaje infieren los temas (macro-proposiciones) a partir de secuencias de proposiciones, que definen un texto o fragmento de texto globalmente.

- **La representación en la memoria episódica:** en esa fase se permite al usuario del lenguaje relacionar la información nueva del texto con la información antigua (mediante procedimientos de reinstalación), para evocar los fragmentos de la estructura superficial.
- **Modelos situacionales.** Permiten a los usuarios del lenguaje transmitir información sobre sucesos reales o imaginarios en determinada situación. De acuerdo con Van Dijk (1990) “Estructuralmente, los modelos se hallan organizados mediante un esquema, que consiste en categorías fijas, como la exposición (tiempo y situación), las circunstancias, los participantes y la acción, cada uno de ellos con un posible modificador” (p. 153).
- **Formación del conocimiento y la creencia.** En esta fase la información proveniente del texto puede deducirse en inferencias más generales, a partir de las representaciones del texto, también pueden abstraerse a partir de las estructuras, los argumentos o algún tipo de conocimiento convencional.
- **Subjetividad:** indica que los grupos de usuarios del lenguaje, como miembros sociales, también pueden tener diferentes opiniones, actitudes e ideologías: las cuales también influyen sobre el proceso de interpretación y las estructuras de las representaciones del texto y los modelos en la memoria episódica.

## 2.2.4 Elementos para el análisis del discurso periodístico

### 2.2.4.1. Paratextos

Diversos son los elementos que deben ser tenidos en cuenta al momento de analizar un discurso periodístico, sin embargo, es particularmente clave que se

identifiquen los paratextos y se interprete la forma en la cual estos alteran la percepción de la realidad.

Cuando el autor o productor de una noticia se direcciona a escribirla, no debe pensar únicamente en la estructura (ver figura 2), sino que, debe preguntarse en torno a la manera en la cual el lector puede percibir esta noticia. Por tanto, el productor de la noticia se vale generalmente de elementos icónico-visuales que funcionan como orientadores para la lectura del lector, concretan el tipo de la información presentada y, permiten llamar la atención para leer la noticia. Estos elementos se conocen como paratextos<sup>2</sup>.

Los paratextos pueden ser icónicos y verbales. En las noticias de los periódicos el paratexto icónico se expresa a través de fotos, imágenes, esquemas, infografías, gráficos, etc. Mientras que el verbal, se representa por medio de pie de fotos, subtítulos, etc. Estos paratextos, permiten que los receptores o lectores tengan una mejor interpretación de los textos y entiendan su significado sin sobre esfuerzos. Dentro de los elementos de los paratextos icónicos y textuales, se incluye:

Tabla 2. Tipos de paratextos

Paratexto icónico		Paratexto verbal	
Retrato fotográfico informativo.	Exterioriza las personalidades protagonistas de los hechos o de los testigos de los hecho	Cintillo	Es una expresión breve que aparece en la parte superior de la página de un periódico

<sup>2</sup> Articulado al paratexto, el productor de la noticia establece distintos criterios de ordenación de la noticia, en los cuales se incluye el criterio espacial (Internacional, nacional, local) y el criterio temático (política, derechos humanos, social, arte, deporte, otros).

Fotografía simbólica	Elemento comparativo y metafórico de situaciones de tensión.	Antetítulo	Es un elemento que precede al título con la función de ampliar a éste
Fotografía ilustrativa	Se emplea como mero recurso estético, pero sin novedad.	Título	Es el elemento más importante de la cabeza o encabezamiento de una noticia.
Fotografía de denuncia	Capta detalles, situaciones, gestos y expresiones corporales, etc. como testimonios de un acto presumiblemente delictivo	Subtítulo	Añade las particularidades más sobresalientes de lo que después se desarrollará en la noticia
Fotografía costumbrista.	Expone hechos de situaciones de la vida cotidiana	Sumario	Es un elemento que desarrolla elementos informativos no contemplados en el titular
Fotografía humorística y de curiosidad.	hechos de actualidad, pero vistos desde el lado humorístico por alguna circunstancia accidental de la personalidad reflejada	Ladillos	Son los tituillos que se colocan dentro de una columna de texto, y que tienen como finalidad encabezar una noticia complementaria dentro de un bloque
Fotografía especializada	Muestran hechos reiterativos, como las jugadas futbolísticas	Pie de foto	“contribuyen a fijar el sentido informativo y los criterios interpretativos de la imagen fotográfica.”

Fuente: elaboración propia basada en Bahraoui (2014).

#### 2.2.4.2 Rasgos gramaticales y sintácticos

Es importante que en las noticias, especialmente en la sección “título” se identifiquen nombres propios, pues esto permite tener una mayor concreción de la información que se busca transmitir. Sánchez (2009), manifiesta que otro elemento clave es que los verbos se presenten en presente, ya que este detalle permite que la noticia se interprete como realista.

Otro aspecto importante, es que la noticia maneje un estilo de escritura impersonal y que en ella se trate de limitar los verbos declarativos. Sánchez (2009), explica que la noticia debe estar transversalizada por características como variedad, heterogeneidad de léxico y lenguaje asertivo.

De acuerdo con Zorrilla (1996), en la noticia, desde el titular se debe reconocer su intención que puede ser: identificadora (marcar cada noticia); designativa (identifica lo esencial de una noticia; apelativa (despertar el interés del lector); económica (aumentar la venta del periódico).

#### 2.2.4.3. Subjetivemas (sustantivos, adjetivos y adverbios)

Uno de los elementos más importantes que poseen medios de comunicación como el periódico, es el léxico. Al respecto, Van Dijk (1990), manifiesta:

La elección del léxico es un aspecto importante del discurso periodístico en el cual las opiniones o ideologías ocultas puede salir a la superficie [...] una gran parte del punto de vista oculto, de las opiniones tácitas o de las ideologías usualmente negadas por la prensa pueden inferirse a partir de estas descripciones e identificaciones del léxico de los grupos sociales y sus miembros (p. 53).

En las noticias, los productores deberían tener un tono valorativo neutral, eliminar juicios de valor y emplear palabras que posibiliten una escritura objetiva. Para ello, es fundamental el uso de sustantivos que no induzcan a exagerar o minimizar un hecho o la representación de una persona.

Es entonces importante, cuando de analizar el discurso periodístico se trata, interpretar los sustantivos verbales que acompañan la noticia, especialmente aquellas palabras que se repiten con frecuencia ya que estas son las que mayor incidencia tiene en la lente del receptor o lector. De igual modo, es preciso que en el análisis del discurso periodístico se analicen los sustantivos axiológicos, los cuales son utilizados por los productores para identificar los aspectos buenos o malos de un tema.

Otro elemento que debe ser analizado en el discurso periodístico son los adjetivos, los cuales pueden ser objetivos y subjetivos. Los primeros, no están limitados por la opinión del hablante, sino que define cualidades objetivas del sustantivo. Los segundos, no hacen referencia a un objeto en sí, sino a la percepción de una persona sobre este.

Los adjetivos sustantivos pueden ser axiológicos y no axiológicos. Los primeros, aplican a los sustantivos un juicio de valor, que puede ser positivo o negativo. Por lo tanto, se consideran doblemente subjetivos. Los segundos, tienen un carácter gradual, partiendo de un criterio que el hablante toma en consideración para una evaluación cualitativa o cuantitativa de un determinado objeto, sin ningún juicio de valor ni compromiso afectivo del locutor (Bahraoui, 2014).

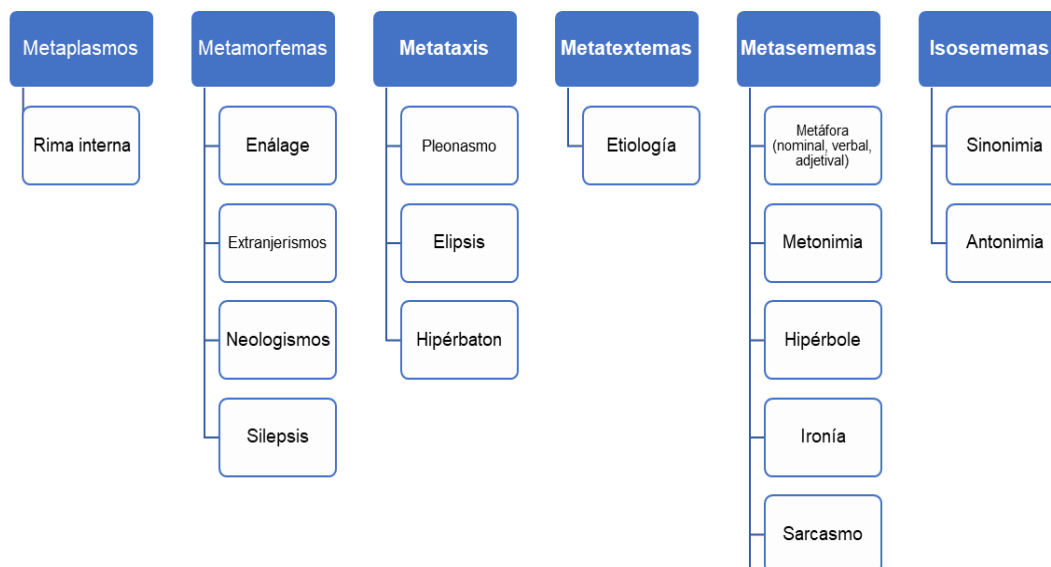
Respecto a los adverbios, estos son partes de una oración que “desempeñan una función sintáctica en ella; no manifiesta variación de género, ni de número, por lo que no puede ir acompañado por el artículo” (Álvarez, 2000, p. 23). Estos pueden ser: subjetivos-afectivos; evaluativos-axiológicos; y, evaluativos-modalizadores. Los

primeros, pueden afectar emocionalmente a los lectores. Los segundos, pueden resaltar el interés de los lectores. Los terceros, permiten que el lector sea el portador de un rasgo evaluativo del tipo verdadero/ falso.

#### 2.2.4.4 Figuras retóricas

Para Grijelmo (2012), las figuras retóricas son aquellas que desvían de la norma a las palabras con la finalidad de dotarlas de un efecto expresivo o estilístico concreto. Las figuras retóricas buscan que las palabras sean acompañadas por características fonéticas, gramaticales o semánticas, que las alejan de ese uso habitual. Por lo tanto, estas palabras pueden llegar a formar textos expresivos o considerablemente persuasivos, para lograr conmover, hacer actuar, persuadir a los lectores. Al respecto, Garrido (2010) expresa “la retórica funciona en dos pasos fundamentales: llamar la atención y conseguir la adhesión” (p.19), acciones que son desarrolladas a través de elementos como las figuras retóricas. Dentro de las figuras retóricas pueden hallarse:

Figura 3. Figuras retóricas.



Fuente. Elaboración propia.

### 2.2.5 Población LGBTI

En la actualidad se utiliza una amplia variedad de términos para referirse a personas de diversa orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales diferenciales. Si bien reconoce que el lenguaje evoluciona, el ACNUR (2021) utiliza el acrónimo LGBTI como término general para describir a diversos grupos de personas que no se ajustan a las nociones convencionales o tradicionales de los roles de género masculino y femenino.

LGBTI Un acrónimo de 'personas lesbianas, gays, bisexuales, transgénero e intersexuales' que también se usa como abreviatura de 'personas de diversa orientación sexual. A continuación se describe cada una de las letras que compone a la sigla

- **Lesbiana:** una mujer cuya atracción romántica, emocional y / o física perdurable es hacia otras mujeres.
- **Gay:** un hombre cuya atracción romántica, emocional y / o física perdurable es hacia otros hombres. El término se puede utilizar para describir a las mujeres que se sienten atraídas por otras mujeres.
- **Bisexual:** un individuo que tiene la capacidad de atracción romántica, emocional y / o física hacia personas del mismo sexo y / o género, y hacia personas de diferente sexo y / o género.
- **Transgénero:** término utilizado por personas cuya identidad de género y, en algunos casos, expresión de género, difieren de lo que se asocia típicamente con el sexo que se les asignó al nacer. También pueden tener una variedad de orientaciones sexuales.

- **Intersexual:** término general que describe una amplia gama de variaciones corporales naturales en las características sexuales (incluidos los genitales, las gónadas, los órganos reproductivos y los patrones cromosómicos) que no se ajustan a las nociones binarias típicas de los cuerpos masculino o femenino. Las personas intersexuales no son necesariamente personas que tienen una identidad de género u orientación sexual diferente a la norma. Más bien, sus cuerpos tienen características sexuales diferentes a la norma. No deben considerarse iguales a las personas transgénero.

En muchas sociedades, la comunidad LGBTI está sujeta a graves abusos contra los derechos humanos, en la medida que las personas que la integran no se ajustan a las normas de género establecidas culturalmente. Como resultado de su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales reales o percibidas, las personas LGBTI corren un mayor riesgo de violencia, abuso, discriminación y explotación (ACNUR, 2021).

### **2.3 ENFOQUE DIFERENCIAL DE LA COMUNICACIÓN**

En armonía con lo descrito en el Acuerdo 08 de 2007 del Consejo Nacional de Atención Integral Colombia, el modelo de enfoque diferencial es una metodología de análisis y actuación, que identifica las inequidades y, así mismo, las capacidades de un determinado individuo o grupo poblacional y, a partir de ello, influir en el diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas, que garanticen el goce efectivo de los derechos de dicho individuo o grupo.

Arteaga (2012) manifiesta que “el enfoque diferencial busca orientar la actuación del Estado al otorgamiento de bienes y servicios a partir de las diferencias de los grupos poblacionales que habitan en su territorio” (p. 28). Este enfoque está direccionado, además al fortalecimiento y consolidación de procesos de construcción social.

En Colombia los antecedentes más precisos del enfoque diferencial se enmarcan en las políticas públicas multiculturales, las cuales se encaminan a otorgar respuestas de forma diferenciada a la ciudadanía; así pues, el enfoque diferencial en la actualidad puede ser entendido como una manifestación de políticas de la diferencia, ya que, busca ofrecer respuestas particulares para cada grupo poblacional específico, favoreciendo la inclusión social. Cabe resaltar que, la política de diferencia, “se ha utilizado tradicionalmente para nombrar a un conjunto de teorías basadas en la política de la identidad, asociada con reivindicaciones de justicia que claman por el reconocimiento de la diferencia cultural”. (Martínez, 2011, p. 604).

Ahora bien, según el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar- ICBF (2013) la perspectiva diferencial se puede abordar a partir de las siguientes categorías:

- Pertenencia a diferentes grupos poblacionales (sexo, género, ciclo vital, orientación sexual, identidad de género, grupos étnicos, religiosos o culturales diferenciados).
- Condiciones o circunstancias específicas de diferencia, desventaja o vulnerabilidad (física, psicológica, social, económica, cultural).
- Estar afectado(s) o ser víctima(s) de situaciones catastróficas o de alto impacto emocional y social como desastres, cualquier tipo de violencia, orfandad, etc. (ICBF, 2013, p. 10).

Es así como, la comunicación desde el enfoque diferencial tiene como objetivo ayudar a visibilizar las diferencias existentes y difundir la actuación institucional (Ministerio de Salud y Protección Social Colombia, 2013, p.1), lo que sugiere que, el manejo de las comunicaciones se dirija a sensibilizar a los servidores públicos, y a la población en general sobre el respeto y valoración de la diferencia. Para ello, es preciso que desde las entidades públicas se elaboren y difundan

informes especializados y así mismo, se diseñen e incorporen estrategias comunicativas instituidas a la luz de este enfoque.

A continuación, en la Tabla 3 se expone una clasificación del enfoque diferencial por tipo de diferenciación en Colombia.

Tabla 3. Enfoque diferencial por tipo de diferenciación en Colombia

<b>Tipo</b>	<b>Grupo Poblacional</b>
<b>Género</b>	Mujeres
	LGBTI
<b>Ciclo de vida</b>	Niñas y Niños
	Adolescentes
	Adultos Mayores
<b>Origen étnico</b>	Indígenas
	Afrocolombianos
	Pueblo ROM
	Raizales
<b>Condición</b>	Discapacitados
	Pobres
	Víctimas de las violencias
	Población en situación de desplazamiento

Fuente: elaboración propia basada en Arteaga (2012, p. 30)

De esta forma, un ejemplo de comunicación diferencial lo pueden representar las campañas de sensibilización dirigidas a la población para generar conciencia alrededor de la importancia de la diversidad étnica de cada país, en este punto, la institucionalidad desarrolla el contenido a trabajar tanto en la lengua de los nativos, como en la lengua oficial del territorio, teniendo como punto de partida las formas de comunicación en las que se incluyen a las comunidades indígenas.

### **2.3.1 Acciones de la comunicación (mediática) desde el enfoque diferencial**

Rosenthal y Kouzmin (1997) manifiestan que las acciones mediáticas que se desarrollan desde las entidades públicas se caracterizan por tres elementos: la utilidad colectiva, la cual representa la sensación de que todo debe ser dar respuesta a la mayor parte del colectivo social posible; la utilidad finalista, ligada a la satisfacción de las políticas públicas y el resultado administrativo, enfocado en la noción de lo políticamente correcto.

No obstante, estas acciones de comunicación mediática, de acuerdo con Sulbarán (2014) pueden verse trastocadas a partir del fenómeno de la manipulación masiva, el cual se direcciona a persuadir a las distintas audiencias a conveniencia del emisor de la comunicación. En consonancia con lo anterior, Sosa (2016, p. 195) manifiesta que la acción comunicativa mediática “opera en torno a un doble objetivo: ideológico, en tanto propaga el discurso político transformándolo en un discurso social hegemónico– y económico –por sus participaciones cruzadas en negocios mediáticos y de las telecomunicaciones”. Al efectuar la revisión de la literatura se constatan seis (6) acciones de comunicación mediática, las cuales se muestran a continuación:

Tabla 4. Acciones comunicacionales mediáticas

Acción	Descripción
Comunicación por valores	De acuerdo con Easton (1957, p. 383), los valores tienen una lógica inclusiva, es decir que la atracción o rechazo hacia ellos en una sociedad es mayoritaria. En este caso los agentes públicos suelen utilizar este tipo de comunicación para generar consenso en la medida que tiene incidencia sobre aspectos de tipo emocional.
Comunicación de apelaciones conmemorativas	Este tipo de acciones de acuerdo con Rose (2003 p. 154) intentan apelar a los regionalismos y particularismos; como ejemplo, se encuentran las campañas comunicacionales basadas en sentimientos nacionalistas para persuadir a los ciudadanos de algún precepto social o político.
Comunicación basada en el humor	En palabras de León (1993, p. 64) este tipo de comunicación se basa en claves de humor simples y fácilmente interpretables, con la finalidad de crear consenso entre la audiencia.
Comunicación basada en el temor	Para León (1993, p. 61) la estrategia de persuasión de este tipo de comunicación se enfoca en mostrar al ciudadano que puede perder algo si no se efectúa "X" acción o que puede tener problemas a futuro.
Comunicación de estilos de vida	Su finalidad, según Rose (2003, p. 155) es acercar al gobernante y a los ciudadanos mediante un estilo informal y está íntimamente ligado a la noción de calidad de vida.

Comunicación centrada en hechos	De acuerdo con Rose (2003, p. 156) este tipo de comunicación corresponde a la evidencia empíricamente verificable (cifras, gráficas, etc.).
---------------------------------	---

Fuente: elaboración propia basada en (Easton, 1957; Rose, 2003; León, 1993)

Tanto las estructuras como las prácticas de comunicación (formas de interacción mediáticas y acciones de comunicación mediáticas), permiten que la comunicación pública sea, además, una comunicación estratégica dotada de sentido e intencionalidad.

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El paradigma de la investigación es el cualitativo. De acuerdo con Marshall y Rossman (1989), el paradigma cualitativo es aquel que busca comprender un problema social o humano, a partir de la construcción de una imagen compleja y holística del mismo. Bajo esta perspectiva, desde el paradigma cualitativo se entiende que la realidad se construye socialmente, y que esa realidad está sujeta a la subjetividad de los actores que en ella intervienen. En consonancia con lo anterior, Denzin y Lincoln (1998), establecen que el objetivo de la investigación cualitativa es descubrir patrones que surgen después de una observación minuciosa, una documentación concreta y un análisis cuidadoso del tema de investigación; por tanto, lo que puede descubrirse mediante la investigación cualitativa no son generalizaciones radicales, sino hallazgos contextuales.

Para Strauss y Corbin (2002), la investigación cualitativa es, en esencia, interpretativa y naturalista, lo que significa que aborda los fenómenos en su entorno natural, intentando darles sentido o interpretarlos en términos de los significados que las personas les aportan (en este caso, que los teóricos del análisis del discurso periodístico le aportan).

En consecuencia, el paradigma cualitativo permitirá estudiar a profundidad un fenómeno concreto que, en el caso del presente estudio se refiere a: el discurso periodístico en las noticias relacionadas con la población LGBTI, desarrollado por el periódico “El Colombiano”, en su versión digital. Este será un proceso de indagación y de comprensión, tendiente a generar una teoría analítica sustantiva, desde un enfoque sistemático con pasos específicos que permitan el análisis de los datos.

La investigación cualitativa permite la comprensión y explicación de los discursos y estructuras latentes que emergen de las noticias referidas a la población LGBTI publicadas en el periódico “El Colombiano”, en su versión digital. Así pues, a partir del estudio se podrá conocer la manera en la cual se desarrolla el discurso periodístico de este medio y, a partir de allí, entender si, en efecto las noticias son diseñadas de forma imparcial, sin emitir juicios de valor que lleven a que esta población se vea afectada por elementos como la estigmatización y la discriminación. Cabe resaltar que el tipo de investigación cualitativa está orientada bajo una lógica inductiva pues, a partir de los resultados del estudio se podrán realizar algunas generalizaciones en torno al objeto de estudio, lo que posibilitará el desarrollo de elementos orientativos que puedan ser replicados en estudios afines (Berger y Luckman, 1968).

Finalmente, se indica que este estudio se plantea desde el enfoque documental, ya que las fuentes empíricas de información son de tipo secundario, por tanto, las unidades de análisis son las propias noticias referidas a la población LGBTI publicadas en el periódico “El Colombiano”, en su versión digital. Desde la visión de Galeano (2012) “la investigación documental no requiere que el investigador participe del mundo que estudia. Por el contrario, su trabajo lo realiza "desde fuera" (p. 113), mediante la revisión cuidadosa y análisis sistemático de estudios, informes, documentos con el fin de contextualizarlos y, a partir de allí, generar nuevo conocimiento.

## **3.2 DELIMITACIÓN**

### **3.2.1 Objeto de Investigación**

El objeto de la presente investigación es el periódico “El Colombiano” en su versión digital, ya que es en este medio donde se consultará, analizarán, e interpretarán el discurso periodístico de las noticias referidas a la población LGBTI.

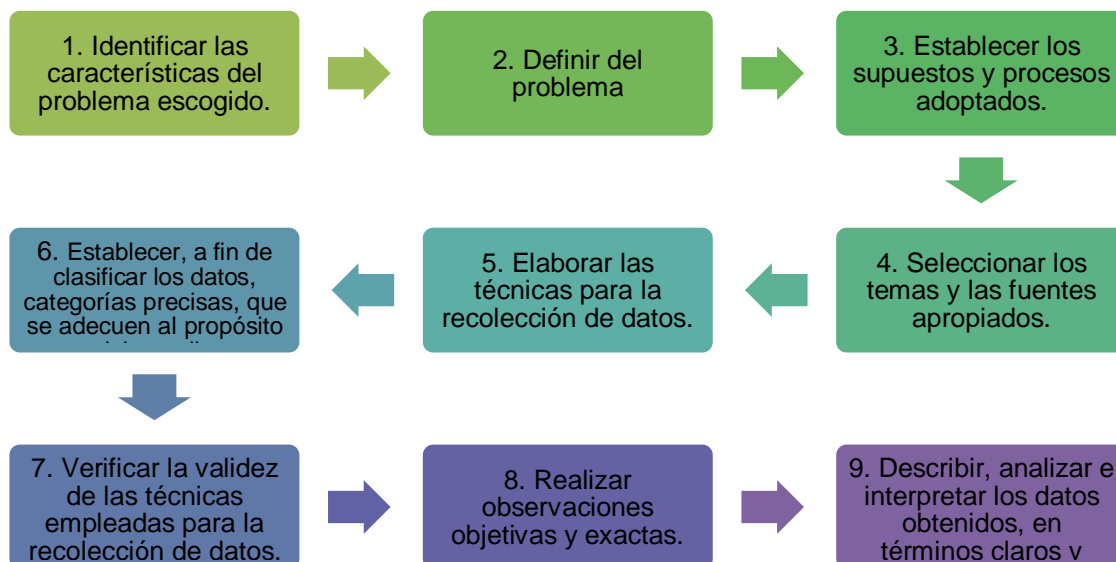
### 3.2.2 Tiempo y Escenario

Se estima que el proceso de investigación tenga una duración de dos semestres académicos (transcurso del año 2021). Con relación al escenario, corresponde a un espacio virtual, que en este caso es la página web del periódico “El Colombiano”.

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Al ser una investigación de tipo documental, el diseño de investigación se dirige a caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. En otras palabras, en este tipo de estudio se busca conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, a partir de la revisión de documentos, en este caso, de noticias. De acuerdo con lo anterior, se establecen un conjunto de pasos que componen el diseño de la investigación documental, los cuales se presentan en la figura 4.

Figura 4. Proceso de investigación.



Fuente. Elaboración propia.

Cabe agregar que esta investigación tiene un diseño No experimental, transversal y descriptivo. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010), la investigación no experimental se define como “aquella que se desarrolla sin alterar deliberadamente las variables que la componen, por el contrario, se centra en observar los fenómenos en su estado natural, para luego interpretarlos y analizarlos.

Para Hernández et. al (2010), este tipo de diseño puede ser transversal o longitudinal, de acuerdo con el tiempo en el cual se realiza. Se indica que el presente estudio es transversal, pues la información se recolectará en un solo momento, es decir, se analizará el discurso del periódico en un momento específico.

### **3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Para el desarrollo de los objetivos de investigación planteados de manera precedente, se empleó una técnica de recolección de información, a saber: ficha de lectura documental. Esta técnica, en palabras de Balestrini (2006), centra su principal función en aquellos procedimientos que conllevan un uso óptimo y racional de los recursos documentales que se encuentran disponibles.

En este caso se diseñó una ficha de lectura documental la cual permitió clasificar la información recabada del periódico, de forma sistemática y ordenada. La estructuración de esta ficha se basó en los objetivos específicos de la investigación y tuvo en cuenta categorías y subcategorías desarrolladas en el marco teórico. Las fichas empleadas para ese ejercicios investigativo se encuentran en la sección de [anexos](#).

### **3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

La técnica de análisis de la información para el caso de este estudio es el análisis documental. Para el desarrollo de esta técnica es imprescindible realizar un proceso

de definición conceptual y operacionalización de las categorías y subcategorías transversales al objeto de estudio (categorización).

Desde la visión de Bardin (1996) la categorización “es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por analogía, a partir de criterios previamente definidos” (p. 90). En este caso, el criterio de clasificación son las categorías apriorísticas temáticas, que en este caso se refieren al “análisis del discurso periodístico” y a la “población LGBTI”, cada una con sus respectivas subcategorías o componentes, los cuales se desarrollan en el marco teórico.

### **3.6 MUESTREO INTENCIONADO**

Se realizó un muestreo intencional, el cual obedece a criterios de selección que, a su vez, dependen de dos agentes: el fenómeno que se va a someter al análisis y el conjunto de técnicas a emplear para conseguir tal representatividad (Otzen y Manterola, 2017). Como esta es una investigación cuyo enfoque es el análisis de contenido, se requiere un tipo de muestreo polietápico<sup>3</sup> que se divide en dos fases: 1) muestreo de las fuentes del material o soportes, que en este caso son las noticias respecto a la comunidad LGBTI, en el periódico Colombiano, en su versión digital. 2) selección de las fuentes de material, de acuerdo con las categorías y subcategorías transversales al estudio. Al realizar un proceso de revisión de las fuentes, se establecen un total de 8 noticias.

---

<sup>3</sup> También conocido como muestreo multietapas, es un método que consiste en tomar muestras por etapas utilizando unidades de muestreo descendentes con el objetivo de hacer el proceso más práctico

### 3.7 PLAN DE TRABAJO

Tabla 5. Cronograma

CRONOGRAMA																		
Actividades	SEMIÓTICA						ETNOGRAFÍA						CIUDAD					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Delimitar el tema de investigación	x																	
Identificar y formular el problema	x																	
Justificar el estudio desde la línea y Sublínea de investigación de la universidad	x																	
Plantear objetivos		x																
Buscar antecedentes prácticos e investigativos		x																
Construir el marco teórico		x																
Estructurar el diseño metodológico		x	x															
Realizar instrumentos			x	x														

de investigación																			
Efectuar el trabajo de campo				x		x	x												
Analizar la información recolectada								x	x	x	x	x							
Detallar los resultados del estudio												x	x						
Concluir														x	x				
Elaborar el producto de investigación y exponer																x			

Fuente. Elaboración propia.

### 3.8 PRESUPUESTO

Tabla 6. Presupuesto

Detalle	Unidad (es)	Valor Unitario	Subtotal
Gastos de papelería			
Lapiceros	2	2.000	4.000
Agenda de apuntes	1	20.000	20.000
Gastos comunicaciones			
Internet	12 meses	160.000	1.920.000
Computador	1	2.000.000	2.000.000
Gastos investigadora			
Asesoría norma APA	1	200.000	200.000
<b>TOTAL</b>			<b>4.144.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

## 4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

El proceso de organización de información cualitativa se desarrolló en cuatro etapas, las cuales se describen a continuación en el siguiente esquema:

Figura 5. Organización información cualitativa,.



Fuente. Elaboración propia

La primera etapa se enfocó en registrar de forma sistemática la información, este proceso se realizó a través de la identificación de las noticias encontradas en el periódico referidas a la población LGBTI. En la segunda etapa, se capturó, transcribió y se ordenó la información obtenida a través de una matriz categorial que permitió registrar la información con base a las categorías y subcategorías definidas desde el marco teórico: Caracterización de la noticia, tratamiento general de la noticia e intención de la noticia; componentes del discurso, alcance del discurso periodístico, características del discurso periodístico; elementos del discurso; enfoque diferencial en el discurso.

En la tercera etapa se desarrolló un proceso de codificación, que permitió asignar a las categorías unidades de significado a la información descriptiva compilada. Para

la codificación se transcribieron abstractos de las noticias en la matriz sin hacer ningún tipo de inferencia o cambios en la redacción, proceso que permite extraer y agrupar de manera rápida y efectiva los segmentos relacionados a una pregunta de investigación. La última fase se centró en relacionar las categorías obtenidas entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación.

## 4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

### 4.2.1 Elementos del discurso periodístico existentes en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, en su versión digital

Tras el análisis de las noticias seleccionadas, a través de la técnica documental, se lograron identificar los elementos que hacen parte del discurso periodístico referidos, para ello la ficha de lectura documental en esta primera parte abordó tres apartados: 1) la caracterización de la noticia; 2) el tratamiento de la noticia; 3) la intención de la noticia.

#### 4.2.1.1 Caracterización de las noticias

Respecto a la categoría “caracterización de la noticia”, se analizaron las siguientes subcategorías:

Título	Antetítulo	Subtítulo	Intertítulo	Emisor/ Origen	Entradilla o Lead	Síntesis cuerpo de la noticia	Fotografía	Pie de foto
--------	------------	-----------	-------------	-------------------	----------------------	----------------------------------	------------	----------------

Para el análisis de la subcategoría “título”, los títulos de las noticias fueron agrupados, lo que permitió generar un subconjunto de palabras claves que, a su vez, fueron categorizadas en orden de frecuencia, de la siguiente manera:

1. Esta es la actriz trans que protagoniza nueva serie de RCN
2. Capturado presunto asesino de Juana Patricia Cuesta, líder LGBTI de Apartadó
3. Participación LGBTI y migrante: temas espinosos de reforma electoral
4. Se abre puerta estadística para visibilizar a comunidad LGBT
5. Asesinan a mujer trans en Medellín
6. Hoy se conmemora el Día Mundial contra la Homofobia, ¿por qué?
7. Suizos aprueban en referéndum una ley contra la homofobia, según sondeos
8. Ellen Page se declaró transgénero, ahora será Elliot

Se identifica que la palabras más utilizadas en los títulos, en orden de frecuencia son: LGBTI, Trans y Homofobia. Estos títulos son explícitos y son diseñados por el periódico con un doble propósito, el primero, informar sobre el hecho más importante de la información es decir, sobre lo noticioso. EL segundo, captar la atención de los/as lectores/as, sin acudir al sensacionalismo, solo empleando los términos adecuados para referirse a noticias referidas a la población LGBTI.

De igual modo, tras el proceso de análisis categorial se identificaron los elementos del discurso periodístico que contienen las noticias recolectadas. En primer lugar, se identificó que pese a que todas las noticias tienen un título visible, una mínima parte de ellas (solo dos noticias) posee antetítulos, subtítulos e intertítulos. Con relación a los títulos, estos cumplen con la función de informar de manera preliminar, sin embargo, se direccionan a atraer al lector, en este caso, son títulos, en su mayoría expresivos o valorativos, lo que, según Pizarro (2018), si bien no aportan información concreta sobre un hecho específico, evocan emociones, curiosidad, llevan al lector a querer adentrarse en la noticia.

El hecho de que solo dos de las noticias tengan antetítulos, subtítulos e intertítulo, no implica que las demás noticias estén incompletas, sin embargo, es claro que, los antetítulos permiten ubicar geográfica y ambientalmente la información, e incluso, agregar y complementar a la información que brinda el título. De igual modo, los subtítulos posibilitan ampliar la información del título de forma precisa y concisa y el intertítulo, posibilita “dividir la información extensa” para hacer que la lectura de la noticia sea más cómoda para el lector, es decir, este elemento tiene un valor netamente relacionado con el diseño.

Así pues, el proceso de análisis categorial permitió identificar que en el periódico El Colombiano, versión digital, prevalece el uso exclusivo del título. Esto puede darse por dos motivos, el primero es que el periódico prioriza una estructura más densa para su versión física, en la medida que la versión digital se encuentra en constante actualización y es inmediata. El segundo, porque no le otorgan mayor relevancia a este tipo de noticias o estas no sugieren una estructura compleja, al proporcionar información generalmente vinculada con casos concretos (noticias) o entretenimiento.

Continuando con el análisis, al revisar la subcategoría “emisor/ origen”, se identifica que en El Colombiano, en las noticias relacionadas con la comunidad LGBTI, no se encuentran de forma explícita el autor, es decir, el autor identificado es corporativo y corresponde a COLPRENSA. Bezunartea (2019), indica que el anonimato es empleado por los reporteros, periodistas, comunicadores por el hecho de que la empresa generalmente se sintoniza con los estudiosos que ponen de relieve el carácter colectivo de la producción de información, excepto cuando se trata de fuentes directamente relacionadas con quien escribe la noticia o con su área de especialización.

Por tanto, el hecho de que las noticias relacionadas con la población LGBTI no sean firmadas por autores en concretos es un hecho que busca garantizar, ante la mirada de los lectores, la neutralidad de la información, lo que evita conjeturas relacionadas, por ejemplo, con la orientación sexual o posición ideológica de quien escribe.

Otro de los elementos del discurso periodístico analizado por la **síntesis de la noticia**. Tras el proceso de categorización se identificó que las noticias respecto a la comunidad LGBTI son variadas y de interés general, a continuación se analiza los patrones de convergencia y divergencia encontrados a partir del proceso de categorización.

- **Noticia 1.** Busca exaltar la participación de una mujer trans en la televisión colombiana. Cuenta la experiencia de poder estar en una producción de alto nivel para la televisión abierta y de paso, hacer historia dentro de la comunidad LGBTI.
- **Noticia 2.** Busca informar sobre el caso de un homicidio a un integrante de la comunidad LGBTI
- **Noticia 3.** Busca informar sobre la controversia que ha causado la propuesta que hizo el representante a la Cámara por el partido cristiano Colombia Justa Libre, Carlos Eduardo Acosta, quien pidió a la plenaria retirar el articulado referente a que los partidos políticos deberán promover la participación en su militancia de la comunidad LGBTI.
- **Noticia 4.** La noticia permite visibilizar que el DANE tiene en cuenta a las minorías por orientación sexual (LGBTI), al incluirlas en sus registros, lo que abre paso a la visibilización de esta población y generación de políticas públicas.
- **Noticia 5.** La noticia permite visibilizar el asesinato de una persona de la comunidad LGBTI

- **Noticia 6.** La noticia indica que el día del orgullo gay se expande por 130 países, entre los cuales se encuentran 37 en los que esta decisión es ilegal.
- **Noticia 7.** La noticia indica la celebración de la comunidad LGBTI pro la aprobación de una ley contra la homofobia.
- **Noticia 8.** El actor anteriormente conocido como Ellen Page agradeció a quienes apoyan a la comunidad trans por ayudarlo en su viaje para “finalmente amar lo suficiente lo que soy como para perseguir mi auténtico yo”.




Tras el proceso de categorización se identifica que tres de las ocho noticias en su síntesis abordan el tema “participación” (señaladas en amarillo); así mismo, se identifica que tres de las noticias abordan el tema “apoyo a la comunidad LGBTI” (señaladas en verde). Esto exterioriza que los hechos o noticias generadas en este periodo de tiempo que se han priorizado en el periódico son aquellas que van a favor de promover la igualdad de derechos y el respeto por las diferencias. Por otra parte, se indica que las dos noticias restantes (señaladas en azul) exponen el caso de dos feminicidios, pese a que la noticia en si puede ser trágica o impactante para el lector, la manera en la cual es abordada por El Colombiano permite ver el lenguaje inclusivo y diferencial, por ejemplo, al tratar el “homicidio” como un feminicidio.

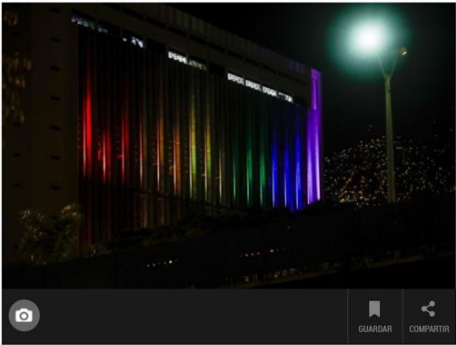

De igual modo, se identificó que, de las ocho (8) noticias analizadas, sólo tres (3) de ellas, manifiestan información negativa o que genera controversia, referida principalmente al homicidio de un integrante de la comunidad LGBTI, y a una disputa en la Cámara de Representantes por la contraposición que se genera entre los partidos cristianos, el hecho de legitimar la participación política de esta minoría poblacional (comunidad LGBTI).


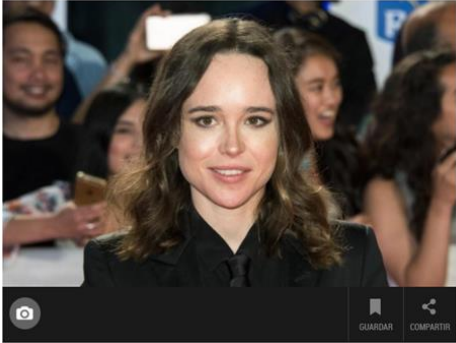
Otro elemento del discurso periodístico se refiere al aspecto visual. En este caso, las ocho noticias analizadas tienen una imagen de referencia, a partir de la cual el periódico trata de denotar la esencia de la noticia. Sin embargo, no en todos los

casos esta pretensión se consigue. A continuación, se presenta el análisis por cada título para, posteriormente, realizar un ejercicio comparativo que posibilite encontrar las similitudes y diferencias.

Tabla 7. Caracterización título noticias

Imagen	Descripción	Coherencia entre pie de foto e imagen
	<p>Isabella Santiago y Ricardo Mejía son los protagonistas de la comedia que se emite de lunes a viernes a las 10 p.m. por RCN. FOTO Cortesía Canal RCN</p>	<p>Guarda coherencia, es explícito al mostrar a los dos protagonistas de la historia.</p>
	<p>El capturado tendrá que responder por los cargos de feminicidio agravado.</p>	<p>No guarda relación/coherencia directa. Ya que la imagen no permite observar el tipo de crimen cometido, ni mucho menos que fue en contra de una mujer trans.</p>
	<p>Un representante de Colombia Justa y Libre sostuvo que no pueden obligar a los partidos políticos a incluir comunidad</p>	<p>No guarda relación/coherencia directa, porque si bien se muestra a la Cámara de Representantes, no hay una figura</p>

	diversa en sus filas	complementaria (Cartel, bandera, etc) alusiva a la comunidad LGBTI
<p>Se abre puerta estadística para visibilizar a comunidad LGBT</p> 	<p>La población LGBT había manifestado su rechazo hacia la decisión del DANE de excluir del Censo de 2018 preguntas sobre identidad de género y orientación sexual. Con este ejercicio la institución reconoce que empieza a saldar esa deuda.</p>	<p>No guarda coherencia, ya que en la foto se ve una celebración.</p>
<p>Asesinan a mujer trans en Medellín</p> 	<p>La Gobernación de Antioquia se unió a la conmemoración de los 50 años de la comunidad LGTBIQ+ iluminando el edificio con los colores del arcoíris.</p>	<p>Guarda coherencia</p>
	<p>Esta fecha es conmemorada en 130 países. FOTO: Colprensa.</p>	<p>Guarda coherencia parcial, ya que en la imagen no es clara exactamente qué fecha se está celebrando</p>

	<p>La ley era combatida por formaciones conservadoras</p>	<p>Guarda coherencia</p>
<p>Ellen Page se declaró transgenero, ahora sera Elliot</p> 	<p>Elliot Page en el Festival de Toronto de Canadá en 2017. FOTO EFE</p>	<p>Guarda coherencia</p>

Fuente: elaboración propia basada en EL Colombiano.

Tres de las ocho imágenes principales de las noticias no guardan coherencia o relación directa con el título o desarrollo de dichas noticias. Esto puede ser contraproducente, en la medida que puede confundir al lector lo que hace que este pase de largo o, por el contrario, crear que va a encontrar un contenido en la noticia diferente.

#### 4.2.1.2 Tratamiento general de la noticia

Bajo la categoría tratamiento general de las noticias, la ficha de lectura documental contenía cuatro subcategorías: Breve, extenso, objetividad, subjetividad. Se logró identificar que 5 de las 8 noticias analizadas son breves. Iranzo y La Torre (2017), explican que las noticias que son breves y concisas son aquellas que demuestran los datos más relevantes y normalmente responden a las seis preguntas básicas del periodismo (qué, quién, dónde, cómo, cuándo y por qué). Esta fórmula

periodística es ampliamente utilizada por todos los medios de comunicación en la actualidad, ya que estos se rigen con frecuencia por la instantaneidad y el ritmo vertiginoso de informaciones más que por la reflexión sosegada.

Sin embargo, es claro que, al ser tan breves, son noticias que carecen de profundidad y análisis, lo cual no es pertinente cuando se tratan temas como es el caso de decisiones de la Cámara de Representantes o se explica el porqué es considerado un feminicidio el homicidio de una mujer trans. De hecho, las noticias con mayor extensión fueron aquellas referidas a la decisión de Elliot Page de ser transgénero (noticia 8) y el debate de la población LGBT respecto a la decisión de que el DANE excluya del Censo de 2018 preguntas sobre identidad de género y orientación sexual (noticia 4).

Respecto al tratamiento general de la noticia, se logró identificar que las 8 noticias son objetivas, es decir, no tratan de persuadir, solo de informar o entretener. Califano (2015), la objetividad mejora el acontecer del hecho noticioso, por tanto, crea una credibilidad y una fiabilidad hacia el periódico y el periodista o comunicador social que redacta la noticia. Para el autor, es un deber incluir la mayor cantidad de objetividad, pues la tarea informativa debe limitarse a la transcripción rigurosa y exacta de los hechos y de las opiniones tal y como se dieron en la realidad.

Así pues, pretender la objetividad en las noticias referidas a la Población LGBTI permite describir la realidad, la cual es aclarada, justificada o rectificada por quien escribe, siendo fiel a dicha la realidad y teniendo presente su sentido de responsabilidad hacia el público a quien va dirigido su escrito.

#### *4.2.1.3 Intención de la noticia*

Paralelo a este hallazgo, el proceso de categorización demostró que la mayoría de las noticias tiene una intención identificadora, en la medida que busca remarcar la

noticia, de allí que, por ejemplo, los títulos sean vistosos y tengan un tamaño considerablemente grande, respecto al cuerpo del texto. De igual modo, se establece que las noticias analizadas tienen una intención designativa, en tanto, en ellas se identifica lo esencial del hecho que se está informando.

No se identifica que alguna de las noticias tenga una intención estrictamente apelativa, pues ninguna busca escandalizar, sino que su intención es informar. No obstante, cabe resaltar que la intención de todas las noticias es económica, pues, de acuerdo a como están presentadas se puede identificar que la pretensión del periódico, además de informar, es generar ventas.

#### **4.2.2 Características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano**

La segunda categoría correspondió a las características del discurso la cual, a su vez, esta compuesta por dos subcategorías, a saber: componentes del discurso y alcance del discurso. A continuación, se muestra los resultados del proceso de categorización.

##### *4.2.2.1 Componentes del discurso*

En la subcategoría “componentes del discurso” se integran las subcategorías: organización transfrástica, orientación, interactividad, contexto, e inter-discurso. A continuación se describen los resultados encontrados.

La categorización permitió identificar que en 6 de las 8 noticias si hay una clara la conexión transfrástica en la noticia, pues no hay correferencia. Básicamente, el discurso periodístico de estas noticias supera el marco de la frase y pertenece a dimensiones complejas que posibilita organizar relatos o generar relaciones dialógicas con el receptor (lector). La noticia 1 no cumple con este componente, ya

que en esta no hay una clara la conexión transfrástica, pues no hay correferencia. Cabe resaltar que, según García (2005), la coherencia se refiere a aquellos los procedimientos lingüísticos que permiten aludir varias veces a un mismo referente a lo largo del texto y su función es cohesionar el escrito, de tal modo que cada parte esté unida a las demás y no solo sean un conjunto de oraciones inconexa.

Por otra parte, respecto a la orientación, se identifica que todas las noticias tienen una finalidad o están orientadas a un fin, la mayoría de estas noticias se orientan a la visibilización de la comunidad LGBTI (señaladas en amarillo y verde en el apartado **síntesis de la noticia**), otras noticias buscan brindar información respecto a las restricciones de dicha comunidad (Señaladas en azul, en el apartado **síntesis de la noticia**). Para Herrero (2006), se indica que el discurso periodístico es algo orientado cuando depende de las características del enunciado, a saber: monologado o dialogado. La mayoría de las noticias si bien corresponden al monologado, en tanto, no hay interlocución directa, innegablemente su trasfondo incita al relacionamiento dialógico, pues busca generar un impacto en el lector. Así pues, el proceso de categorización permitió establecer que las noticias analizadas persiguen una acción meramente informativa y que el nivel de interacción con el lector es indirecto.

Es dable indicar que, el contexto en donde se desarrolla la mayoría de las noticias es local, pues sólo dos de ellas son noticias de corte internacional, referidas a la celebración de una ley anti-homofobia en Suiza y, a la decisión de una ex actriz de Hollywood de hacer la transición a actor. Para Herrera (2006), algunos discursos periodísticos no se pueden interpretar fuera del contexto, por ejemplo, para un extranjero mexicano que lea la noticia del DANE referida a excluir del Censo de 2018 preguntas sobre identidad de género y orientación sexual, tal vez no entienda porque es una noticia grave para la comunidad, o qué entidad es el DANE.

Finalmente, dentro de los componentes del discurso, se logró identificar que el discurso periodístico se genera dentro del Inter discurso, así pues, los enunciados de las noticias se adaptan a las normas. Para Barahoui (2014), lo anterior significa que, el enunciado adquiere sentido dentro del universo de otros discursos frente a los cuales se sitúa. Así pues, cada tipo de discurso tiene su manera de gestionar la multiplicidad de relaciones Inter discursivas. Al analizar las relaciones Inter discursivas de las ocho noticias analizadas, puede notarse dos vías o enfoques en el discurso: uno de visibilización de derechos y otro de transgresión de derechos.

#### *2.2.2.2 Alcance del discurso periodístico*

En esta subcategoría se abordaron tres elementos, a saber: lenguaje No literal, habla culta, construcción nominal. La categorización permitió identificar que las ocho noticias se centran en transmitir información y generar interés de forma eficaz, partiendo de la economía expresiva, es decir, de que el discurso no es escueto sino exacto, no sea necesariamente breve sino preciso. Así mismo, se encontró que cinco de las ocho noticias tienen un discurso periodístico pulcro que posee corrección lingüística, mientras que las demás, tienen un lenguaje cercano al lector e incluso, coloquial.

Respecto a las características del discurso periodístico, la categorización demuestra que las noticias tienen claridad, concisión, verosimilitud, univocidad, sencillez y naturalidad. No obstante, se identifica que en ninguna de las noticias se evidencia versatilidad expresiva para estimular el interés del lector.

#### **4.2.3 Enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano**

Desde la perspectiva de Guzmán y Chaparro (2016), “El género, es una categoría analítica que permite distinguir entre las diferencias biológicas en virtud del sexo, y

aquellas que son social y culturalmente construidas de acuerdo con un contexto, a partir del cual se fija un deber ser para los hombres y otro para las mujeres” (p.4).

La manera en la cual se ha construido el género se expresa desde la heteronormatividad, lo que genera construcciones sociales que carecen de neutralidad y generan relaciones desiguales de poder, lo que favorece, en algunos casos discursos y prácticas discriminatorias de quienes se apartan de los roles y estereotipos que se enmarcan dentro de lo que la sociedad considera como “normal” o moralmente aceptado, en este caso la heterosexualidad.

Por lo anterior, luego de hacer el análisis del discurso periodístico en las noticias y tras el proceso de categorización, se buscó reconocer si, en efecto, dicho discurso se configuraba desde una perspectiva diferencial. A continuación se muestran los resultados.

#### **4.2.3.1 Enfoque diferencial en las noticias**

Respecto a la subcategoría “**apelativos despectivos**”, se indica que, una de las formas de violencia en contra de la comunidad LGBTI, son los apelativos despectivos, los cuales se refieren a los calificativos o apodos que muestra desprecio, indiferencia o son un insulto contra la persona. En este caso en ninguna de las noticias analizadas se observó algún tipo de apelativo despectivo, por el contrario, el periódico El Colombiano es cuidadoso el momento de referirse a la comunidad LBGTI, por ejemplo, en las noticia 1 se refiere a la protagonista de la novela que anuncia como “ella”, pues se le considera como mujer trans; lo mismo ocurre en la noticia 2, en la cual se anuncia el asesinato de una lideresa de la comunidad LGBTI, la cual también es una mujer trans.

Lo anterior, indica que en el periódico El Colombiano no hay visiones sesgadas respecto al reconocimiento de los derechos de la población LGBTI. Esto, en primer

lugar, indica la renovación en las ideologías sociales y colectivas hegemónicas. En segundo lugar, el respeto que desde el periódico tiene por la normatividad, ya que, en caso de presentarse apartados de un discurso discriminatorio u ofensivo, los miembros de la comunidad están en su derecho de denunciar la afectación que los apelativos ofensivos le causan en su vida personal y salud mental.

Otra de las subcategorías abordadas es la **“evidencia elementos de discriminación”**. Como se mencionó de forma precedente, en el discurso periodístico de las noticias del El Colombiano no se identificó ningún tipo de elemento discriminatorio, sin embargo, estos elementos discriminatorios si se identificaron en el contenido de la noticia per se, por ejemplo, en la noticia 4, se identifica como desde la decisión del DANE hay una clara discriminación e invisibilización de los derechos de la comunidad LGBTI, en tanto, se busca dejar de incluir preguntas relativas a la identidad de género y orientación sexual. Lo mismo ocurre con la noticia 3, en la cual se evidencia que un representante de Colombia Justa y Libre, sostuvo que no pueden obligar a los partidos políticos a incluir comunidad diversa en sus filas, lo cual es claramente una muestra de discriminación, pues en la normatividad vigente colombiana se “garantiza el derecho de participar a todos los colombianos”, por tanto, no se debe retirar, bajo ninguna circunstancia, el articulado referente a que los partidos políticos deben promover la participación en su militancia de la comunidad LGBTI.

Continuando con el análisis, al revisar la subcategoría **“identidad y el sentido de pertenencia”**, se identifica que dicha categoría se cumple en tres de las noticias: en la noticia 5, se identifica como se conmemora el Día Mundial contra la Homofobia, en el discurso de esta noticia, se resaltan aspectos positivos de la celebración y se resalta la importancia de salvaguardar los derechos de la comunidad LGBTI a nivel mundial. En la figura 6 se muestra un apartado del texto.

Figura 6. Apartado noticia 5

Según la organización May 17, **“el día representa un hito anual global importante** para llamar la atención de los tomadores de decisiones, los medios de comunicación, el público, las corporaciones, los líderes de opinión, las autoridades locales, etc., sobre la alarmante situación que enfrentan las personas con diversas orientaciones sexuales, identidades o expresiones de género, y características sexuales”.

Fuente: El Colombiano

Como se observa en la figura 6, en este apartado de la noticia se resalta la importancia de celebrar el día mundial en contra de la homofobia, como un hito que ayuda a empoderar a la comunidad LGBTI, además, a visibilizarse ante tomadores de decisiones y medios de comunicación, para mitigar de forma paulatina las acciones o impactos negativos que atenten en contra su bienestar.

Otro caso en el cual se logró visualizar la manera en la cual la subcategoría **“identidad y el sentido de pertenencia”** se desarrolla en el discurso periodístico se da en la noticia 6, en la cual se indica que “Suizos aprueban en referéndum una ley contra la homofobia”. En la figura 7 se muestra uno de los apartados del texto.

Figura 7. Apartado noticia 6.

En los círculos LGTB, algunos temen que una protección especial los estigmatice aún más. “Lucho por la aceptación y la normalización de mi sexualidad. Para mí, la normalización también significa no exigir derechos especiales”, afirma Michael Frauchiger, copresidente del comité “¡Derechos especiales NO!”.

Fuente: El Colombiano

En este apartado se identifica como el periódico El Colombiano resalta una parte de la entrevista realizada al copresidente de derechos humanos; este entrevistado con propiedad, sentido de pertenencia e identidad manifiesta que la comunidad LGBTI tiene el derecho a exigir derechos que contribuyan a la aceptación y normalización de la sexualidad.

Finalmente, otra de las noticias que en su discurso periodístico resalta la subcategoría “identidad y el sentido de pertenencia”, es la noticia 8, en la cual “Ellen Page se declaró transgénero, ahora será Elliot”. En la noticia se identifica como el periódico El Colombiano se refiere a Elliot como “El actor”, lo cual es incluyente y respeta su libre desarrollo de la personalidad. Asimismo, en el discurso de la noticia se visibiliza la voz de otros miembros de la comunidad LGBTI con la finalidad de indicar que, si bien algunos actores y actrices de Hollywood han reafirmado su identidad sexual, no todos ellos se sienten seguros y, por el contrario, consideran que han sido vulnerados en el medio. En la figura 8 se muestra un apartado del discurso.

*Figura 8. Apartado noticia 8*

“La verdad es que, a pesar de sentirme profundamente feliz en este momento (...) tengo miedo de la agresividad, el odio, las bromas y la violencia”, escribió Page el martes.

El actor también criticó a los políticos que “criminalizan la atención médica trans y niegan nuestro derecho a existir”, así como a figuras influyentes que usan “una plataforma masiva y continúan propagando hostilidad hacia la comunidad trans”.

“Ustedes tienen sus manos manchadas de sangre. Desatan una furia de rabia vil y degradante que recae sobre los hombros de la comunidad trans”, agregó Page, haciendo referencia a las altas tasas de intentos de suicidio entre la comunidad.

Alphonso David, presidente del grupo de defensa LGBTQ Human Rights Campaign, agradeció a Page por compartir sus vivencias y **“por arrojar luz sobre los desafíos que enfrentan muchos” de los miembros de esta comunidad.**

Fuente: El Colombiano

Como se evidencia en la figura 8, en el apartado de la noticia 8 se resalta la identidad de los hombres y las mujeres trans, dándoles voz y visibilidad. Al continuar con el análisis, se identifica que todas y cada una de las noticias cumplen con la subcategoría **“coopera, informa, forma, a la población LGBTI”**, en tanto las noticias, son presentadas desde una perspectiva informativa, sin la pretensión de generar polémica o focos de discusión. Las noticias analizadas informan desde perspectivas sociales, políticas y económicas, y son de gran interés no solo para los integrantes de la comunidad LGBTI, sino para la población en general.

Finalmente, respecto a la subcategoría “**fortalecimiento de la participación de la población LGBTI**”, se logra identificar que la noticia 6 referida a la conmemoración del día en contra de la homofobia, busca, precisamente que los integrantes de la comunidad LGBTI, se movilicen en pro de la salvaguarda de sus derechos. Otro ejemplo de impulso a la participación es la noticia 1, en la medida que muestra que las mujeres trans pueden ser protagonistas de producciones audiovisuales, en tanto, el mercado se está abriendo de forma paulatina para ellas.

Luego de realizar el análisis del enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano, es importante analizar las acciones comunicacionales mediáticas desde el enfoque diferencial que existen en el discurso de estas noticias.

#### **4.2.3.2 Acciones comunicacionales mediáticas desde el enfoque diferencial**

Tras el análisis del discurso periodístico en las noticias seleccionadas, se identifica que en todas y cada una un **acción comunicacional por valores**, en la medida que, el contenido de la noticia se desarrolla desde una perspectiva inclusiva, resaltando aspectos de corte emocional (bien sea para rechazar o aceptar una premisa). En la noticia 1, se visualizan valores como la empatía, la esperanza, y la aceptación de la mujer trans en un mercado competitivo como es la televisión. En la noticia 2, se exterioriza el valor de la resistencia y la lucha de los derechos de la mujer trans, al condenarse un feminicidio en contra de una lideresa de la comunidad LGBTI.

De igual modo, en la noticia 3, se identifican valores como la justicia y la inclusión, ya que partidos de la oposición buscan que se incentive la participación política de la comunidad LGBTI. En la noticia 4, se identifican valores como la aceptación y la inclusión al darse puerta de entrada a una modificación en la decisión de la DANE

respecto a no incluir en el censo elementos como identidad de género y orientación sexual.

De igual modo, se identifica en la noticia 6 y 7, valores como la constancia y el trabajo en equipo, pues a través de los mismos, no solo se logra la conmemoración del día en contra de la homofobia, sino que, en países como Suiza se aprueban leyes inclusivas. En este mismo orden de ideas, la noticia 8, muestra valores como el respeto y la tolerancia, al aceptar e incluso, celebrar la decisión del actor Elliot Page (antes actriz Ellen Page), de hacer su transición al género masculino.

Tras el proceso de categorización, se logró identificar que en el discurso periodístico de la noticia 5, se realiza una **apelación conmemorativa**, referida al día internacional en contra de la homofobia, en este caso, como lo indica Rose (2003), se intenta generar procesos comunicacionales basados en sentimientos nacionalistas para persuadir a los ciudadanos de algún precepto social o político, en este caso, indicar sobre la importancia del respeto a las diferencias.

Cabe resaltar que no se encontraron noticias cuya **acción comunicacional se centre en el humor**, ya que el discurso es limpio, respetuoso y cuidadoso frente a los derechos de la comunidad LGBTI. Tampoco se encontraron acciones basadas en el temor, porque, pese a que se presentaron dos noticias en donde se anunciaba el feminicidio de mujeres trans, en el cuerpo de la noticia se resaltó la importancia de mitigar este tipo de comportamientos, además, se identificó la manera en la cual las autoridades procedieron de forma diligente no ante un homicidio general, sino ante un feminicidio.

Finalmente, se identificó que ninguna de las noticias se centra en la noción de calidad de vida y que, por el contrario, todas las noticias basan su discurso periodístico en la comunicación centrada en hechos, en tanto, en ellas hay evidencias verificables.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tras el desarrollo de la investigación se puede concluir que el discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico “El Colombiano”, versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021, es un discurso informativo, centrado en los hechos, que no busca persuadir respecto a la aceptación de una idea en concreto. En este sentido, el discurso lo que busca es exteriorizar y visibilizar en igualdad de condiciones y, desde un enfoque diferencial a la población LGBTI.

Respecto al primer objetivo específico, se puede concluir que en el discurso periodístico existente en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, se identifican elementos que se relacionan con la caracterización de la noticia, entre los cuales se resalta el hecho de que la mayoría de las noticias analizadas solo tienen título, es decir, carecen de antetítulo y subtítulos, lo que demuestra la sencillez y concreción de las noticias. En estos títulos las palabras claves que se más utilizadas en los títulos, en orden de frecuencia son: LGBTI, Trans y Homofobia.

De igual modo, se concluye que la mayoría de las noticias analizadas no tiene como autor a un periodista en particular, lo que indica el periódico El Colombiano, busca mostrarse ante los lectores como un medio imparcial y objetivo, pues no vincula la orientación sexual de sus periodistas a la redacción de la noticia. En este punto se concluye que la intención de las noticias es informativa, es decir, no se busca persuadir o apelar a emociones.

Al desarrollar el segundo objetivo de investigación, dirigido a detallar las características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano, se puede concluir que el discurso periodístico de las noticias analizadas se genera dentro del Inter discurso, así pues, los enunciados de las

noticias se adaptan a dos pretensiones: visibilización de derechos y visibilización transgresión de derechos. Otra de las conclusiones a las cuales se llega es que las ocho noticias se centran en transmitir información y generar interés de forma eficaz, partiendo de la economía expresiva, es decir, de que el discurso no es escueto sino exacto, no sea necesariamente breve sino preciso. Así mismo, se encontró que en términos generales, las noticias poseen un discurso periodístico pulcro que posee corrección lingüística.

Finalmente, al determinar el enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano, puede concluirse que, en términos generales, el periódico salvaguarda el enfoque diferencial en su discurso, lo cual se identifica a partir de la ausencia de apelativos despectivos y elementos de discriminación, y, por el contrario, busca en el discurso resaltar la identidad, el sentido de pertenencia y la participación de la población LGBTI en el mundo social. De igual modo, se concluye que el discurso del periódico El Colombiano es respetuoso, destaca valores, resalta apelaciones conmemorativas y explica el desarrollo de las noticias basándose en hechos concretos, en este sentido, el periódico no hace publicaciones basadas en el humor.

### **Recomendaciones**

Se recomienda seguir desarrollando estudios que integren la categoría “discurso periodístico” y la categoría “comunicación diferencial”, ya que, tras el desarrollo de la presente investigación se logró identificar que pocos son los estudios documentados frente al tema, por tanto, se identifican diversos vacíos en materia que pueden ser subsanados a través de la investigación académica de los futuros comunicadores sociales.

Otra recomendación para futuros estudios se dirige a la creación de un manual de comunicación diferencial, a partir del cual se promueva la responsabilidad

profesional en los medios y respeto a la diversidad humana, además, posibilite la creación de herramientas capaces de incentivar nuevos enfoques en la cobertura periodística sobre temas relativos a comunidad LGBTI y minimizar el enfoque prejuiciado en situaciones adversas que envuelvan a dicha comunidad, reduciendo la nocividad y la influencia negativa en la sociedad.

Otro estudio futuro, puede ser un análisis que permita observar como el uso de imágenes positivas y creativas, en las noticias referidas a la población LGBTI además de garantizar la dignidad de sus miembros, incide en que el receptor se eduque frente al hecho de que las personas que hacen parte de este colectivo tienen sus mismos derechos. Este tipo de estudios propende por una visibilidad a los derechos de la población LGBTI, además, genera una acción pedagógica para el lector, quien, lejos de indicar “mataron a un travesti, a un gay vestido de mujer”, puede comenzar a modificar su discurso con base al respecto e indicar “asesinaron a una mujer trans, por tanto es un feminicidio”.

## **6. PRODUCTO**

### **6.1 PRESENTACIÓN**

El poster es ampliamente utilizado en la comunidad académica, ya que permiten resumir los resultados de la investigación y presentarlos de manera concisa y atractiva. En este caso el poster es usado por la investigadora para hacer la presentación de la investigación, (publicarla ante los jurados de la universidad)


### **6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

El poster es un medio que permite presentar los hallazgos más relevantes de la investigación y compartirlos visualmente. De igual modo, permite apoyar la exposición oral de quien presenta dichos hallazgos, en este caso de la estudiantes de comunicación social que desarrolló el estudio.

### **6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO**

El poster es una mezcla de un texto breve mezclado con tablas, gráficos e imágenes. En este caso el diseño fue sencillo, se trató de enfatizar en los puntos más relevantes del estudio, a saber: Introducción, objetivos, metodología, resultados y conclusiones. Para el diseño se empleó la herramienta Microsoft PowerPoint, y posteriormente para su presentación se convirtió el documento a PDF.

## 6.4 PRODUCTO




Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño  
Línea de investigación: comunicación – educación.  
Sublínea: comunicación, educación y medios

### Análisis del discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico "El Colombiano", versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021

María Paulina Castrillón Rodas

#### Introducción



**¿Cómo es el discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico "El Colombiano", versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021?**

¿Discurso Discriminación?

¿Discurso Enfoque diferencial?

#### Objetivos


**General**  
Analizar el discurso periodístico con relación a la población LGBTI en el periódico "El Colombiano", versión digital, durante el segundo semestre del año 2020 y el primer semestre del año 2021

**Específicos**

- Describir los elementos del discurso periodístico existentes en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, en su versión digital, durante el periodo seleccionado.
- Detallar las características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.
- Determinar el enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.

#### Metodología

**Paradigma:** Cualitativo  
**Tipo de investigación:** Estudio documental  
**Instrumentos de recolección:** Ficha documental  
**Técnica de análisis:** categorización  
**Muestra:** total de 8 noticias




#### Resultados

##### 1. Elementos del discurso periodístico

Caracterización de las noticias	Tratamiento general de las noticias	Intención de las noticias
Título, subtítulo, antetítulo Autor Aspecto visual	Extensión  Objetiva/subjetiva	Informativa/apelativa

##### 2. Características del discurso



#### Autores clave

*Van Dijk (1990) Discurso periodístico en la noticia*  
*Bahraoui (2014). Elementos análisis del discurso periodístico*  
*Arteaga (2012)- Enfoque diferencial en la comunicación*

#### Conclusiones

Discurso informativo, centrado en los hechos, que no busca persuadir respecto a la aceptación de una idea en concreto

Discurso busca es exteriorizar y visibilizar en igualdad de condiciones y, desde un enfoque diferencial a la población LGBTI.

##### 3. Enfoque diferencial en el discurso

**Apelativos despectivos**  
**Elementos de discriminación** > No se evidencian

**Identidad y el sentido de pertenencia**  
**Coopera, informa, forma, a la población LGBTI**  
**Fortalecimiento de la participación de la población LGBTI**

-----  
Acciones comunicacionales mediáticas

Se evidencian		No se evidencian	
Valores	Hechos	Temor	Humor
Comemoración		Estilo de vida	

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andréu, J. (s/f). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. Recuperado de: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Bardin, L. (1996) Análisis de contenido. Akal.
- Berganza, M. Ruiz, J. (2005). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid: McGraw Hill.
- Berger y Luckman (1968) La construcción social de la realidad. Trad. Silvia Zuleta. Amorrortu, Buenos Aires.
- Daros, W. (2002). ¿Qué es un marco teórico? Enfoques, XIV(1),73-112.. ISSN: 1514-6006.
- Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (1998). The landscape of qualitative research. New Delhi: Sage Publications
- Hernández, D. (2011). Hacia la construcción de un periódico no sexista. Recuperado de: <https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/hacia-la-construccion-de-un-periodismo-no-sexista-cimac.pdf>
- Marshall, C. Rossman, B. (1989). Design ing qualitative research. Nwehare. California.
- Morales, F. (2012). Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Recuperado de: [https://scholar.google.com.co/scholar?q=investigacion+descriptiva+cualitativa+documental&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.co/scholar?q=investigacion+descriptiva+cualitativa+documental&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)
- Moreno, J. (2018). Análisis del discurso de los periódicos El País y El Espectador con relación a la aprobación del matrimonio igualitario en Colombia. Recuperado de: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10343/T07993.pdf;jsessionid=193111850FBA5A32D9BA36A630FCDE7C?sequence=5>

- Otzen Tamara, Manterola Carlos. Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.* [Internet]. 2017 Mar [citado 2021 Mar 11]; 35( 1): 227-232.
- Sarrión, V. (2019). Análisis del tratamiento del colectivo homosexual en la prensa digital española (2005-2018). *El País, El Mundo, Las Provincias y La Vanguardia*. Recuperado de: [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/186243/TFG\\_2019\\_SarrionLau\\_Victor.pdf?sequence=1](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/186243/TFG_2019_SarrionLau_Victor.pdf?sequence=1)
- Spradley J. (1979). *The Ethnographic Interview*. EEUU: Hardcourt,
- Strauss, A. Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Recuperado de: <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/bases-investigacion-cualitativa.pdf>

## 8. ANEXOS

### 8.1. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

#### 8.1.1 Ficha documental Objetivo 1.

Objetivos	Describir los elementos del discurso periodístico existentes en las noticias sobre la población LGBTI, en el periódico El Colombiano, en su versión digital, durante el periodo seleccionado.																
Imagen de Referencia/Link	Caracterización de la noticia								Tratamiento general de la noticia				Intención de la noticia				
	Título	Antetítulo	Subtítulo	Inter título	Emisor/	Entradilla o	Síntesis	Fotografía	Pie de foto	Breve	Extenso	Objetividad	Subjetividad	Identificador	Designativa	Apelativa	Económica

Fuente: elaboración propia

#### 8.1.2 Ficha documental Objetivo 2.

Detallar las características del discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano																																
Componentes del discurso		Alcance del discurso		Características del discurso periodístico						Paratexto icónico				Paratexto verbal		Rasgos gramaticales		Subjectivos														
Organización	Orientación	Acción	Interactividad	Inter-discurso	Lenguaje No	Habla culta	Construcción	Claridad	Concisión	Verosimilitud.	Univocidad.	Sencillez	Naturalidad.	Corrección	Interés humano	Variedad.	Retrato fotográfico	Fotografía	Fotografía	Fotografía de	Fotografía	Fotografía	Cintillo	Sumario	Ladillos	Variedad	Heterogeneidad	Lenguaje asertivo.	Sustantivos	Adjetivos	Adverbios	

Fuente: elaboración propia

### 8.1.3 Ficha documental Objetivo 3.

Determinar el enfoque diferencial en el discurso de las noticias sobre la población LGBTI del periódico El Colombiano.										
Enfoque diferencial en las noticias					Acciones comunicacionales mediáticas					
Apelativo despectivos	Evidencia de discriminación	Identidad y el sentido de pertenencia	Cooperación, información, a la población LGBTI	Fortalecimiento de la participación de la población LGBTI	Comunicación por valores	Comunicación de apelaciones conmemorativas	Comunicación basada en el humor	Comunicación basada en el temor	Comunicación de estilos de vida.	Comunicación centrada en hechos

Fuente: elaboración propia