



UNR Universidad
Nacional de Rosario



PROGRAMA UNIVERSITARIO
DE DIVERSIDAD SEXUAL

ISSN: 2362-5805

LIBRO DE ACTAS

III COLOQUIO INTERNACIONAL

*Saberes contemporáneos desde la
diversidad sexual: teoría, crítica, praxis*

23 y 24 DE MAYO 2016

Facultad de Ciencias Médicas - UNR

Santa Fe 3100, Rosario - Argentina



Del armario a los medios: significaciones imaginarias sobre la población LGBTI en la prensa de Cartagena de Indias, Colombia

Juan Ramón Pájaro Velásquez
UNR
juanrapave@outlook.com

Resumen: La producción y reproducción de discursos e imágenes que afectan a los individuos de una sociedad haciendo que estos se sientan integrados o excluidos de una población o le den validez o no a ciertos comportamientos es en esencia lo que se denomina “imaginarios sociales”. Partiendo de esta definición, durante la investigación se analizaron los contenidos de los discursos periodísticos en dos periódicos de Cartagena de Indias, Colombia: El Universal y Q’Hubo entre los años 2012 – 2014, teniendo en cuenta la frecuencia con que hacen uso de ciertas estructuras discursivas y como estas permiten producir y reproducir imaginarios sociales sobre la población LGBTI. Se hace énfasis en el uso del lenguaje por parte de dichos medios, en la denominación, caracterización y representación de los sujetos LGBTI, así como su participación en los hechos narrados y las secciones de dichos periódicos en las que más figuran contenidos relacionados con ellos. Por último, se presentan estrategias de comunicación orientadas al reconocimiento de dicha población como sujetos activos y de derechos. Dichas estrategias parten de resultados y conclusiones obtenidos en esta investigación.

Palabras claves: LGBTI – Imaginario Social – Prensa – Cartagena de Indias (Colombia) – Análisis del Discurso

Introducción

La sociedad contemporánea se ha caracteriza por un constante flujo de información, que va desde las macroestructuras sociales, como el Estado hasta la vida cotidiana de cada una de las personas (Castells, 2006). Estamos en un momento de la historia en el que se ha presenciado una revolución tecnológica, centrada de manera especial en torno a la información y cómo esta puede transformar el modo de pensar, producir, consumir, negociar y sobre todo comunicar, es decir, puede cambiar el modo de vivir de los individuos y en general la sociedad misma.

Siendo así, se podría decir que no hay personas que no estén interconectadas con otras a través de cualquier medio de comunicación masivo, los cuáles en un mundo pensado como globalizado tienen un papel importante en la reproducción de mensajes que avalan estructuras sociales dominantes

y la emergencia de nuevas formas de ser. Dicho rol, en esta “nueva” sociedad de la información, produce que a través del uso del lenguaje se invisibilicen, se creen prejuicios y en general imaginarios sociales sobre determinados grupos o poblaciones; imaginarios que influyen directamente los modos y estilos de vida de estas poblaciones y su lugar a ocupar dentro del complejo de relaciones humanas llamado sociedad. (Castell, 2006)

En esta ponencia se estudia a una de esas poblaciones históricamente marginadas: la población LGBTI, en la que giran una serie de imaginarios sociales positivos y negativos, que en el caso de la ciudad de Cartagena de Indias han afectado esencialmente de manera negativa sus modos y estilos de vida, como se puede evidenciar en informes anuales presentados por distintas organizaciones defensoras de derechos de la diversidad sexual en la ciudad.

Temas como el de la diversidad sexual, generan importantes debates en el conjunto de la sociedad. Un ejemplo de esto se puede ver cuando se plantean discusiones sobre el matrimonio entre personas del mismo sexo o la adopción por parte de parejas del mismo sexo. En el presente colombiano, todavía existen sectores de la sociedad que presentan perjuicios en el momento de enfrentar el debate sobre la diversidad sexual, pues intervienen aspectos con posiciones radicales de grupos conservadores como la Iglesia, institución que está blindada a cualquier tipo de negociación con el tema; un gobierno que apenas empieza a ver la importancia de dicho asunto y una academia con mucho por aportar al tema.

Este estudio abarca el periodo de tiempo comprendido entre los Enero 2012 hasta Diciembre de 2014 sobre el tratamiento dado por los medios impresos Q'Hubo y El Universal del Grupo Editorial Del Mar sobre los grupos de personas con identidades sexuales y de género divergentes (LGBTI)¹.

El trabajo busca en la revisión, sistematización y análisis de contenidos de todos los discursos periodísticos (crónicas, reportajes, noticias, comentarios, opiniones, etc.) publicados en dichos medios de comunicación durante el periodo de tiempo determinado, teniendo como principal objetivo describir la forma como son configurados y reconfigurados los imaginarios sociales sobre la diversidad sexual (población LGBTI) incluidos en estos.

1 En este trabajo se entiende por temas diversidad sexual a aquellos relacionados grupos con identidad sexual e identidad de género divergentes, población LGBTI, es decir todas aquellas personas que tienen una orientación sexual homosexual, (Gays, Lesbianas), sienten atracción erótica afectiva por ambos sexos (Bisexuales), transgreden las identidades de género (Travestis, Transformistas, Transgeneristas) y transgreden las identidades sexuales (Transexuales, Intersexuales).

Los Medios de Comunicación en la sociedad

Como lo expresan Macionis y Plummer (1999), el siglo XX se ha convertido en el siglo de los medios de comunicación, debido a que en la mayor parte de nuestras actividades cotidianas están relacionadas con el uso de tecnologías de la información. O como lo expresa Manuel Castells “las nuevas tecnologías de la información están transformando el modo en que producimos, consumimos, dirigimos, vivimos y morimos” (Castells, 1989).

Han sido muchos los autores que se han interesado por el proceso de desarrollo de los medios de comunicación en la sociedad; entre ellos, Santos (2000), quien propone que el desarrollo de la sociedad ha sido un proceso arraigado a las formas de producción, uso y consumo del espacio. Plantea que durante los primeros tiempos del hombre en la tierra se puede hablar de un medio natural. Con los avances del proceso humano sobre la faz de la tierra se pasó a un medio técnico y luego, durante el desarrollo del sistema mundo moderno y el capitalismo se presencié un medio técnico científico – informacional. Es un proceso de desarrollo técnico que ha sido acumulativo y que con cada nuevo período el anterior se vuelve obsoleto.

Los sociólogos de la comunicación, por su parte, consideran más amplia la forma como se ha relacionado la comunicación humana con el proceso de la sociedad. A la vez que los investigadores han tratado de identificar justamente la relación entre la comunicación y el contexto histórico de la sociedad, también, de manera especial, en los últimos años han tratado de construir teorías analíticas que dan cuenta sobre el papel que estos desempeñan en la sociedad. Son conocidas como teorías de los medios de comunicación.

Para la sociología de la comunicación, la primera gran teoría sobre los medios de comunicación es la teoría de la bala mágica o el modelo de efectos “hipodérmicos” de los medios. Esta se caracteriza por comprender que los mensajes de los medios son recibidos por la sociedad de manera uniforme. Que además influyen en los individuos y que estos estímulos conducen a comportamientos más o menos uniformes de los individuos en la sociedad. (Macionis y Plummer, 1999).

También están las teorías funcionalistas que plantean que los medios cumplen una serie de funciones que pueden resumirse en cinco:

- La función de vigilancia: referida a que los medios de comunicación constantemente están suministrando información acerca del mundo.

Así las personas pueden estar actualizadas en cuanto a los peligros latentes que pueden afectar su bienestar. De igual forma los medios de comunicación pueden ser disfuncionales, cuando magnifican un hecho, generando una angustia innecesaria.

- La función de adjudicación de estatus: los medios de comunicación le confieren, con su abordaje, estatus social a las personas, a los asuntos públicos, a las organizaciones y a los movimientos sociales. Ese mayor estatus social genera que estas personas u organizaciones logren ser reconocidas de manera positiva o negativa. El estatus social no sólo se le confiere a los asuntos principales, como políticos o judiciales, sino también a los asuntos menos trascendentales.
- La función de presión para la aplicación de normas: los medios de comunicación cumplen una función moralizadora, en la medida en que otorgan especial atención a la desviación social de diversa índole, por ejemplo, maltrato infantil, abuso de autoridad, delincuencia juvenil, prostitución, abusos sexuales, violaciones.
- La función de transmisión de cultura: los medios de comunicación son un agente de socialización, pues cumplen un rol importante en la entrega de la cultura, de una generación a otra, por ejemplo, teleseries como *Dejémonos de vainas*², telenovelas como *El último matrimonio feliz*³, y el infantil *Plaza Sésamo*.
- La función narcotizante: esta función hace referencia a que los medios de comunicación arrojan tanta información que las personas finalmente no tienen claridad sobre qué es lo realmente importante quedando así mal informados.

Se destacan también las teorías del conflicto social que centra su atención en aspectos como la relación entre el capital y los medios. Esta relación se expresa a través de los intereses económicos de firmas, entes y agencias privadas que controlan los medios. El control de estos medios puede conllevar a la conformación de grandes redes empresariales. Dicha relación no se efectúa sólo por el interés económico y el enriquecimiento del patrimonio, sino también

² Teleserie colombiana de comedia, transmitida entre 1984-1989 en la que se muestra la vida de una familia colombiana de clase media y las costumbres de cada uno de sus integrantes, quienes son originarios de distintas regiones de Colombia.

³ Telenovela colombiana transmitida entre 2008- 2009. Cuenta la historia de 6 mujeres, sus esposos y los problemas que ellas tienen dentro de cada uno de sus matrimonios y como ellas mismas en su camino a aceptarse a sí mismas por completo y pensarse más allá de solo ser ama de casa o esposas de; descubren quienes son.

como mecanismo de acceso al poder o a los poderes.

Pero además de esta relación entre economía y medios, se tiene la relación entre industria y la ideología de la cultura. Adorno y Horkheimer se interesaron por esta dupla. La cultura se transforma en mercado y mercancía. El resultado de esta relación de mercado, se centra básicamente en la posible pérdida de calidad de los productos comunicativos, puesto que el interés prioritario es el fortalecimiento económico de los dueños de los medios, y en esta lógica, lo que se hace necesario es vender, captar el mayor número de “clientes”, que las pautas publicitarias en la televisión se vendan a altos costos, que se comercialicen más ejemplares de los periódicos, y esto, lo logran empleando frases amarillistas, centrándose en temas banales y repitiendo que los asuntos de interés público son aquellos que en antaño eran de interés privado.

También, aparece la relación entre los aparatos ideológicos del Estado y los medios de comunicación. Althusser (1974) considera que los medios de comunicación podían convertirse en herramientas de inyección ideológicas en un gran número de personas:

Lo que hacen los medios es reproducir las ideologías dominantes. En este caso, los medios se considerarán como uno de los aparatos ideológicos del estado, entendidos como instituciones sociales que reproducen la ideología dominante, aun siendo independientes del estado (Althusser, 1974).

Cuando los medios de comunicación sirven como pregoneros de las ideologías del Estado, están ignorando la condición de neutralidad que de estos se espera, y crean las condiciones necesarias para que un determinado gobierno se establezca como bueno o malo, en gran medida como resultado de esta relación, la opinión pública toma decisiones acerca de la gestión política de determinado grupo, movimiento o partido político, de la viabilidad de las propuestas y así, se pueden establecer “dictaduras” disfrazadas de democracias, tendencias marcadas hacia determinada ideología y, en síntesis, los medios se constituyen como herramientas indispensables para manejar el ambiente político en general.

Finalmente surgen las teorías posmodernas de los medios de comunicación en el que se incluyen nociones como, consumidores de medios. Y en las cuales consideran que el mundo está mediado por los medios. Anuncios, propagandas, medios, videos, música, cine, noticias, imágenes, son elementos centrales del hostigamiento a la vida cotidiana de las personas. Las copas mundiales de fútbol y juegos olímpicos, Los bombardeos de Estados Unidos a Iraq en 1991, la caída

de las Torres Gemelas, la muerte de Lady Diana, el rescate de los 33 mineros en Chile, son sólo algunos ejemplos de acontecimientos que en tiempo real han sido observados por la sociedad a nivel global.

Los medios de comunicación y la configuración de imaginarios sociales

Patrick Champagne, en la visión mediática, texto incluido en la Miseria del Mundo de Pierre Bourdieu (1999), expresa que “los medios fabrican para el gran público, que no está directamente comprometido (con el hecho o acontecimiento), una presentación y una representación configurada de los problemas que ponen el acento sobre lo extraordinario”. Este planteamiento aporta elementos -presentación, representación y lo extraordinario- para comprender que los medios de comunicación tienen el deber de cumplir varios roles: informar, entretener, divertir y educar a todas aquellas personas que acceden a ellos.

Sin duda, dentro de esos deberes, el que más esfuerzo merece en la elaboración y transmisión, es el de educar, pues sobre él recae la propuesta ideológica de los medios frente a los acontecimientos del entorno social en el cual se inscriben. Por ello, el contenido de los medios de comunicación resulta importante en el proceso de producción de los imaginarios que cada individuo se pueda forjar; proceso que se nutre de la enseñanza impartida por la familia y la escuela.

Podemos afirmar de igual modo que los medios de comunicación también actúan como mediadores entre los hechos y los diversos públicos, ya que en la función de representar el mundo, seleccionan qué debe ser informado, cómo y en qué términos, es decir, configuran los mensajes transmitidos a través de estos creando marcos no sólo limitados por el encuadre de la cámara o la extensión del papel sino también por la construcción discursiva que se hace de la realidad. En relación con este aspecto Serrano (1998) menciona que:

(...) la teoría de la mediación de los medios ofrece una perspectiva distinta para las ciencias sociales: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de modelos culturales y sus funciones. Las mediaciones existentes entre el acontecer y su conocimiento por vía comunicativa, se ligan directamente con dos aspectos: la mediación cognitiva y la mediación estructural... (Serrano, 1998)

La mediación cognitiva refiere al contenido de la información y mediante ella se configuran imaginarios sociales, pues no parten de la realidad como tal, sino que se validan por la fuerza argumentativa de las representaciones

colectivas. Su principal fin es presentar un aparente consenso ya que con ella se pretende mostrar ideas unificadas de lo que ocurre en el mundo, por ejemplo, el imaginario relacionado con la posición ética que se tome sobre el tema del aborto será siempre un punto de vista a favor de la vida o a favor de la muerte.

Por su parte, la mediación estructural hace referencia a la manera en la que se presenta la información y responde básicamente a dos preguntas: ¿para quién se escribe? y ¿para qué medio físico se escribe?, así se da elección de la estructura del relato periodístico, la delimitación de los datos a los cuales se hace referencia y el grado de prioridad de los mismos. (Martín, 1985).

Cuando el periodista se encuentra en un medio escrito, se acopla a las necesidades del mismo, con el objetivo de ser comprendido en su práctica de elaboración de la información, y de ocupar el espacio que se le designa para el texto, selecciona información, fuentes, y según su propia pertinencia, también selecciona el género periodístico a emplear. Finalmente, el texto también es producto de una mediación más, la que hacen los jefes de redacción y/o editores de la misma, que se rigen según los lineamientos ideológicos de la empresa que ofrece los productos comunicativos. (Van Dijk, 1996).

Así que, el conocimiento y empleo del análisis desde la mediación cognitiva y la estructural, nos permiten ver que en cada relato ofrecido por los medios, se encuentra interviniendo la ideología de un grupo determinado de personas, quienes buscan representar las ideas generalizadas de los demás y definir qué aspectos son de interés público, y cuáles no.

Ahora bien, pensar en la relación entre medios de comunicación y los imaginarios sociales, conlleva a otro aspecto relevante para resolver el objeto de la presente ponencia. En primera instancia resulta importante comprender qué son los imaginarios sociales. Inicialmente diremos que:

Se pueden considerar imaginarios sociales a aquellas imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencias que nos permiten interpretar lo que nos sucede, o incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos e individuos con los que tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer afirmaciones sobre ellos. Es decir, una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social (Molina, 1990).

También resulta apropiada la definición de Maritza Montero (1996) mencionada en su estudio de psicología social, “la actividad mental desplegada

por individuos o grupos al fin de fijar su posición en relación a situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen”.

De manera sencilla se puede decir que el principal precepto que sigue un imaginario social es la transformación de lo no familiar en familiar. Los imaginarios sociales se nutren por valores, creencias, actitudes, imágenes e informaciones y desde su respectiva aparición, los medios de comunicación han sido una ventana por la cual se brinda una mirada acerca de los hechos en general y que por tanto los constituye como herramientas para la reproducción y producción de dichos imaginarios.

Los medios de comunicación emiten mensajes sobre amplia variedad de temas y lo pueden hacer empleando diversos discursos periodísticos y niveles de profundidad. El mensaje como tal tiene dos formas de significado: denotación y connotación; denotación es el significado que todo el mundo atribuye al mensaje, connotación se refiere al significado emocional o evaluativo que las personas le confieren al mensaje y que es diferente entre individuos y grupos. Pero la posibilidad de simplemente connotar o la posibilidad de denotar pasa en primera instancia por el filtro de los medios, en este caso escritos, que pueden elaborar un discurso periodístico desde la ambigüedad o con base en la investigación previa, la profundidad en las entrevistas y la prioridad que en cuanto a la elección del género periodístico se atribuya. Al respecto:

Puede indicarse de modo genérico que las noticias de los medios son seleccionadas buscando una recompensa. Y existen en este sentido dos clases de noticias: las que pueden proporcionar una compensación inmediata (relativas a crímenes, deportes, corrupción, desastres) y las que ofrecen una compensación posterior (asuntos públicos, problemas sociales, ciencia y educación) (Serrano, 1998)

En el proceso de reproducción de imaginarios sociales, los medios deberían centrarse en los temas que les ofrezcan compensaciones posteriores a las audiencias, pues se estaría no sólo informando sino educando, aportando a que la igualdad y el respeto las prácticas culturales, económicas y políticas de los otros tengan igual validez que las propias, de allí la importancia de que se aborde con profesionalismo información sobre los grupos de personas LGBTI, la política, los indígenas, los derechos de los niños, las organizaciones de mujeres, etc.

Pero la decisión del medio sobre cómo tratar temas de interés público es el primer paso dentro de un conjunto de pasos antes de que efectivamente

se construya un mensaje de calidad, pues la determinación de las fuentes, el respeto por la palabra del otro, la disposición de escucha, entre otras variables, deben ser manejadas con “tacto periodístico” para no difundir miradas sesgadas de las realidades.

Teniendo en cuenta las teorías funcionalistas de los medios de comunicación, una de las funciones que éstos cumplen es la de “presión para la aplicación de normas sociales”, así como lo expresan Macionis & Plummer (1999), la desviación social de cualquier tipo se exagera y se trabaja en pro del orden social, éste se traduce en un terror moral a todo aquello que se salga del orden de lo común, de lo socialmente admitido, y esa desaprobación se puede ver reflejada en el escándalo y la concentración de los medios en temas en particular, por ejemplo aquellos relacionados con la población LGBTI, los malos tratos a los ancianos, la violencia juvenil.

El rol social de los medios es hoy día más importante de lo que muchas personas pueden pensar, en un país como los nuestros⁴, con crisis de legitimidad de los grupos políticos, constantes casos de corrupción, lenta y burocratizada participación ciudadana, hacen que entre la sociedad civil y el gobierno, no sean los grupos y movimientos políticos o sociales los mediadores, sino que esta función mediadora es trasladada a los medios de comunicación.

Éstos, de algún modo, pueden hacer ahora lo que antes hacían los gobiernos, dirigir a las personas hacia los temas que le interesan a los poderes, y esto se da de esta forma; primero, gracias a la amplia cobertura, y segundo a que en suma, los dueños de los medios son los mismos dueños de los medios de producción y/o fuertemente vinculados a un partido político específico.

(...) la crónica de sucesos, que siempre ha constituido el pasto predilecto de la prensa sensacionalista; la sangre y el sexo, el drama y el crimen siempre se han vendido bien, y el reinado de los índices de audiencia tenían que hacer que ocupen las portadas de los telediarios estos ingredientes que las ansias de respetabilidad impuestas por el modelo de prensa seria habían hecho descartar o relegar a segundo término hasta ahora. (Bordieu, 1996).

La decisión de elegir qué es noticia, qué temas merecen ser objeto de reportajes, crónicas, etc., recae directamente en el consejo de redacción de cada medio de comunicación; así, los periodistas se enfrentan a configurar-representar (volver a presentar) los hechos sociales, pretendiendo inicialmente y en teoría,

⁴ Con esta expresión se hace referencia principalmente a los países latinoamericanos, aunque esta realidad social en una sociedad con altos niveles de mediatización es posible que sea común en otros lugares del mundo.

ser imparciales y objetivos, pero en la práctica son sujetos influenciados tanto por los intereses del medio de comunicación al cual están inscritos, como por sus visiones personales del mundo y la cercanía y/o amplitud mental hacia algunos asuntos sociales.

De otro lado, hay otro aspecto que influye en la manera en que los medios de comunicación, y en especial la prensa, establecen los alcances y límites de la información, porque si bien el espacio en los impresos es más generoso, comparado con la televisión y la radio, existe una tendencia a dar la mayor brevedad posible, de ahí el auge de las notas cortas ubicadas en los costados o en recuadros pequeños, dentro del cuerpo de los tabloides, para lograrlos, se requiere no sólo el abordaje breve sino la búsqueda constante de respuestas rápidas, que dejan de lado la posibilidad de realizar investigaciones profundas a pesar de referirse a temas de interés público.

En este panorama, el rol de los medios también se estaría llevando a cabo de manera incompleta, si bien sus contenidos giran en torno a temas de interés general, en la forma sacrifica la buena intención inicial, porque no es lo mismo plasmar un tema a manera de noticia que a manera de reportaje, lo que permite que termine cayendo en la banalidad y en la producción de información superficial.

Los medios de comunicación no sólo muestran hechos, los discursos expuestos constituyen la base de los imaginarios sociales, y la moral en este aspecto es fundamental, cabe recordar que los medios cumplen con una función moralizadora, en la medida que enseñan y/o validan la manera socialmente correcta de comportarse, función que antes era exclusiva de la Iglesia, la Escuela o la Familia.

El ambiente en el cual se configuran los imaginarios sociales desde los medios de comunicación no sólo tiene una perspectiva teórica - de contenido, de la forma y la moral- sino que está relacionado con el modo en que estos negocian con las fuentes los términos de su aparición. Esto se refiere a que en cada medio de comunicación existen unas especificaciones en cuanto al tiempo, los ritmos y como la fuente debe tratarse con respeto, entender y saber qué es lo que busca apareciendo en la televisión, en el periódico, en la radio, debe tener claro qué quiere decir, cómo lo va a decir, y no terminar siendo objeto del periodista, quien previamente ha elaborado unas preguntas sin consultarla.

Se puede agregar dos ideas también importantes en cuanto a los imaginarios sociales: se constituye como “la imagen”, o “alusión” de un objeto, que

puede ser una organización, un grupo, individuo o personas, acontecimientos del presente o del pasado, entre otros. Pero además el imaginario posee un carácter simbólico y a la vez significativo, entendiendo esto como una construcción. Estas serían algunas funciones de la reproducción de los imaginarios sociales respecto al cubrimiento que los medios, en especial los periódicos que son objeto de análisis en esta ponencia, hacen de las informaciones relacionadas con la población LGBTI:

- Función de criminalización: el deseo de crear conflicto social es claro, bajo esta función de representación las personas LGBTI son tratadas como peligrosas y las características morales que se les da son negativas y por ende en contravía del orden social establecido. Esta función genera estigmatización del sujeto colectivo.
- Función de segregación y exclusión: esta función demarca una diferencia entre la minoría y la mayoría, entre ellos y nosotros, lo que es normal y lo que no.
- Función de omisión o invisibilización: Implica una lectura en la que se ignora la existencia de la otredad, en este caso las personas de la población LGBTI. Esta función se cumple cuando no se nombran, se omiten o cuando se nombran de manera que no corresponde; homosexuales, transexuales, lesbianas, entre otros.

Las imágenes y los discursos contruidos de “los otros”

Como ya se explicó, los imaginarios sociales pueden definirse como aquellas ideas temporales que de alguna forma condensan sistemas de significados, de referencias, a través de los cuales se pueden construir interpretaciones de lo que ocurre y sucede, incluso, permite emitir sentido a los sucesos espontáneos; mediante los imaginarios se puede clasificar los sucesos, las circunstancias, los fenómenos y los sujetos con los que algo se tiene que ver y que permite hacer afirmaciones.

En este aspecto Teun Van Dijk (1996) nos recuerda que los significados de los discursos periodísticos se derivan de modelos mentales de hechos (imaginarios sociales configurados), controlados por modelos de contexto (imaginarios sociales reconfigurados). Estos modelos tanto pueden encarnar opiniones personales como sociales, basadas en hechos o en cualquiera de sus aspectos destacados (los participantes, sus propiedades y acciones, etcétera).

Los discursos periodísticos aplicados a un hecho y un contexto específicos pueden organizarse en forma de actitudes, las cuales a su vez pueden estar basadas en imaginarios compartidos por grupos. Estas imágenes son representaciones mentales cuyas categorías se codifican con un orden determinado para las principales dimensiones sociales de los grupos (identidad, actividades, objetivos, posición, valor, recursos), y comprenden selecciones de valores basadas en intereses que subyacen a las valoraciones y prácticas sociales de los miembros del grupo dominante, es decir, la relación con “el otro” siempre será una relación de subordinación, condenación o condena.

Por esta razón, las imágenes y los discursos que los medios de comunicación construyen de “los otros” resultan de un grupo de disposiciones planteadas previamente. Cuando el periodista aborda un tema o un asunto noticioso, está sesgado no sólo por la ya señalada idea de mercancía implícita en la información y sus consecuencias prácticas, sino también por sus percepciones de la realidad. Con estos antecedentes, se lanza a generar preguntas a las fuentes, y a delimitar qué es relevante para ser mostrado a la audiencia.

Pero, en el ejercicio del trabajo periodístico de corte audiovisual se obvian las condiciones en las cuales las fuentes aparecen, el camarógrafo, el control máster, el presentador o la presentadora, el reportero, todos saben qué deben hacer o decir según corresponda. Sin embargo, comúnmente la fuente no tiene un guión preestablecido, se lanza a decir lo que se le ocurre en el momento de la entrevista, y se enfrenta a unas preguntas que buscan la inmediatez de la respuesta, muchas veces tan limitadas a un sí o un no, preguntas formuladas desde la mirada que en el llamado consenso social se tilda de común, y que por ello, deja de lado las miradas de las minorías, quienes usualmente son las que representan el papel de victimario o de amenaza a ese orden social consensuado. Los medios de comunicación al no poner en cuestión las condiciones de aparición de las fuentes, les trazan una especie de censura inicial, puesto que, desconocen las formas de registro y aparición empleadas en la producción periodística.

Según Goffman (1974), del mismo modo que el orden de la interacción se enmarca en la estructura social y mantiene con ella una relación de “acoplamiento laxo” (es decir, que escapa a un determinismo en cualquier dirección y que se puede definir en cuanto mutuo condicionamiento), el sujeto se construye en un marco normativo general (estructura) y particular (frames), que ordena sus situaciones de interacción (roles), que sin embargo no le exige de desarrollar cierta capacidad de “personalización”. Recuperando la distinción que Michel de

Certeau (2000) establece entre tácticas y estrategias, podemos pensar el sujeto y el otro justamente en algún intermedio entre ambas: el sujeto ha de moverse en un escenario precedente con sus normas y su gramática, que suponen un mapa de fuerzas estratégicas. Pero el sujeto se hace a sí mismo aprendiendo a “moverse en su interior”, a encontrar espacios de diferencia, a matizar ese indeterminismo e incluso resignificarlo.

En los medios de comunicación siempre están nombrando cosas, situaciones; se nombran lugares de manera que generan una imagen específica, pero también, se nombran los grupos, los movimientos, las personas como particulares o como miembros de una organización social, económica, política, etc. en busca de generar una idea específica de estos haciendo uso de herramientas del lenguaje visual, escrito y auditivo, es decir configuran y reconfiguran una imagen del otro en la que este aparecerá en un lugar extraño, llamativo y/o desconocido, el cual no representa propiamente lo que es dicho grupo o sujeto; pero sí representa el pensamiento del lugar a ocupar en la sociedad de dichos grupos o sujetos.

Pierre Bourdieu (1996) nos ayuda a comprender la forma en la que los medios de comunicación construyen imágenes y discursos de los otros. El autor plantea tres formas de mecanismos que ocultan la realidad misma: “mostrar algo distinto de lo que debería mostrarse si se propusiera realmente informar; mostrar lo que se debe mostrar, pero de tal forma que pase inadvertido o que parezca insignificante y/o mostrar lo que se debe, de tal forma que cobra un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad”. Cuando se trata de las minorías, las categorías en que los medios de comunicación las perciben están pensadas hacia la búsqueda de lo sensacional.

Un ejemplo que pone en evidencia esto es que los sujetos LGBTI comúnmente son llamadas homosexuales, lo cual en sí mismo una distorsión, debido a que este concepto tiene una trayectoria en el discurso especializado médico-psiquiátrico, según el cual se veían a quienes tuvieran orientaciones sexuales hacia personas de su mismo sexo como poseedores de una enfermedad o desviación, y si tal afirmación fuera todavía válida para el discurso científico, excluiría a bisexuales, intersexuales, transgéneros, transexuales, travestis, ..., quienes son parte de la población LGBTI mas no necesariamente “homosexuales”.

Sumado a lo anterior, el término homosexual es comúnmente empleado por la Iglesia y los grupos conservadores del país de manera peyorativa, de tal forma que cuando se emplea, se deja clara la postura ideológica de rechazo

frente al tema de los grupos de personas LGBTI.

Los géneros periodísticos y las informaciones relacionadas a la población LGBTI en la prensa de Cartagena⁵

Los medios de comunicación masivos, dentro de las sociedades modernas y posmodernas dinamizan las relaciones sociales, define los temas de conversación y maneras de pensar y/o actuar de una sociedad. Por lo que se podría interpretar a estos como un cúmulo de información transmitida a través de distintos formatos con el fin de ser interpretados, comprendidos, interiorizados, rechazados, debatidos y transformados (mediados y mediatizados) por los sujetos de esta sociedad.

En medio de esta información siempre están presentes representaciones e imágenes que enriquecen los estereotipos y/o imaginarios de cada sociedad, los cuáles a su vez derivan en una relaciones de poder naturalizadas en la vida diaria de las personas. En el caso de Cartagena de Indias, Colombia durante los años 2012- 2014 el periódico El Universal tuvo un total de 114 publicaciones relacionadas con la población LGBTI y el periódico Q'Hubo tuvo 145 publicaciones en el mismo periodo de tiempo. Los discursos periodísticos presentados en ambos medios impresos se pueden clasificar en tres géneros o categorías:

SUCESOS: La prensa de Cartagena (periódicos El Universal Y Q'Hubo), está marcada por las noticias de carácter "suceso". Las noticias desarrolladas en esta sección muestran la intolerancia de la sociedad y como operan los imaginarios en estos medios de comunicación. Discursivamente se crean, recrean y reafirman los contextos culturales, sociales y políticos de la ciudad y los sujetos, se minimizan los hechos a acciones violentas que le ocurren solo a "los otros", pero que a su vez le pueden ocurrir a cualquiera.

Entre los años 2012 - 2014 El Universal y Q'Hubo llamaron la atención de sus lectores con noticias de muertes, agresiones y amenazas a la comunidad

⁵ En esta propuesta se analizaron los periódicos locales de Cartagena de Indias, Q'Hubo y El Universal. El primero, tiene un público objetivo popular y el segundo, tiene un público objetivo de clase media y alta. El periódico El Universal, fue rediseñado y se financia básicamente, con suscripciones y publicidad. Mientras que el Q'Hubo, se financia de la venta callejera. Esto es un elemento que marca una diferencia con respecto a la cobertura, tratamiento y de la información con respecto a temas relacionados con la población LGBTI.

El diario El Universal es el periódico que por tradición más compran los cartageneros, fue creado en 1948, y es de tendencia conservadora, regionalista y fiel a las costumbres culturales, sociales y políticas que han prevalecido en la región Caribe colombiana. El Q'Hubo es un periódico popular fundado en el 2005 con la intención de abarcar como público objetivo a las personas de clases socioeconómicos bajas y medio - bajas. Tanto El Universal como Q'Hubo son de la Editora Del Mar de la familia Araujo, empresarios inmobiliarios y militantes del Partido Conservador Colombiano.

LGBTI, en donde cada una de las informaciones viene acompañada con fotos que respaldaban el imaginario del que se hablaba en cada una de estas.

Las fotos en cierta medida tienen más contenido que la misma noticia, debido a la importancia que se le da a esta por medio del tamaño y la ubicación que se les asignaba en el periódico, en el caso de El Universal las fotos ocupaban dos columnas y se ubicaban entre el título y/o entretítulo y el texto noticioso; en el caso del Q'Hubo por su naturaleza de tabloide, las imágenes siempre ocuparon más espacio que los textos.

Las noticias en ambos periódicos tienen promedio de dos a tres párrafos en donde de manera implícita se descalifica al afectado de la población LGBTI a través de frases como “por marica” o “se lo tenía bien merecido” en el caso de Q'Hubo; en El Universal generalmente se nombraba mal o se trasladaba la culpa a la víctima cuestionando su presencia en el lugar de los hechos o su comportamiento “no adecuado” en público.

Cada una de estas estrategias discursivas, reproductoras y productoras de imaginarios, busca validar la estructura social hegemónica ejerciendo oposición sobre las nuevas concepciones de los conceptos de familia, matrimonio y lo normal que se han presentado en los últimos años.

En los dos periódicos, en el caso de esta categoría de Sucesos, se refleja la aversión hacia la población LGBTI y un contenido que expresa inconformidad a la posibilidad de que dichos sujetos hagan parte de los contextos culturales, sociales, políticos y económico de la ciudad de una manera activa y en iguales condiciones al resto de los habitantes de Cartagena.

La mayoría de las noticias publicadas en los periódicos El Universal y el Q'Hubo en su sección de suceso fueron por amenazas de muerte o agresión hacia las personas de la población LGBTI. Al igual que las muertes por homofobia.

CULTURAL: En el análisis a las noticias de carácter cultural publicadas en los periódicos cartageneros, El Universal y Q'Hubo, se puede ver la utilización de un lenguaje en el que se procura describir de forma detallada los eventos, situaciones y personajes/personas importantes en cada una de estas; la mayoría de estas noticias hacen referencia a las protestas y marchas que realizó la población LGBTI a nivel local, nacional e internacional por la defensa de sus derechos, como es la libre expresión, a la igualdad o el matrimonio.

De igual forma, se publicaron noticias acerca de conversatorios o conferencias como lo fue “Hoy, conversatorio sobre discriminación y homofobia,

una forma de bullying” o eventos que se realizan en la ciudad como “Gobernador de Bolívar izó la bandera de la diversidad sexual”, son noticias que buscan de una u otra forma concienciar a la sociedad en general acerca la situación que vive esta población.

También se publicaron algunos informes de organizaciones que trabajan en pro de esta población como lo es Caribe Afirmativo, o noticias de personajes famosos que hacen parte de esta población y trabajan por la defensa de sus derechos como lo es Ricky Martin, Elton John; entre otros. Por medio de estas noticias se puede crear una concepción acerca de estas minorías, como una población activa que está al pendiente de la defensa y reconocimiento de sus derechos como ciudadanos.

Cabe resaltar que son muy pocos los discursos periodísticos que publicó el periódico Q’Hubo en la sección de cultura acerca de esta población, ya que este es un medio que se enfoca en el género de sucesos, pero las noticias, notas y demás presentes en este relacionadas con cultura utilizan un lenguaje en el que están presentes expresiones populares cartageneras que hacen referencia a dicha población, una denominación no adecuada de la población LGBTI, así como un reforzamiento de los estereotipos e imaginarios haciendo uso de las voces de los lectores integradas a lo escrito por los periodistas; al igual que el uso de fotos que refuerzan la intención general de la mayoría de los textos, una representación caricaturizada y sensacionalista de las personas LGBTI.

Dentro de este género o categoría noticiosa cabe destacar a aquellas noticias relacionados con la Iglesia (Católica) en la que se muestra la discriminación que hay por parte de dicha religión, ya que no está de acuerdo con el matrimonio gay, y la adopción de familias homosexuales según su dogma y a las noticias que se emitieron durante este lapso. El contenido de estas noticias es importante pues el discurso religioso tiene un alto nivel de influencia en la sociedad cartagenera.

POLÍTICA: Los distintos discursos periodísticos, noticias, columnas de opinión y un editorial; se centraron en en el debate, discusión, posible aprobación y luego hundimiento de la reforma al código civil que permitiría en Colombia el matrimonio Igualitario, es decir, la discusión se centró en las implicaciones morales que podría traer que se permitiera dos personas del mismo sexo pudieran acceder civilmente al matrimonio y todos los beneficios que vienen implícitos con ese derecho.

Las noticias, si bien nunca intentan herir ni ofender de manera directa a

la población LGBTI si hacen omisión de los propios sujetos de esta población o los subordinan al papel de sujetos pasivos o los elevan, especialmente en las fotografías, a personas revolucionarias dispuestas a terminar con el orden social establecido por una clase de poder determinada. Esto quiere decir que en principio la información presentada si bien nunca injuria, también no da voz o no hace visible a la minoría protagonista de la noticia y a la hora de mostrarla en imágenes le asigna el papel de sujeto revolucionario, que tienen una connotación negativa en sociedades conservadoras como lo es la colombiana.

Las columnas de opinión, si bien no representan el pensamiento generalizado de quienes trabajan en un medio de comunicación determinado, sino el pensamiento de unos individuos que han ganado un espacio en determinado medio; para los receptores esto no es así. Sabiendo que los lectores asocian a una opinión con el medio y no con quien opina es común ver que la gente diga que tal medio dijo esto y a partir de eso se configuren o reconfiguren imaginarios sociales sobre determinados grupos. En este caso, la mayoría de las columnas de opinión mostraron posturas llenas de una carga moral conservadora en la que se ofendía de manera directa a los sujetos de la población LGBTI y se hacían citas a un libro sagrado para respaldar la postura de que el “homosexual” es algo antinatural y que el matrimonio es solo entre un hombre y una mujer. Así mismo había un uso exagerado de estereotipos reforzados en imaginarios tales como la emulación de personas gais con comportamientos femeninos y al asignar dicha identidad sexual a travestis, transexuales y transgéneros.

Por otra parte, el editorial que representa la postura frente a un hecho determinado en el tema en mención, mostró una opinión basada en hecho jurídico y civiles, le dio voz a los sujetos LGBTI - extraño en los editoriales- y se respaldó abiertamente el proyecto de ley que buscaba el Matrimonio Igualitario.

FUNCIONES DE REPRESENTACIÓN DE LA POBLACIÓN LGBTI EN LA PRENSA DE CARTAGENA DE INDIAS, COLOMBIA

A continuación se presentan las funciones de representación respecto al cubrimiento que los periódicos Q’Hubo y El Universal hacen de las informaciones relacionadas con la población LGBTI:

- 1. Función de criminalización:** Esta función busca crear conflicto. Bajo esta función de representación de imaginarios, las personas pertenecientes a la población LGBTI son tratadas como peligrosas y

las características morales que se les atribuye son negativas y, por ende, en contravía del orden social establecido. Esta función genera estigmatización del sujeto colectivo.

Durante el desarrollo del proceso de recolección de la información se evidenció que esta función sería aplicable en caso tal de que el sujeto/objeto de estudio fuera los grupos de personas travestis, transexuales o transgéneros, más no al resto de la población LGBTI.

Sin embargo, resulta interesante para el análisis anotar que en el caso de los travestis, transgéneros y transexuales, la información que se observó, dio cuenta de una visión parcializada según la cual estas personas se dedican exclusivamente a la prostitución o alguna actividad que representa peligro para la sociedad y están inmersas en el consumo de sustancias psicoactivas.

- 2. Función de segregación y exclusión:** Esta función demarca una diferencia entre la minoría y la mayoría, entre ellos y nosotros, lo que es normal y lo que no. Hombre y mujer son seres anatómicamente distintos, hechos para reproducirse mediante la sexualidad. Desde este punto de vista, la homosexualidad viene a ser una anomalía en ciertos casos, aberración en otros. Otra cosa son los derechos de parejas del mismo sexo ante la legislación civil, que deben tener plena vigencia en aspectos tales como la herencia, la separación de bienes etc. que una “situación antinatural no tiene porqué interferir”.

Las columnas de opinión son de autoría exclusiva de quien la escribe y no representa la ideología del medio en el cual se inscribe, sin embargo, el no firmar la columna y las drásticas opiniones que en él se dan no pueden pasar desapercibidas, y como también es conocido en el medio periodístico, todo lo que se publica en los medios de comunicación, y en el caso particular de la prensa escrita, antes de ser impreso, pasa por varias manos: las del corrector de estilo, el jefe de redacción y en algunos casos teniendo en cuenta la delicadeza del tema a tratar, hasta por las manos del director del periódico.

En este punto se pone en cuestión la neutralidad con la cual dicen proceder medios. Las columnas de opinión, en este caso, se presentan como un claro intento de segregar y excluir a los grupos de personas LGBTI, pues el empleo de palabras como anomalía, aberración y expresiones como situación antinatural, los presenta como seres que

son desprovistos de los derechos a la igualdad, al libre desarrollo de la personalidad y a la libertad de género.

3. Función de omisión o invisibilización: Esta función implica una lectura claramente negativa puesto que se ignora la existencia de la otredad, en este caso los sujetos LGBTI. Esta función se cumple cuando no se nombran, se omiten o cuando se nombran de manera que no corresponde.

A) Negando la voz: La manera más clara de ver reflejada esta función, es mediante la revisión de los diversos textos periodísticos que no cuentan con ninguna fuente que represente los intereses, sentimientos y posiciones ideológicas de las personas LGBTI, bien sea consultando a un vocero de alguna ONG o directamente a sujetos pertenecientes a esta población.

Negar la voz es equivalente a negar la existencia de, es cerrar la posibilidad de construir un discurso en el cual la diferencia realmente tenga cabida, justamente para dejar de ser diferencia, y convertirse en una opción del ser.

Cuando no se consultan fuentes de primera mano, lo que finalmente se está elaborando es una presentación que se escribe a manera de monólogo, donde el otro es nombrado como alguien lejano, que sólo se puede capturar mediante el lente de una cámara fotográfica, y que es ahí donde radica su novedad, en sus siluetas, muchas veces corpulentas, y en el colorido de sus ropas.

Cabe resaltar, que la no aparición en los medios, la omisión, lo no dicho, significa tanto como lo dicho, puede ser tan grave como las representaciones que apuntan de manera directa hacia la homofobia.

B) Nombrar de manera errada: En el análisis de los diversos textos periodísticos encontrados en El Universal y Q'Hubo se encontraron varios casos en los cuales se evidencia la falta de conocimiento que tienen algunos periodistas respecto a la manera adecuada de nombrar, durante el abordaje de las informaciones relacionadas con la población LGBTI, por ejemplo cuando en algunos casos se denomina la identidad transexual, transgénero o travesti con la gay, cuando estas son diferentes.

Conclusiones

Respecto a los discursos periodísticos empleados por El Universal, luego de la recolección y sistematización se encontró que al igual que el Q'Hubo, el discurso más trabajado para abordar las informaciones relacionadas con la población LGBTI, fue la noticia. Esta similitud demuestra que si bien ambos periódicos difieren del público al cual están dirigidos, el estilo en el cual se escriben, y hasta de precio; la ideología predominantemente es conservadora y se configura como un eje común en cuanto a los temas que se tratan y cómo se tratan.

Dentro de la ideología conservadora, una orientación sexual que difiera de la heterosexual es vista como mal sana, enfermiza y extraña, en este orden de ideas, la noticia se presenta como la mejor alternativa para matizar la posición de quienes dirigen estos medios. La noticia matiza porque deja la impresión de que con el hecho de hablar acerca de un tema que antes estaba socialmente vetado, se está dando una muestra de ser abierto a nuevos pensamientos y de actuar en concordancia y coherencia con los discursos sobre la igualdad y el respeto por la diferencia.

Con referencia a las columnas de opinión, en el Q'Hubo no se encontró ningún registro, y en El Universal se encontraron sólo dos, todas ellas consignadas en el 2013, año en el cual se discutía en el Congreso de la República una ley que permitiría el matrimonio entre parejas del mismo sexo. Esto indica que el medio empleó un género periodístico que le da prioridad a la reflexión y a la argumentación, sólo en casos coyunturales. Las dos columnas de opinión se centraron en posturas homofóbicas y por ende discriminatorias, llegando al punto de que resultaron abiertamente agresivas y también ocultamente despectivas frente a la población LGBTI.

Otro elemento para destacar con relación a los géneros periodísticos es el artículo especializado. En el Q'Hubo no se presentó ningún texto de esta índole, sino que el interés se centró especialmente en informar, en evitar la confrontación directa con posturas ideológicas y atraer un mayor número de compradores, gracias a las grandes fotografías de personas LGBTI en ambientes de diversión, con posturas que se remiten a ocultarse, y por ende a lo oculto a lo no admitido socialmente.

El tema que con mayor frecuencia se trató en relación con los sujetos LGBTI, fue el de los derechos, esto demostró que ambos medios de comunicación carecieron de criterios periodísticos que sobrepasaron la novedad. La coyuntura

fue el único criterio para determinar la publicación de una noticia, sólo algunos temas, como la aprobación de derechos patrimoniales y la ampliación del concepto de familia, así como el llamado de la Corte Constitucional a la legislar por parte del Congreso sobre el Matrimonio Igualitario, suscitó un abordaje un poco más amplio.

Particularmente en el Q'Hubo, por su tendencia sensacionalista, se presentaron más artículos relacionados con la farándula, que para el caso de los grupos de personas LGBTI, gira en torno a la admisión de personas públicas de que se es o no gay, como si ese hecho humano, mereciera ser tildado de escandaloso.

Otra característica frecuente en el análisis fue que no se consultaron a sujetos LGBTI en el caso del matrimonio de parejas del mismo sexo. Se aplicó lo que se denominó función de representación de omisión o invisibilización. Al negar la voz se niega la existencia misma de esta población.

Finalmente, cabe resaltar que si bien es cierto que los periódicos Q'Hubo y El Universal tienen enfoques de públicos muy diferentes, abordaron de manera similar los hechos relacionados con la población LGBTI, ambos aparentan en sus páginas abordar las noticias relacionados con las personas LGBTI, pero en realidad se informó de manera poco profunda y con carencia de contexto acerca de esta población.

Por eso se recomienda que la prensa en Cartagena debería crear unas políticas de comunicación especial para abordar los temas referidos a los grupos de personas LGBTI, en ellas se deberían consignar primordialmente directrices sobre cómo nombrar las diferentes orientaciones sexuales; la obligación de acudir a fuentes de información de primera mano (grupos de gays, ONG'S, etc.), la necesidad de equilibrar las posiciones ideológicas frente a las orientaciones sexuales, un artículo en contra de, un artículo a favor de; que las fuentes consultadas sean legitimadas socialmente y su cantidad debe ser equilibrada, uno a favor y uno en desacuerdo y por último, las imágenes que se empleen para acompañar los textos periodísticos deben: no afectar la honra, para ello no se pueden centrar en partes íntimas del cuerpo, ni ejemplificar poses de lujuria y divertimento necesariamente.

Referencia Bibliográficas

Althausser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado: Freud y Lacan*. Bogotá, Colombia. Tupac-Amaru.

- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona, España. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1999). *Miseria del Mundo*. Madrid, España. AKAL.
- Castells, M. (1989). *The informational city*. Oxford, Reino Unido. Blackwell.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Madrid, España. Alianza Editorial.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano*. Vol 1: Artes de Hacer. México. Universidad Iberoamericana.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston. Northeastern University Press.
- Macionis, J., Plummer, K. (1999). *Sociología*. Madrid, España. Prentice Hall.
- Martín Serrano, M. (1985). "Mediación cognitiva y estructural. Extraído de La mediación de los medios de comunicación", en Moragas, Miquel de *Sociología de la comunicación de masas*. Escuelas y autores. 141-162. Barcelona, España. Gustavo Gili.
- Molina, R. (1990). *La representación social de la guerra civil española*, México: Centro de Estudios Internacionales, Colegio de México.
- Montero, M. (1996). *Construcción y crítica de la psicología social*. Barcelona. Anthropos.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio: razón/emoción – técnica/ tiempo*. Barcelona, España. Ariel
- Serrano, M. (1998). *La mediación de los medios. Sociología de la Comunicación de Masas*. 142. Barcelona, España. Gustavo Gilí
- Van Dijk, T. (1996). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona. Paidós.