UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

**Noticias y género: Representaciones de transexuales y transgéneros en
plataformas digitales de diarios peruanos durante el 2017 y 2018**

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo

AUTOR

Acosta Pilco, Rick Martin (0000-0003-3321-3646)

ASESOR

Sánchez Dávila, Mario Elmer (0000-0002-8973-3678)

Lima, 10 de diciembre de 2018

Para las víctimas de homofobia

AGRADECIMIENTOS

Había leído en algún diario que mataron a una joven en Trujillo (Perú) por ser una persona transexual. Tuve miedo. La mataron por cómo se comportaba, por su libertad y su forma de amar. En ese sentido, quiero agradecer, en primer lugar, a Dayana Valenzuela y Javiera Arnillas, porque sus vidas representan valentía y esperanza frente a una sociedad que está condicionada por los prejuicios. Sus voces o el eco de ellas a través de la prensa me ha permitido realizar este trabajo de investigación. En segundo lugar, agradezco infinitivamente a mi tía Jesi, quien en los últimos diez años ha sido mi madre y mi hada madrina a escondidas. En esta misma línea, reconozco el amor de mi papá Antenor, mi mamá Eti y mi mamá Laura, quienes no se cansan de rezar y soñar por mí. En tercer y último lugar, agradezco a Mario Sánchez, mi asesor, quien ha confiado y ha visto en mí una pasión por esta investigación. Él me ayudó a descubrir lo que yo sabía, pero que aún no lograba ver.

RESUMEN

En el Perú, la mayoría de noticias periodísticas sobre personas de la comunidad LGBTI (lesbiana, gay, bisexual, trans-género-sexual, intersexual) hacen énfasis en la violencia física y psicológica. Los casos que se desarrollan en esta investigación son acerca de una persona transexual y otra transgénero no siguen dicho enfoque. Este artículo analiza cómo la construcción de los sujetos transexuales y transgéneros se ve influenciada por dimensiones económicas, culturales y representativas que, a su vez, se relacionan con prácticas e imaginarios colectivos simbólicamente legitimados o estigmatizados que ubican a cada identidad de género en un punto del espacio social jerarquizado. En ese sentido, partimos de la idea de que, así como no se puede hablar, ingenuamente, de los transexuales y transgéneros como si fuesen grupos homogéneos, sin tener en cuenta otras variables, como la raza o la clase, más allá del género, igual de fundamentales para hablar de manera más compleja de procesos de producción de identidades en los medios de comunicación. Y he allí nuestro principal aporte: el haber puesto en evidencia que, a diferencia de muchos estudios académicos en el Perú, la construcción noticiosa del género no obedece solamente a un factor, que además se reduce a su posición estigmatizada e, incluso, marginal dentro de la sociedad dominante.

Palabras clave: Prensa; LGBTI; Facebook; Estereotipo; Transexual.

News and Gender: Representations of transsexuals and transgenders in digital platforms of Peruvian newspapers during 2017 and 2018

ABSTRACT

In Peru, most of the news about the members of the LGBTI community (lesbian, gay, bisexual, trans-gender-sexual, intersexual) stress the physical and psychological abuse. The cases developed in this investigation are about a transgender and a transsexual individuals that doesn't follow the previous approach. This article analyzes how the construction of transgender and transsexual people is influenced by economic, cultural and representative dimensions that, at the same time, are related to practices and the collective imagination symbolically legitimized and estigmatized that place each gender identity in a spot of the hierarchy of the social space. In that sense, we depart from the idea that transsexual. And transgender people cannot be referred as homogenous groups without considering many variables, such as race and social status, beyond gender, and just as fundamental in order to talk about in much complex way of production of identity process in the media. There lays our main contribution: putting in evidence that, in spite of many academic studies in Peru, the construction of gender does not obey one factor only and that it is reduced to a stigmatized position and even marginal inside the dominant society.

Keywords: Press; LGBTI; Facebook; Stereotypes; Transsexual.

TABLA DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN	1
2	MARCO TEÓRICO	2
2.1	DEL PAPEL A LA WEB	2
2.1.1	Discurso periodístico tradicional	2
2.1.2	Internet y Periodismo	3
2.2	DEL SEXO A LO SEXUAL, DEL GÉNERO A LO TRANSGÉNERO	5
2.2.1	Miembros LGBTI: Transexuales y transgéneros	5
2.2.2	Sexo, género y deseo	8
3	METODOLOGÍA	10
3.1	MUESTRA	10
3.2	TIPO	11
3.3	NIVEL	11
3.4	MÉTODO	11
3.5	DISEÑO E INSTRUMENTO	12
4	ANÁLISIS DE CASOS	12
4.1	DAYANA VALENZUELA	12
4.1.1	La República	13
4.1.2	Correo	14
4.1.3	Trome	15
4.1.4	Perú 21	16
4.2	JAVIERA ARNILLAS	17
4.2.1	Perú 21	18
4.2.2	La República	18
4.2.3	Publimetro	19
4.2.4	Revistas Nacionales	20
5	RESULTADOS Y CONCLUSIONES	20
6	REFERENCIAS	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Distribución de noticias publicadas sobre Dayana Valenzuela	12
Tabla N° 2 Distribución de noticias publicadas sobre Javiera Arnillas	17

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico N° 1 Focos de producción de identidad tras las publicaciones de Dayana Valenzuela y Javiera Arnillas	20
--	----

1 INTRODUCCIÓN

La sigla LGBTI (lesbiana, gay, bisexual, transexual-transgénero, intersexual) incluye, según una encuesta del Instituto Nacional de Estadística e Informática del 2017, cerca de 12 mil peruanos de los más de 30 millones que hay en el país. Dentro de este segmento, las personas transexuales y transgéneros, en quienes está enfocada esta investigación, representan el 23%. No obstante, ambos términos no significan lo mismo. Una persona transexual se considera opuesto y se siente incómodo al sexo con el que ha nacido; por lo que, en su mayoría busca un proceso quirúrgico. Mientras que, una persona transgénero es aquella mujer o aquel hombre que no está de acuerdo con la expresión convencional de su sexualidad ni de su genitalidad; por lo que, comulga con la identidad de género que le satisface. Sin embargo, los medios de comunicación representan sin ninguna diferencia a todas las identidades de género y sexo. Esto debido a que vivimos en una sociedad heteronormativa y patriarcal que aún mantiene vigente este marco ideológico en la familia, los medios de comunicación, la iglesia, la escuela y el Estado.

La prensa peruana intenta presentarse carente de posición respecto a estas personas, y durante el proceso informativo se adhiere a una enajenación análoga a la que desarrollan la mayoría de la población, la misma que recae en estereotipos. De esta manera, por ejemplo, el diario El Comercio, el cual se presenta como un periódico tolerante ante los temas LGBTI, perdió ese carácter durante la cobertura del proyecto de Unión Civil, en el 2015. En esa línea, un análisis de Amaro La Rosa (2014) sostiene que en la versión Web de los diarios también existe una reproducción digitalizada de los estereotipos que se desarrolla más por la interacción de los lectores.

El presente estudio analiza el modo en que el discurso periodístico presenta a las personas transexuales y transgéneros en las páginas de Facebook de los diarios peruanos durante el 2017 y 2018. De esta manera, se estudiarán dos noticias. El primero es el caso de la postulación a Miss Perú 2017 de Dayana Valenzuela, una persona transexual que no fue aceptada en el concurso de belleza, debido a que no realizó el cambio de sexo en su documento de identidad en el tiempo indicado. El segundo es el caso de Javiera Arnillas, una persona transgénero que protagoniza una película titulada “Sin vagina me marginan”. Es por ello, que en esta investigación se plantea la siguiente pregunta general: ¿De qué forma

los medios de comunicación construyen valoraciones de los transgéneros y transexuales en las noticias que se publican en Facebook?

En relación con estos cuestionamientos generales y específicos, este trabajo tiene por objetivo principal analizar cómo la prensa digital peruana construye identidades e imágenes sociales que son compatibles a las dominantes. Esta investigación también pretende hacer una radiografía de cómo el periodismo representa a una minoría social.

1 MARCO TEÓRICO

1.1 Del papel a la Web

1.1.1 Discurso periodístico tradicional

Según la Real Academia Española (2018), una noticia es “una información que se considera importante divulgar”. Afirmar también que es “hecho divulgado” o “una información referido a una persona o un asunto”. Por su parte, Bill Kovach y Tom Rosentiel, en el libro “Los elementos del Periodismo” (2003), resaltan que la intención de la prensa es brindar a la población la información necesaria para que ellos tomen sus decisiones (2003). Sin embargo, los autores también manifiestan que durante la presentación de la noticia se pierde el carácter de mostrar la realidad de un hecho, ya que no existe la neutralidad en un periodista.

Asimismo, autores como Teun Van Dijk (1996) afirman que una noticia recae en un hecho y en su discurso, y esta se vincula a tres factores. En primer lugar, el acontecimiento relacionado a una persona u objeto. En segundo lugar, el canal mediante el cual se muestra el acontecimiento. Y, en tercer lugar, un informe periodístico el mismo que presenta el discurso para el lector. Bajo esa línea, el autor (1990) también manifiesta que el discurso se ve afectado por el juicio y la valoración de la sociedad.

Stella Martini (2000) plantea que el discurso periodístico es el desarrollo de un suceso el cual genera una reacción en el lector y afecta en las decisiones de la población. No obstante, autores como Miguel Rodrigo (1989), citado por Luisa Palacios (2017), manifiestan que la noticia no es necesariamente el desarrollo de un hecho, sino más bien la percepción del

desarrollo de un hecho. Este autor (1989) también sostiene que el discurso de una noticia es reproducido por una institución.

Natividad Vargas (1999), por su parte, afirma que el discurso lo realizan los periodistas, y que ello se ve afectado en el proceso del discurso que leerá el público. Los periodistas, manifiesta Vargas, son transmisores de un acontecimiento creado a través de mecanismos y técnicas que generan una nueva versión de la realidad. De igual forma, Patrick Charaudeau (2003) manifiesta que el discurso se vincula al lenguaje, pero el lenguaje no es veraz, ya que se desarrolla un texto construido en relación a una visión del mundo; es decir, la construcción del discurso es subjetiva.

Para este trabajo de investigación, en base a los puntos antes mencionados, definiremos noticia como la narración de un suceso a través de un discurso que se ve afectado por la valoración y proceso del periodista. No obstante, este discurso varía según la plataforma en la que se presenta la noticia, la misma que pueden ser la radio, la televisión, un diario, en este caso los Facebook de los diarios peruanos que están enlazados a las páginas Web.

1.1.2 Internet y Periodismo

Sobre el discurso periodístico en la Web, autores como Javier Días Noci (2002) afirman que se desarrolla un nuevo tipo de texto, el cual, al igual que los otros formatos, no desarrolla una representación idéntica de la realidad, sino más bien un hecho lingüístico alterado. No obstante, existen variaciones en el formato digital, ya que la información se actualiza constantemente. Es por ello, que el autor plantea que el discurso periodístico forma parte de un ciberperiodismo, que se caracteriza por la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (2002).

Asimismo, con el Internet, también cobra sentido la World Wide Web, el cual, afirma Tim Berners-Lee (2000), permite la colaboración y la posibilidad de compartir información y contenido a través de la conectividad. La WWW es un sistema de hipertextos, a través del cual se puede navegar por Internet y buscar información. En ese sentido, Berners-Lee (2000) afirma que la Web es por esencia un medio “hipermedia”, característica que también presenta el discurso periodístico en formato Web.

Lucia Santaella (2004,) define al ciberperiodismo como aquella herramienta que desarrolla un carácter multidimensional para informaciones que han sido codificadas a través de la transformación o variación de un hecho noticioso. Para ello es primordial que el usuario, quien es el lector, se conecte a la Web, para que esté vinculado al periodista; en ese sentido, hay una interacción entre emisor y receptor. Por el cual, se desarrolla una nueva convergencia digital de la prensa. Nuria Almirón (2006) afirma que la convergencia digital ha creado un nuevo tipo de periodismo que adapta los patrones de la producción, la distribución y el consumo de la noticia. Esta convergencia también se aplica para el discurso en redes sociales como Facebook.

Asimismo, en un trabajo académico de Lizy Navarro (2009), se manifiesta que esta nueva convergencia digital ha reubicado las teorías de comunicación y del periodismo. En primer lugar, Navarro (2009) manifiesta que la Web desarrolla características hipertextuales. Por ello, en segundo lugar, los contenidos periodísticos deben ser adaptados a la Web. En tercer lugar, los textos solo van a tener existencia en la Web, porque han sido creadas con esa finalidad. Dado a este punto y a los anteriores, se puede señalar que el discurso periodístico en formato Web va a presentar un estilo multimedial, ligado principalmente al hipertexto, y a la combinación de ambos.

No obstante, otros autores como María Teresa Vilariño y Anxo Abuín (2006), resaltan más que este discurso es “no lineal”; por lo tanto, el nuevo texto digital es un texto interactivo que puede cambiar su forma y sentido mientras el lector avanza con su lectura. De esta manera, hay una diferencia entre el discurso periodístico en papel y en formato Web, además de las variables que cada una de ellas desarrolla. Según Georgina Torres Vargas (1997) ambos discursos se presentan en plataformas planas, pero dado a que el lector puede interactuar más en la Web, desarrolla una estructura no lineal. A través de ello, el texto que escribe el periodista tratará de enfocarse a lo que el lector quiere leer; por lo que, los textos serán más breves y resaltarán las ideas más centrales.

Angele Murad (2002) afirma que existe un nuevo factor en el discurso periodístico denominado multimedialidad, el cual descentraliza la información y rompe con su jerarquía. A esta multimedialidad, Javier Díaz (2002) lo define como “la integración, en una misma unidad discursiva, de información de varios tipos: texto, imágenes, sonido, e incluso bases

de datos o programas”. Para Javier Díaz (2002) el periodista informa, y el lector contribuye a esta información. De esta manera, el público puede modificar su propio mensaje, y tomar decisiones sobre ellas e influir sobre otros lectores. No obstante, esta información puede tener prejuicios, ya que existe una profundización.

Como se mencionó en los anteriores párrafos, existe una interactividad entre periodista y noticia Web, noticia y lector, y lector y periodista. Respecto a ello, una investigación de Lizy Navarro (2009) revela que la interactividad de los periodistas y medios de comunicación es tardía, así como el proceso del discurso periodístico. Afirmar también que es a través del hipertexto, principalmente, que se desarrolla el periodismo Web. Y, dado a las definiciones sobre la convergencia, el discurso que se presenta en redes sociales, y en la Web en general, son fragmentados.

Tras las ideas de los autores antes mencionados, podemos definir al discurso periodístico en la Web como la continuación del discurso periodístico escrito, el cual ahora se caracteriza por presentar nuevas herramientas de multimedia para llegar al lector, así como también de una retroalimentación por parte de la audiencia. Tras ello, el discurso digital puede sufrir alteraciones de forma y contenido para que sea más atractiva al público; sin embargo, la veracidad de la información depende de la línea editorial y la ética del periodista.

1.2 Del sexo a lo sexual, del género a lo transgénero

1.2.1 Miembros LGBTI: Transexuales y transgéneros

La comunidad LGBTI es aquel grupo que incluye a las personas lesbianas, gays, bisexual, transexuales – transgéneros, e intersexual. Según Paola Carvajal (2013) esta comunidad se considera una minoría ante la sociedad, y puede ser percibida como un movimiento organizado que busca la igualdad de derechos ante la sociedad. La sigla original de esta comunidad (LGBT) se incorporó a mediados de 1960 por un grupo de activistas en Estados Unidos, para 1990 se incluyó la inicial “I”.

Un estudio sobre la comunidad LGBTI de “Colombia Diversa” (2006) explica que las lesbianas son aquellas personas que se reconocen con su sexo biológico, pero también reconocen que sienten atracción afectiva hacia otras mujeres. Siguiendo este vínculo de

expresión, definen al gay como aquel hombre que se identifica y se siente atraído por otro hombre. Por su parte, los bisexuales pueden ser hombres o mujeres que pueden tener vínculos afectivos hacia personas del mismo sexo o sexo opuesto. Este análisis, igualmente, manifiesta que los intersexuales son aquellas personas que biológicamente tienen genitales y expresiones físicas de los dos sexos. Aseguran, también, que las personas transgéneros están vinculados a temas de identidad sexual y de género; mientras que, las personas transexuales tienen una concepción de pertenecer al género opuesto; por lo que tiene que ver más con la orientación sexual.

Según la Organización Mundial de la Salud (2000), la identidad de género se desarrolla con el tiempo y comienza desde una edad temprana; por lo que se asegura que es el grado que tiene una persona para identificarse como hombre o mujer. Esto permite comportarse socialmente en relación a la aceptación de su propio sexo y género, al igual que contribuye a su sentido de pertenencia. De igual forma, desarrollan la orientación sexual como el nexo emocional que está vinculada a la atracción sexual.

De esta manera, Teresa de Lauretis (2000) permite afirmar en su estudio, que el desarrollo de la idea de identidad de género no es igual a la orientación sexual, y que el primer concepto se construye a través de un proceso hegemónico social. Siguiendo esa línea, el boletín electrónico de la Red Transgénero de PFLAG manifiesta que “la Identidad de Género es el sentido interno que uno tiene de ser hombre o mujer, lo cual es comúnmente comunicado a través de la expresión de género”.

En este sentido, Paola Carvajal (2013) manifiesta que la orientación de una persona gay está ligado a definiciones homosexuales, lo cual es distinto a orientaciones transexuales y transgéneros. Un análisis de Ignacio Lozano (2009) afirma que la palabra homosexual se utilizó en el siglo XIX para la revocación de la reforma sexual en Alemania. Mientras que un estudio de Janet Nosedá (2012) manifiesta que los términos de transexualidad y transgénero aparecieron en el manual estadístico de la Asociación Americana de Psiquiatría de 1992, en el cual se les definía como personas enfermas que deseaban el cambio de sus genitales y el rechazo de su cuerpo.

Sin embargo, como se ha visto en los anteriores conceptos, transexual y transgénero no significan lo mismo, y no buscan sí o sí el cambio de genital. Sandy Stone (1993) manifiesta en sus primeros estudios que no todas las personas trans rechazan su identidad de género y orientación sexual, y pese a ello, sufren discriminación.

La tesis doctoral de Ariel Martínez (2015) hace una recopilación y comparación de teóricos como Phyllis Tyson (1982), quien plantea que la identidad de género se desarrolla por tres teorías. En primer lugar, la identidad de género nuclear, el cual constituye el sentido de pertenencia a un sexo y no al otro; es decir, si es hombre, no es mujer, y viceversa. Asimismo, Tyson (1982) destaca, en este punto, elementos biológicos y aspectos corporales de una persona; por lo que, la identidad de género se desarrolla por la anatomía genital. En segundo lugar, la teoría del rol de género, el cual se origina en las interacciones de un niño o niña, en base a la percepción que los padres han impuesto a sus hijos. La autora destaca aquí los elementos cognitivos que se dan por las relaciones sociales. En tercer y último lugar, la teoría de la orientación sexual, el cual comienza a plantearse en la adolescencia, y hace referencia a las acciones sexuales y el objeto del amor (2015).

Al igual que Tyson, citado por Ariel Martínez (2015), Judith Butler es quizás la mayor exponente en temas de género. Ella en uno de sus primeros libros (1986) plantea al género como una inscripción sobre el cuerpo de una persona. Esta inscripción no determina una identidad sólida, sino una identidad pasiva que se desarrolla por la repetición de acciones. La misma autora, en un estudio titulado “Actos performativos y constitución del género” (1990) manifiesta que la identidad género se relaciona con los actos constitutivos y reacciones simbólicas, que con el tiempo son percibidas como algo natural. En este proceso, la autora desarrolla la definición de los heterosexistas, el mismo que se presenta en la masculinidad y feminidad, como la matriz que distribuye las identidades sobre un cuerpo. Ese cuerpo, afirma Butler, corresponde a un sexo, el cual tiene un sentido de pertenencia a un género. No obstante, la heterosexualidad establece un poder discursivo que se centra en lo normativo.

Judith Butler (2007) mantiene en su libro “El género en disputa” la idea que el género es la inscripción sobre un cuerpo predeterminado; sin embargo, también define el sexo como una construcción social y cultural, que permite una estabilidad entre la naturaleza del varón y la

hembra; es decir, de lo heterosexual. La autora también revela que la identidad de género se constituye de manera interna de forma temporal en torno a la idea de performatividad. Para ello, Butler señala que la performatividad es el poder consecutivo o reiterativo de una acción, el cual permite imponer y regular el discurso del género, que está desarrollado por gestos y estilos corporales. Por lo que, se puede decir que las acciones de las personas transgéneros y transexuales responden a su identidad de género, más allá del órgano genital que tienen.

Para este estudio se mantiene la definición de Judith Butler sobre la identidad de género, el cual es percibido como una inscripción que se adecua al cuerpo, así como al sexo. Asimismo, se considera a las personas transexuales y transgéneros como una representación de la libertad para elegir como identificarse con su género y sexo, más allá de las definiciones que están a favor del conservadurismo. Del mismo modo, estamos de acuerdo con los autores que plantean que el sexo y el género no son lo mismo, así como el concepto de que lo heterosexual se construye del mismo modo que lo transexual o transgénero durante el crecimiento de las personas.

1.2.2 Sexo, género y deseo

En la misma línea de investigación, Judith Butler (2007) afirma que tanto la homosexualidad como la heterosexualidad son condiciones que se relacionan a la morfología de sus cuerpos; por lo que también presentan un carácter lingüístico. Asimismo, manifiesta que el transexualismo y el transgenerismo exhibe, más allá de sus deseos sexuales y su orientación, el quiebre de las reglas que ha impuesto la sociedad respecto al género. De esta manera, existe una no conformidad de género, que a largo plazo puede ocasionar una Disforia de género.

No obstante, las construcciones de transexual y transgénero son observados y castigados por representar un “quiebre” a la construcción de lo heterosexual. Así lo afirma Jaime del Val (2006) al señalar que la población somete al cuerpo de un transexual o transgénero a la resignación de su identidad de género y orientación sexual. Sobre estos castigos Diana Maffía (2003) manifiesta en su libro “Sexualidades migrantes” que las personas transexuales y transgéneros comenzaron a ser perseguidas por la religión católica durante la baja edad media (2003). A partir de allí, se inicia la percepción de que lo no heterosexual está mal, y, por lo tanto, debe ser juzgado.

Si bien es cierto, la homosexualidad no es igual que la transexualidad; sin embargo, sobre ellos recae el mismo peso del prejuicio y la discriminación. Marina Castañeda (2000) afirma en un estudio que las minorías sociales, incluida la comunidad LGBTI, son vulnerables a sus derechos humanos, dado al conservadurismo de las nuevas y antiguas generaciones, que no aceptan el rol de este tipo de personas en lo público.

Juan Cornejo Espejo (2012) sostiene que la heterosexualidad es concebida como algo “natural”; por lo que las acciones de las personas heterosexuales son “normales”. Mientras que la homosexualidad – ligado a las personas transexuales y transgéneros – se caracteriza por ser antinatural; y en ese sentido, incurrir sobre ellos prejuicios relacionados a la pedofilia y calificativos negativos. Es en este contexto, afirma Cornejo, que se desarrolla la homofobia, el cual funciona como “guardián de las fronteras sexuales”.

Un estudio de Michael Kimmel (2009) teoriza a la homofobia como el eje que organiza la masculinidad y que va en contra de la cultura de la virilidad; es en esa lógica, que describe a la homofobia como una transgresión. Por su parte, David Loverenz (1986), citado por Kimmel (2009), afirma que la palabra amanerado no está ligado con la homosexualidad ni con la homofobia, sino más bien con la sensibilidad, el cual es un antónimo de lo viril. Asimismo, Raewyn Connell (1987), manifiesta que la virilidad es una imagen de la masculinidad, así como de una representación de poder.

Para el sociólogo Daniel Welzer-Lang (1994) la homofobia se expresa a través de discursos hostiles por parte de las personas heterosexuales, debido a que se sienten afectados por los cánones sociosexuales que están establecidos desde generaciones anteriores. Es por ello, que define a la homofobia como una expresión del sexismo y el género. Asimismo, Jerome Tognoli (1980) señala que la homofobia aparece como “el más poderoso de esos elementos en la (auto) construcción de la masculinidad”. Siguiendo esta construcción, Juan Cornejo define a la homofobia como la percepción psicológica y moral que atenta contra lo heterosexual (2012).

Por su parte, Daniel Borrillo (2001) explica que estas acciones de hostilidades son consecuencias de las jerarquías sexuales construidas por los prejuicios de que lo heterosexual es natural y no transgrede a nadie. De esta manera, se desarrolla una cadena que interconecta

a los prejuicios, a las minorías sociales, en este caso los transexuales y transgéneros, y finalmente a la homofobia, el cual está vinculado a la discriminación.

Elisabeth Young-Bruehl afirma que el prejuicio se clasifica en tres tipos. En primer lugar, el prejuicio obsesivo, en el cual la persona siente que existe una conspiración en su contra; por lo que, deberá eliminar la amenaza. En segundo lugar, el prejuicio histérico, que se desarrolla en el racismo y el clasismo. Y tercer lugar, el prejuicio narcisista, el cual recae en el sexo, y por lo tanto en miembros de la comunidad LGBTI.

Respecto a este último punto, un análisis de Liliana Gutiérrez (2007) manifiesta que los medios de comunicación reproducen los prejuicios de la sociedad. La autora hace referencia a Teun Van Dijk (1994), quien elabora un análisis sobre la repercusión exagerada de las noticias en las conductas de las personas; el cual, puede generar un sentimiento de pertenencia o de rechazo. Asimismo, un estudio de Robert Entman (1993) afirma que esta reproducción se da por las construcciones de una realidad que no es profundizada y las interpretaciones que se desarrollan a través de juicios morales de los periodistas o de los medios de comunicación en sí.

Tras los autores antes consultados, podemos señalar que las personas transexuales y transgéneros son considerados por las personas heterosexuales como una alteración del orden sexual y social al cual ellos pertenecen. De esta manera, la homofobia es un juicio anticipado el cual se manifiesta de forma física, oral o psicológica mediante los prejuicios y discriminación. Asimismo, este rechazo al sexo, género y deseo hacia las personas transexuales y transgéneros proviene de un desgaste por no reconocer al otro, el mismo que se plantea en la sociedad a través de los diversos medios de comunicación.

2 METODOLOGÍA

2.1 Muestra

Este trabajo de investigación es un análisis de dos casos vinculados a las personas transgéneros y transexuales en el Perú. Por un lado, está el caso de Dayana Valenzuela, quien fue la primera modelo transexual en postular al Miss Perú 2017; sin embargo, ella no fue

aceptada en el certamen de belleza, por no cumplir un requisito en su documento de identidad. Por otro lado, se estudia las publicaciones acerca de Javiera Arnillas, quien es una actriz transgénero que protagoniza la película “Sin Vagina me marginan”. Ambas noticias fueron publicadas en los Facebook de los diarios peruanos; por ello, el campo de investigación es la plataforma de esta red social. Asimismo, para el estudio de este trabajo académico, se analizan todas las publicaciones de todos los medios periodísticos en la red social de Facebook.

2.2 Tipo

El tipo de investigación para este estudio es aplicado, ya que se busca analizar cómo los medios de comunicación, y los periodistas en sí, construyen el discurso y las valoraciones sobre estos miembros - transgéneros y transexuales - de la comunidad LGBTI, más allá si la noticia es de violencia o discriminación. De acuerdo a Sergio Carrasco (Carrasco, 2007, p. 43), las investigaciones aplicadas se caracterizan por establecer propósitos profundos; por lo que, la intención es también generar consciencia.

2.3 Nivel

Este estudio es de carácter descriptivo, debido a que observa y reconoce las propiedades de los medios para construir una noticia en un tiempo determinado, en este caso desde el 2017 al 2018. No obstante, ya que se analizan dos temas publicados en diversas plataformas de diarios peruanos, esta investigación también es de carácter comparativa. De esta manera, se contrasta cómo cada medio periodístico elabora y presenta un mismo hecho, pero con ciertas variaciones de términos.

2.4 Método

Con respecto a la metodología, se plantea un estudio cualitativo para ambos casos. Según Francisco Alvira (Alvira, 1983, p. 63), este tipo de investigación presenta casos reales y permite interpretarlos desde distintas posturas sociales, para luego comprender las acciones de quienes la realizan. Es por ello, que para esta investigación se desarrolla un esquema estructurado. En primer lugar, se realiza el mapeo de todas las noticias vinculados a los temas a evaluar desde el 2017 hasta el 2018. En segundo lugar, se establece una matriz o plantilla

de cotejo de todas las publicaciones, las mismas que son separados por casos. En tercer lugar, se analiza profundamente el contenido y el discurso de las noticias, desde el titular, la bajada y el texto, así como también de las imágenes que acompañan a la publicación de Facebook.

2.5 Diseño e instrumento

En ese sentido, esta investigación es no experimental, ya que no se manipulan las variables, y se observa las publicaciones, para luego analizar el fenómeno del discurso. Sobre los estudios no experimentales, Roberto Hernández (Hernández, 2014, p.149) manifiesta que el investigar no altera las variables ni crea ningún escenario para obtener los resultados y comprobar su hipótesis; es decir, observa situaciones que existen en la realidad.

3 ANÁLISIS DE CASOS

3.1 Dayana Valenzuela

Tabla N° 1 Distribución de noticias publicadas sobre Dayana Valenzuela

Diario	La República	Correo	Trome	Perú21
Publicaciones en Facebook	22	34	48	37
Notas informativas	20	15	18	18
N° de veces que se repite la nota informativa	1	2	3 - 4	2
¿Las publicaciones tienen fotos?	Sí	Sí	Sí	Sí
¿Las publicaciones en Facebook tienen subidas?	Sí	Sí	Sí	Sí
¿Las subidas están acompañas por emojis?	No	Sí	Sí	No
¿La nota tiene vídeos de programas de espectáculos?	Sí	Sí	Sí	Sí

Elaboración propia

3.1.1 La República

El diario La República tiene aproximadamente dos millones y medio de lectores en Facebook. Fue creada en 1981 por el miembro del partido político Acción Popular, Gustavo Mohme Llona (1930 – 2000). Este diario tiene una postura ideológica de centro izquierda o izquierda moderada. Con respecto a las noticias sobre el caso de Dayana Valenzuela, La República realizó 22 publicaciones en la red social de Facebook, el mismo número de notas informativas que redactó en la página Web.

De las 22 publicaciones, 12 notas informativas tienen vídeos, de los cuales han sido obtenidos de programas de espectáculos nacionales. Todas las noticias están segmentados al género periodístico de espectáculos. Las notas informativas tienen entre 4 ó 7 párrafos. A diferencia de otros diarios, La República no repite sus publicaciones, y busca generar nuevos titulares. Las subidas de las publicaciones en Facebook son los mismos textos que las bajadas de las notas informativas en la página Web del diario. Solo en algunas publicaciones utilizan el hashtag #Video para presentar la noticia. Asimismo, la mayoría de fotografías que están en la página Web tienen créditos, y todos los textos resaltan fragmentos con negritas o subrayados.

En los titulares, este diario construye a Dayana como una mujer transgénero, ya que en las declaraciones se resaltan comentarios ligados a favor de la comunidad LGBTI. No obstante, en algunas noticias, luego de llamarla mujer transgénero o transgénero, afirman que es una persona transexual; por lo cual, confunden los términos.

De igual manera, existe la posibilidad que el diario redacte las notas informativas desde una cuestión de marketing, esto con la intención de atraer a más lectores. Es por ello quizás, que en algunas noticias solo los dos primeros párrafos hablan sobre lo que el titular presenta o “vende”, y los próximos tres a cinco textos se refieran a temas pasados. Con el transcurso de las noticias, Dayana Valenzuela atraviesa por una serie de afirmaciones sobre su cargo o lo que ella representa. En las primeras noticias, se la llama como la primera mujer transgénero en postular al Miss Perú Universo, luego se afirma que es una modelo transgénero, para luego llamarla simplemente como “la transgénero”.

Tras este proceso, Dayana Valenzuela gana protagonismo en los temas de farándula, y comienza a ser un personaje que puede emitir un juicio de opinión sobre temas de espectáculos. En ese sentido, Dayana, además, de ser considerada una mujer, es percibida

también como una líder que puede emitir comentarios a favor o en contra. Esto lo evidencia la publicación en donde Dayana critica a la presentadora de televisión, Gisela Valcárcel. De esta manera, Dayana pasa de ser criticada a realizar críticas.

3.1.2 Correo

El diario Correo fue fundada por el empresario pesquero Luis Banchemo Rossi el 11 de junio de 1962 en la ciudad Tacna. Posterior a ello, fue trasladado a Lima. Este diario tiene una postura de centro derecha o derecha moderada. En la red social Facebook tiene más de dos millones de seguidores, por lo que también se puede decir que tiene más de dos millones de lectores. Con respecto al caso de Dayana Valenzuela, este diario presentó 34 publicaciones desde el 7 de mayo de 2017 hasta el 27 de noviembre del mismo año. No obstante, estas publicaciones se repiten aproximadamente dos veces por nota. En ese sentido, Correo redactó quince notas informativas sobre el caso de Dayana Valenzuela.

Las publicaciones del diario Correo están acompañadas de emojis con caras sorprendidas. Estos emojis tienen la boca abierta, por lo cual se puede evidenciar que algo inesperado se presentará. En algunas noticias, hay más de un emoji con esta expresión. La nota informativa, en ese sentido, bajo la lectura de los emojis, tiene un carácter de opinión o prejuicio. Las noticias sobre Dayana Valenzuela pueden, para Correo, expresar un rechazo, ya que estos emojis no representan la celebración ni la aceptación.

El diario Correo, mediante las publicaciones de Facebook, también comenta sus notas informativas en la subida. En ese sentido, Correo pierde la imparcialidad y la objetividad al momento de presentar una noticia. Por ejemplo, el 7 de junio, el diario escribió en la volada de la publicación de Facebook lo siguiente: ¡Qué tal cambio! (emoji)”. Y, aquella noticia, trataba sobre cómo era Dayana Valenzuela antes de postular al Miss Perú. Esta afirmación entre signos de exclamación puede significar la representación de un estereotipo o un juicio negativo. El diario Correo al escribir este tipo de subidas, pierde su carácter de informar periódicamente. Esto, al igual que los emojis, puede ser incentivo para que el público haga click en el link de la publicación y lea la noticia.

A lo largo de las publicaciones, Correo pasa a segmentar las noticias desde temas del Miss Perú, para que, en las últimas notas, Dayana se convierta en una segmentación de tema. De las 15 notas informativas que redactó Correo, doce están acompañadas por videos. Estos

vídeos son obtenidos de los programas de espectáculos, quienes también resaltan el tema de Dayana. Asimismo, este material audiovisual es la fuente de donde el diario Correo saca las declaraciones, y permite complementar sus notas informativas. Por lo que se puede manifestar que, Correo no busca la información de primera mano, sino la construye en base a informaciones que ya han sido publicados por otros medios de comunicación. Esto también se puede percibir como una falta de credibilidad y verificación sobre el caso. En base a estos puntos, se puede decir que el diario Correo cuenta una historia y busca un ángulo que llame la atención del lector.

3.1.3 Trome

El diario fue fundado en el 2001, y pertenece al Grupo El Comercio, el cual tiene a su disposición otros diarios nacionales. Pese a que es el diario más leído en el Perú con casi 700 mil ejemplares vendidos al día. Este medio de comunicación no tiene ni un millón de lectores en Facebook, solo cuenta con 955 mil seguidores en dicha red social. El nivel socioeconómico al cual está dirigido la versión impresa es la clase media, pero en Facebook está disponible para todo el público en general, ya que la lectura digital no tiene un valor monetario.

Con respecto a las noticias sobre Dayana Valenzuela, el diario Trome presentó 48 publicaciones en Facebook; sin embargo, solo se redactó 18 notas, las mismas que se han repetido entre tres a cinco veces. La primera noticia se publicó el 6 de mayo de 2017, y la última fue el 22 de octubre de ese mismo año.

De las 18 notas informativas que redactó el diario Trome, 16 tienen vídeos. Estos vídeos complementan la información que ellos plantean. Asimismo, de estos materiales audiovisuales, sacan las declaraciones para escribir la nota informativa. En ese sentido, los vídeos son la fuente del diario Trome para redactar una noticia sobre Dayana Valenzuela. Bajo esta línea, Trome depende de lo que los programas de espectáculo presentan, para que luego ellos desarrollen su propia noticia.

Todas las notas informativas acerca de Dayana Valenzuela están segmentadas por el género del espectáculo. Este patrón se repite en los otros diarios que se están analizando en este estudio. De igual forma, las notas están agrupadas por temas. Al inicio, se agrupan las

noticias en relación al Miss Perú, y luego, con el transcurso de las fechas, Dayana, se vuelve un tema o etiqueta para agrupar noticias que están vinculadas a ella.

De igual forma, Trome, implícitamente, mantiene una postura sobre el caso de Dayana Valenzuela. Ello se evidencia con los emojis que acompañan a las subidas de las publicaciones en Facebook. La mayoría de estos emojis, al igual que en el diario Correo, son de una cara sorprendida, lo cual manifiesta que la noticia es algo inesperado o inusual. Asimismo, al igual que los otros diarios, Trome confunde los términos con el que presentan a Dayana Valenzuela. En algunas noticias afirman que es una modelo transgénero, y en otras señalan que es una modelo transexual.

Las notas informativas tienen entre cuatro a siete párrafos. Trome a lo largo de las publicaciones, a pesar de definir a Dayana como transgénero o transexual, construye una identidad sobre su género. Esto se muestra cuando en las primeras publicaciones se señala que Dayana es una modelo transgénero, para luego afirmar que solo es una modelo.

3.1.4 Perú 21

El diario Perú21 fue fundado en el 2002 bajo la dirección de Augusto Álvarez Rodrich. En la actualidad, además, de la versión impresa, este medio de comunicación difunde noticias a través de la red social de Facebook. Allí tiene aproximadamente 1 millón 400 mil lectores. Perú21 está dirigido a personas de clase media. Sin embargo, la versión digital está disponible para todo aquel que tiene acceso a Internet. Con respecto a las noticias sobre Dayana Valenzuela, el diario realizó 37 publicaciones en Facebook, de las cuales las notas se pueden repetir hasta dos veces. El número de notas informativas suman un total de 18. La primera noticia se publicó el 6 mayo de 2017, y la última salió el 20 de julio de ese mismo año.

Perú 21, a diferencia de los otros diarios, realiza publicaciones sobre Dayana en tres meses: mayo, junio y julio. Asimismo, a diferencia de los otros medios de comunicación, se centra en Dayana Valenzuela y el Miss Perú, y deja un poco de lado los temas que están ligados a otros personajes de la farándula. Esto respondería, al público al cual está dirigido Perú21. De igual forma, los textos que desarrollan tienen entre 4 a 9 párrafos. Esto demuestra que el diario profundiza las noticias acerca de Dayana Valenzuela; es decir, existe una preocupación o interés en informar sobre este personaje. Asimismo, este medio de

comunicación es el único que realiza entrevistas personales a Dayana, por lo cual, la fuente de su información es de primera mano.

Bajo la misma línea anterior, Perú21 construye subtítulos en las notas informativas que publican. Estos subtítulos ayudan al diario a presentar una estructura más organizada. La mayoría de subtítulos explican en qué consiste ser una persona transgénero o lo que esto implica. Esto demostraría que Perú21 desarrolla la noticia desde un ángulo informativo, ya que permite al lector conocer nuevos términos, y lo que esto significa.

De igual forma, Perú21 es el único medio de comunicación que presenta los comentarios que los lectores hacen en contra de Dayana. Estos comentarios, Perú 21 los denomina homofóbicos, un término que no han utilizado los otros diarios. En ese sentido, y en base a las notas informativas a favor y contra de Dayana, se puede decir que Perú21 desarrolla varias posturas y reacciones.

En ese sentido, se puede afirmar que Perú 21 sí tiene un interés, pero no se sabe si es un interés para que el lector esté más informado, o un interés para conseguir más lectores. Este último punto respondería a una cuestión de marketing.

3.2 Javiera Arnillas

Tabla N° 1 Distribución de noticias publicadas sobre Javiera Arnillas

Diario	Perú21	La República	Publimetro
Publicaciones en Facebook	2	1	2
Notas informativas	2	1	1
Número de veces que se repite la nota	1	1	1
¿Las publicaciones tienen fotos?	Sí	Sí	Sí
¿Las publicaciones en Facebook tienen subidas?	Sí	Sí	Sí
¿Las subidas en Facebook están acompañadas de emojis?	No	No	No
¿La nota informativa tiene vídeos de programas de espectáculos?	No	No	No

Elaboración propia

3.2.1 Perú 21

Perú21 pertenece al grupo editorial del diario El Comercio. Como se mencionó antes, posee más de un millón de lectores en Facebook. Con respecto a las publicaciones de Javiera Arnillas, el diario solo ha realizado dos notas informativas. La primera el 12 de octubre de 2017, y la última el 11 de marzo de 2018. En ambas noticias Perú21 destaca que Javiera Arnillas Cartagena es una modelo trans.

La primera vez que este diario realizó una publicación acerca de Javiera fue debido a que la ex Miss Perú Universo 2011, Natalie Vértiz, la eligió como una de 30 candidatas para el concurso de belleza ‘Model of the year’, para el cual Javiera fue la única modelo transexual seleccionada. En aquella ocasión, Perú21 escribió el siguiente titular: ‘Natalie Vértiz busca a ‘modelo peruana del año’ y esta chica trans podría ser la elegida’. En este sentido, la noticia fue noticia porque una reina de belleza, quien también es presentadora de televisión, estaba buscando a una modelo a través de un certamen. Este titular tiene una segunda parte, ya que se afirma que una “chica trans” podría ser la ganadora. Sobre este último enunciado, se puede decir que no se asegura que Javiera es una persona transexual o transgénero, por lo que el medio de comunicación desinforma.

El 11 de marzo de 2018 se realizó la segunda publicación con el titular “Javiera Arnillas, la modelo trans que deslumbra en la portada de esta revista”. En esta publicación, el titular no informa si Javiera es una modelo transgénero o transexual, por lo que se puede decir que el diario brinda una información no completa. Por su parte, la nota informativa tiene siete párrafos, y se describe la portada que protagoniza Javiera en la revista Superhype, y algunos antecedentes de ella en la moda. De igual forma, se redactó acerca de la película en la que actúa. A pesar de que Perú21 desarrolla más la noticia a diferencia de la anterior, recae en la calificación personal hacia Javiera, ya que afirma que la modelo “rompió los prototipos de belleza” al participar en el concurso ‘Model of the year’. Sobre ello, se puede decir que el diario tiene una crítica personal sobre Javiera y la belleza.

3.2.2 La República

Para el caso de Javiera Arnillas, el Facebook del diario La República no realizó ninguna publicación desde su cuenta directa. Sin embargo, compartió la noticia de ‘Suplemento Domingo’, el cual es un formato físico y digital del diario. Este suplemento está vinculado a la página Web de La República, por lo que todas las notas informativas son escritas por los

redactores de este medio de comunicación. En ese sentido, la única noticia que presentó La República, en relación al caso de Javiera, fue el 7 de setiembre de 2017.

La República redactó una crónica sobre la película ‘Sin Vagina me marginan’, para el cual, narran y comentan el film que fue grabado con un celular, y protagonizado por dos actrices transexuales, una de ellas Javiera. En ese sentido, el texto no es acerca de Javiera Arnillas, sino del equipo que participó en el trabajo audiovisual. El titular es “El guiño trans del cine peruano”, y tiene una bajada y 19 párrafos, por lo que se puede afirmar que el formato periodístico está ligado al reportaje, ya que también hay declaraciones del director de la película.

El texto comienza con una opinión del redactor, ya que afirma que el cine nacional está malacostumbrado a las comedias de risa fácil. Posterior a ello, describe el tráiler de la película ‘Sin vagina me marginan’, para luego presentar al director de la cinta, Wesley Verástegui. La crónica tiene un subtítulo (“A un mes del estreno”), y en ese apartado transcriben diálogos del tráiler, y se muestran a las dos actrices transexuales. Bajo esa construcción de los párrafos, se puede señalar que la noticia busca informar sobre la película, y trata de evidenciar la discriminación que sufren las personas transexuales en el Perú desde las declaraciones de Javiera Arnillas y Marina Kapoor.

3.2.3 Publimetro

Publimetro es un diario que se reparte gratuitamente de forma impresa en 27 países. Llegó al Perú en el 2011 bajo la administración del grupo El Comercio. Con respecto a la red social de Facebook, Publimetro tiene más de 920 mil lectores. En marzo del 2018 realizó dos publicaciones sobre el caso de Javiera Arnillas en relación a la película ‘Sin vagina me marginan’. Estas dos publicaciones tienen el mismo contenido en la página Web.

El titular de la publicación es “Filme peruano de temática transexual ya está disponible en plataforma de Internet”. Sobre esta afirmación, se puede decir que la noticia no resalta por la intención de la película, el cual busca evidenciar a través de la sátira la discriminación que sufren las personas transexuales. En ese sentido, la noticia es noticia porque la película está disponible en Internet. Esto puede ser una invitación al lector para que vea el film en la plataforma digital; sin embargo, en el contenido de la noticia, no se evidencia esto.

En la bajada de la noticia, el diario señala que antes del estreno de “Sin vagina me marginan” hubo protestas encabezadas por padres de familia, el cual generó que se cancele la presentación en cines nacionales. Esta información no se presentó en otros diarios; por lo que, se puede señalar que los medios de comunicación no prestaron interés en desarrollar esta noticia. Casi el 75% de la nota informativa presenta declaraciones del director de la película, la misma que resalta la realización del film.

3.2.4 Revistas Nacionales

A diferencia del caso de Dayana Valenzuela, dos revistas nacionales, Cosas y Somos, han entrevistado a Javiera Arnillas. Ambos personajes son públicos; por un lado, Dayana Valenzuela es una modelo transgénero; mientras que, Javiera Arnillas es una actriz transexual. Sobre los dos casos, se puede decir que los medios de comunicación han segmentado las noticias, crónicas y entrevistas desde un enfoque ligado al espectáculo.

4 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Gráfico N° 1 Focos de producción de identidad tras las publicaciones de Dayana Valenzuela y Javiera Arnillas

Elaboración propia

En el Perú, la prensa digital construye imágenes sociales sobre las personas transexuales y transgéneros por tres dimensiones: económica, cultural y representativa. Esto, con respecto a los casos de Dayana Valenzuela y Javiera Arnillas, despliegan focos de producción de identidad, las mismas que están condicionados por el marketing, el espectáculo y el lenguaje, respectivamente. Durante el desarrollo de estas aristas, los diarios, a través de sus páginas de Facebook y portales Web, recaen en estereotipos y prejuicios, el cual se evidencia en el discurso periodístico y las herramientas que manejan para difundir la noticia.

En primer lugar, los medios digitales, además de ser transmisores de mensaje e información, son un negocio que responden a un mercado: el público. Siguiendo esta línea, se puede afirmar que la dimensión económica, como se mencionó antes, está establecida por el marketing. Todos los diarios estudiados en esta investigación tienen un portal Web y redes sociales, no solo porque nos encontramos en una era digital, sino también porque permite al medio posicionarse entre sus lectores y la competencia periodística; de esta manera, generan ingresos monetarios.

Tras el interés económico que existe, el diario busca que la noticia a difundir sea atractiva para la mayor cantidad de lectores. Es por ello, que en la construcción de las noticias no solo se narra un hecho, sino una historia; es decir, un acontecimiento no lineal y novedoso. De este modo, por ejemplo, las publicaciones de Dayana Valenzuela tienen un seguimiento luego de su intento por postular al Miss Perú. Después de las primeras noticias sobre el caso, se cuenta cómo Dayana sale con un joven periodista, así como sus discusiones en un programa de televisión, para finalmente presentar su interés por postular al congreso de la República.

Estos acontecimientos se publican porque mediante ellos, el medio obtiene mayor lectoría. Y, desde esta dimensión, el caso de Dayana Valenzuela vende más que el caso de Javiera Arnillas. Es por ello, que los diarios analizados publicaron 141 noticias en Facebook en relación al primer hecho; mientras que, sobre Javiera no se llega ni a 10 publicaciones. En ese sentido, se puede distinguir que, a pesar de la línea editorial, los medios actúan como canales de mensaje y negocios. Este suceso hace que, no juzgando al diario sino tratando de entender, fusionen un hecho periodístico y una historia narrativa, lo cual posibilita que una noticia no sea objetiva.

Asimismo, la cantidad de noticias no significa que el medio de comunicación posea una postura a favor por los temas de personas transexuales y transgéneros. Por el contrario, existen medios digitales cuyos contenidos mediáticos no responden a una convicción ideológica, sino a una herramienta comercial que les permite ganar dinero. En otras palabras, las noticias acerca de transexuales y transgéneros manifiestan una dimensión económica del diario, porque a través de ello se obtiene mayores lectores, y ello se consigue publicando hechos novedosos y exóticos, característica que cumplen los eventos periodísticos de Dayana y Javiera.

En segundo lugar, la dimensión económica, la cual se desarrolla para obtener ingresos monetarios, se adapta al público objetivo del diario. Para ello, el medio debe conocer los intereses del lector; es decir, brindar al público lo que más consume. Es allí donde se desarrolla una dimensión cultural, la cual está condicionada por el espectáculo y el nivel socioeconómico de la audiencia. En virtud de ello, el caso de Dayana Valenzuela responde a una esfera pública diferente a la de Javiera Arnillas.

Por un lado, Dayana Valenzuela, como se ha evidenciado en líneas anteriores, tiene más de cien publicaciones en Facebook. Esto debido a que está vinculado a un espectáculo dirigido a personas del nivel socioeconómico B y C. El Miss Perú Universo es un evento público que se transmite por televisión nacional. Si bien es cierto, Dayana no logró participar, pero estuvo vinculada directamente, por lo cual, los diarios digitales –quienes en su mayoría tienen como público principal a estas clases sociales – aprovecharon para llegar a sus lectores. Tras el seguimiento de este certamen y la novedad de que una persona transgénero intentara postular, los medios redactaron notas informativas, y repetían la misma noticia más de dos veces al día.

Luego de la no postulación de Dayana, se publicó noticias sobre ella que estaban vinculadas a su vida amorosa y a programas de farándula. No obstante, la información que se proporcionaba al lector no era de primera mano; es decir, el diario no buscaba directamente a Dayana para verificar y redactar la noticia, sino, por el contrario, sacaban la información de programas televisivos, los mismos que están dirigidos a personas del nivel socioeconómico B y C. Aunque todos los diarios estudiados hacen mención de la fuente de

información y acompañan la nota informativa con un video del programa, el discurso periodístico perdía objetividad durante el proceso de redactar la noticia al no ser una fuente primaria.

Por otro lado, Javiera Arnillas representa a una esfera pública que está relacionada al cine independiente y la moda. Ambas aristas no son exclusivas para todas las personas. La mayoría de películas independientes no son proyectadas por cadenas de cines nacionales, menos aún si hablan sobre temas controversiales como la identidad de género y el matrimonio igualitario. De la misma forma, la moda está segmentada para un público de clase alta. Esto responde el motivo por el cual no todos los diarios digitales cubrieron el caso de Javiera Arnillas; y, los pocos que lo hicieron no repitieron notas informativas como en el hecho de Dayana.

A pesar de ello, Javiera, a diferencia de Dayana, sí fue portada de revistas nacionales. El objetivo de esta investigación no incluía analizar magazines; sin embargo, tras el poco material periodístico sobre Javiera, se revisó las revistas que realizaron entrevistas a Javiera. En estos productos, la información es más amplia y se busca narrar una historia desde un enfoque ligado a la libertad por las personas transexuales y transgéneros. Las dos revistas, Somos y Cosas, están dirigidas a personas del nivel socioeconómico A y B, por lo que, se da entender que este grupo de la población puede estar más a favor por temas ligados a la comunidad LGBTI. En ese sentido, se puede afirmar que, a partir de la condición cultural del público, se construye la noticia.

En tercer lugar, las dos dimensiones anteriores desarrollan una tercera, la representativa. Este último foco de producción de identidad está condicionado por el lenguaje. Tras este estudio, se descubrió que el medio digital no es el único que presenta un lenguaje en relación a los transexuales y transgéneros, ya que también está el discurso de los propios transexuales y transgéneros, así como del público. Este lenguaje gira en torno al cuerpo y el reconocimiento del otro.

Las personas transgéneros y transexuales como Dayana y Javiera, respectivamente, son, se sienten y se reconocen como mujeres. El lenguaje que ellas manejan es de aceptación, así lo demuestran las declaraciones textuales que los medios digitales citan o parafrasean.

Asimismo, a través de su lenguaje se evidencia que sus cuerpos han sufrido discriminación y prejuicios porque los otros, quienes pueden ser el público, no las reconocen como ellas se sienten. Ellas al brindar una declaración a la prensa, depositan su confianza para que este lenguaje de aceptación sea difundido y reconocido en la sociedad. Es allí donde la prensa, en este caso digital, cumple un papel importante. Se puede manifestar, entonces, que el mayor peso de la dimensión representativa está en los medios digitales, ya que ellos transmiten el discurso inicial a la audiencia. No obstante, en este proceso de construir la noticia se pierde el discurso original de las personas transexuales y transgéneros, ya que los medios tienen su propio lenguaje, y este puede responder a una dimensión económica y cultural.

Por su parte, la prensa Web desarrolla su lenguaje sobre los cuerpos de tres maneras; un lenguaje escrito, el cual se manifiesta por el titular, las sumillas y los párrafos; un lenguaje visual, el mismo que está conformado por las imágenes que acompañan a la nota escrita; y un lenguaje multimedia, el cual puede ser un video o un emoji. Estos tres tipos de discurso influyen en la recepción de una noticia y pueden manifestar la postura del diario por los temas de la comunidad LGBTI. Así, por ejemplo, las noticias de Dayana que Correo publicó en Facebook y que estaban acompañadas de emojis con caras sorprendidas, demuestran que este medio de comunicación no está a favor por este tipo de casos. Por el contrario, Perú21 redactó párrafos que explican qué es una persona transgénero, lo cual describe que puede estar a favor por estos temas. La mayoría de medios digitales no conocen los términos y definiciones que involucra ser una persona transgénero o transexual. En ese aspecto, no reconocen y desinforman al lector. Asimismo, todos los diarios analizados utilizaron fotos obtenidas de las páginas oficiales de Dayana y Javiera, sin agregar el crédito de autoría. Es por ello, que el lenguaje de los medios sobre los cuerpos de transgéneros y transexuales está limitado, y bajo ello, restringen la información a los lectores.

Desde otra percepción de representatividad, el público al recibir la noticia emite un nuevo lenguaje, el mismo que se manifiesta a través de los comentarios. Los lectores desarrollan una idea de los cuerpos sobre las personas transexuales y transgéneros a partir de su postura a favor o en contra, así como también, de lo que el diario presenta en la Web.

Asimismo, dependiendo el extremo de las posturas a favor o en desacuerdo, el lector puede comentar desde una aprobación por el hecho o un insulto. En este estudio no se analizó a

profundidad los comentarios del público; sin embargo, se percibió que la mayoría de ellos están dirigidos hacia Dayana Valenzuela, esto porque tiene más notas. Del mismo modo, en mayor cantidad estos comentarios son de personas que pertenecen al nivel socioeconómico B y C, los cuales no están a favor por las personas transexuales y transgéneros, y, por el contrario, pueden manifestar inclinaciones homofóbicas.

A modo de conclusión, se puede afirmar que los diarios digitales son la continuación de los diarios en su versión física, y en ese sentido, significa que existe una continuidad de un discurso periodístico que puede evidenciar la representación de prejuicios y estereotipos de la sociedad, pero también los intereses de un medio de comunicación. A pesar de las nuevas herramientas de la plataforma Web y la dinámica de dar voz a las minorías, la prensa digital sí construye imágenes sociales e identidades acerca de las personas transexuales y transgéneros mediante tres dimensiones que se basan en tres aristas: el marketing, el espectáculo y el lenguaje.

5 REFERENCIAS

- Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: Civil Journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, (61).
- Alvira, F. (1983). Perspectiva cualitativa-Perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (22), 53-75.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red*. Madrid: Siglo XXI.
- Borrilo, D. (2001). *Homofobia*. Barcelona: Ballatuerca.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa*. México: Paidós.
- Canga, J. (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (18), 33-48.
- Carvajal, P. (2013). El reconocimiento de derechos a la comunidad LGBTI. *Jurídicas CUC*, 9 (1), 123 – 141.
- Carrasco, S. (2008). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.

- Castañeda, M. (2000). *La experiencia homosexual*. México: Paidós.
- Cerezo, J. (2008). *Hacia un nuevo paradigma. La era de la información fragmentada*. Dossier Telos, (76).
- Charaudeau, P. (2003). *El Discurso de la Información. La construcción del espejo social*. Barcelona España: Gedisa.
- Colombia Diversa (2006). *Informe de los derechos humanos de lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas en Colombia 2006-2007*. Organización Colombia Diversa: Bogotá.
- Connell, R. (1987). *Gender and Power*. Stanford: Stanford University Press.
- Cornejo, J. (2010). Jóvenes en la encrucijada. *Scielo Analytics*, 18 (32), 173-189.
- De Lauretis, T. (2000). *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*. España, Madrid: Horas y horas.
- Del Val, J. (2006). Cuerpos frontera. Imperios y resistencias en el pos-posmodernismo. *Artnodes*, (6).
- Díaz, J. (2002). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco, España.
- Echeverría, J. (2002). Las telecomunicaciones: Un nuevo espacio para la escritura y publicación. *Lamusa. Pensamiento, Universidad y red*, (1), 15-22.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Gómez, M. (2007). Violencia, homofobia y psicoanálisis: en lo secreto y lo público. *Revista de estudios sociales*, (28), 72-85.
- Gutiérrez, L. (2007). La prensa como creadora de estereotipos sobre los reinsertados y el proceso de paz en Colombia. *Palabra Clave*, 10 (2), 11-25.
- Herek, G. (2000). Sexual Prejudice and Gender: do Heterosexuals. Attitudes Toward Lesbians and Gay Men Differ?. *Journal of Social Issues*, 56 (2), 251-266.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2017). *Primera encuesta virtual para personas LGBTI 2017*. Instituto Nacional de Estadística e Informática: Jesús María.
- Kimmel, M. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. *Ediciones de la mujer*, (24), Isis Internacional.
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid, España: Aguilar.
- La Rosa, A. (2014). Los medios sociales en el ejercicio del periodismo. *Correspondencias & Análisis*, (4), p. 2224- p. 2235.
- Llano, S. (2005). Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano. *Palabra clave*, (12), 1-15.
- Lozano Verduzco, I. (2009). El significado de homosexualidad en jóvenes de la Ciudad de México. *Revista de Enseñanza e Investigación en Psicología*, 14 (1), 153-168.
- Maffía, D. (2003). *Sexualidades migrantes: género y transgénero*. Buenos Aires, Argentina: Feminaria.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Martínez, A. (2015). *Identidad y cuerpo. Auto-percepciones de sujetos no conformes al género* (tesis doctoral). Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- Moss, D. (1992). Introductory Thoughts: Hating in the First Person Plural: The Example of Homophobia. *American Imago*, 49(3), 277-291.
- Murad, A. (2002). *El hipertexto electrónico*. México: CECSA.
- Navarro, L. (2009). Tres usos del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. *Revista Científica de Edocomunicación*, 17 (33), 35-43.
- Noguera, J. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 176-186.
- Noseda, J. (2012). Muchas formas de transexualidad: diferencias de ser mujer transexual y de ser mujer transgénero. *Revista de Psicología*, 21 (2), 7-30.
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2000). *Promoción de la salud sexual*. Organización Mundial de la salud: Guatemala.

- Paredes, E. (2016). *Análisis del discurso sobre el proyecto de ley de Unión Civil en cuatro diarios* (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Real Academia Española [RAE]. (2018). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.) (Consultado el 12 de mayo de 2018).
- Rich, A. (1993). *Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence*. New York: Routledge.
- Rodrigo, M. (1989). *La construcción de la noticia*. En Palacios, L. (2017). *La construcción del juicio mediático en el caso Paul Olórtiga en los diarios El Comercio y El Trome* (tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do lector imersivo*. São Paulo: Paulus. En Díaz, J. (2002). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco, España.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Stoller, R. (1968). *Sex and Gender*. New York: Science House.
- Stone, S. (1993). *The empire strikes back: a posttranssexual manifesto*. University of Texas: Texas.
- Tascott, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital: La generación net*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Tognoli, J. (1980). Male friendship and intimacy across the life span. *Family Relations*, 29 (3), 273-279.
- Torres, G. (1997). La cultura del texto en el entorno digital. *Documentación de las ciencias de la información, volumen 20*, 131-137.
- Tyson, P. (1982). *A developmental line of gender identity, gender role, and choice of love object*. En Martínez, A. (2015). *Identidad y cuerpo. Auto-percepciones de sujetos no conformes al género* (tesis doctoral). Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, España. Paidós.
- Vargas, N. (1999). *Periodismo de opinión. Claves de la retórica periodística*. Madrid, España: Síntesis.

Vilariño, M., & Abuíñ, A. (2006). *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*. Madrid: Arco Libros.

Welzer-Lang, D. (1994). *Los hombres una larga marcha hacia la autonomía*. En Cornejo, J. (2012). Componentes ideológicos de la homofobia. *Revista de filosofía y psicología*, 7 (26), 85-106.

Young-Bruehl, E. (1996). *The Anatomy of Prejudices*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.