



PRISMA SOCIAL N°18

CIUDADANÍA DIGITAL Y OPEN DATA ACCESS

JUNIO 2017 - NOVIEMBRE 2017

SECCIÓN ABIERTA | PP. 364-392

RECIBIDO: 31/3/2017 – ACEPTADO: 19/5/2017

LA PARTICIPACIÓN DE LA PRENSA DE CATALUÑA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA HOMOFOBIA COMO PROBLEMA SOCIAL (2012-2014)

THE INVOLVEMENT OF THE CATALONIAN PRESS
IN THE CONSTRUCTION OF HOMOPHOBIA AS A
SOCIAL PROBLEM (2012-2014)

ADOLFO CARRATALÁ

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, ESPAÑA

ADOLFO.CARRATALA@UV.ES

ESTE TRABAJO SE INSCRIBE EN EL PROYECTO I+D+i, CÓDIGO CS02015-66667-R, CAMBIOS EN LA EMPRESA PERIODÍSTICA: LA ESTRATEGIA DEL SENSACIONALISMO. SU EMERGENCIA HISTÓRICA EN ESPAÑA Y AMÉRICA, FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El Parlament de Catalunya aprobó el 04/10/2014 una ley pionera en España para erradicar la homofobia. Esta investigación analiza cuantitativamente qué cobertura sobre la violencia contra gays y lesbianas ofrecieron los dos diarios más vendidos en Catalunya (*La Vanguardia* y *El Periódico*) desde el arranque de la X legislatura (17/12/2012) con el objetivo de determinar si estos diarios favorecieron una representación de la homofobia como problema social, tanto en su discurso informativo como en sus artículos de opinión, y establecer comparaciones entre ambas cabeceras. La hipótesis de partida señala que la cobertura de casos de violencia homófoba será elevada, pese a que se espera una mayor presencia en *El Periódico* que en *La Vanguardia*. Los resultados confirman parcialmente este supuesto y apuntan a que las diferencias detectadas en el discurso de ambos diarios pueden explicarse tanto por sus distintos modelos periodísticos como por sus líneas editoriales y el contexto político del que surge la iniciativa legislativa.

PALABRAS CLAVE

Homofobia; problema social; periodismo; Catalunya; framing; mediación.

ABSTRACT

The Catalan Parliament approved the Oct. 4, 2014 a pioneer law in Spain to eradicate homophobia. This research analyses quantitatively the coverage on violence against gay and lesbian people offered by the two bestselling newspapers in Catalonia (*La Vanguardia* and *El Periódico*) from the start of the X legislature (17/12/2012) in order to determine whether these newspapers favoured a representation of homophobia as a social problem. We examine news pieces and opinion articles and compare the discourses of the two dailies. The hypothesis states that both media covered many cases of homophobic violence, although a greater presence is expected in *El Periódico*. Results partially confirm this hypothesis and suggest that the differences detected in the discourse of these newspapers can be explained both by their different journalistic models such as their editorial policies and the political context in which the legislative initiative was managed.

KEYWORDS

Homophobia; social problems; journalism; Catalunya; framing; mediation.

1. INTRODUCCIÓN

Los delitos de carácter homóforo han liderado en los últimos años los delitos de odio cometidos en España, seguidos por los racistas/xenófobos y los cometidos contra las personas que padecen alguna discapacidad, según los datos recabados por el Ministerio del Interior. En el informe publicado con el registro de los delitos perpetrados a lo largo de 2014, aquellos relacionados con la orientación o la identidad sexual de la víctima supusieron el 39,9% del total (513 de los 1.285 casos), lo que implicaba un aumento del 13,5% respecto al año anterior.

Como respuesta a esta incidencia de la violencia homófora, algunas cámaras legislativas autonómicas del estado español decidieron, a lo largo de los últimos años, tramitar, debatir y aprobar leyes dirigidas a reducir y luchar contra estos delitos. En total, nueve parlamentos regionales autonómicas aprobaron leyes para garantizar la igualdad de gays, lesbianas, transexuales, bisexuales e intersexuales y combatir la LGTBIfobia entre 2012 y 2016.

Aunque la cámara navarra fue pionera en poner en marcha una norma en defensa de la identidad de género en 2009, la primera ley dirigida al reconocimiento de la igualdad de trato y la no discriminación tanto de lesbianas, gays, transexuales, bisexuales e intersexuales fue aprobada en Galicia en 2014. Sin embargo, la política catalana, considerada pionera a nivel europeo en cuestiones LGTBI (Coll-Planas y Cruells, 2013), alumbró una medida mucho más ambiciosa pocos meses más tarde. La ley 11/2014, de 10 de octubre, para garantizar los derechos de lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros e intersexuales y para erradicar la homofobia, la bifobia y la transfobia, fue apoyada por todos los partidos políticos con representación en el Parlament de Catalunya, a excepción del PP y de Unió. La norma, de carácter integral, marcó un antes y un después en la materia al ir más allá de la aprobada en Galicia y contemplar, entre otras cuestiones, la inversión de la carga de la prueba y un régimen sancionador que establecía qué respuesta debía dar la administración ante los delitos homóforos.

Esta intensa actividad legislativa es buena prueba de la capacidad del movimiento LGTBI para encontrar respuesta institucional a demandas resonantes, visibles y bien argumentadas, como ya hicieron con la defensa del matrimonio entre personas del mismo sexo hasta lograr su aprobación (Calvo, 2010). Como señala Monferrer Tomàs (2010: 353), «la presión política del movimiento ha conseguido determinar la agenda política a favor de sus intereses [...] facilitando la presentación de iniciativas y proyectos legislativos encaminados a la equiparación legal del colectivo homosexual». Este trabajo pretende examinar la contribución del periodismo al reconocimiento de esa igualdad a través del estudio del caso catalán.

1.1. El papel de los medios en la construcción de los problemas sociales y su influencia en la agenda parlamentaria

La percepción y la gestión de los problemas sociales han supuesto un elemento de notable interés para la investigación social. Las aportaciones realizadas desde el campo del interaccionismo simbólico (Blumer, 1971; Hilgartner y Bosk, 1988) defienden que los problemas sociales no son situaciones abordadas como perniciosas de manera espontánea y objetiva por parte de la ciudadanía, sino que son el producto de una tarea consciente de significación y construcción que permite problematizar determinadas experiencias y circunstancias. Por ello, a menudo se indica que, todavía más importante que la propia existencia del problema, es que este sea etiquetado como tal; es decir, que algunos individuos y/o instituciones se encarguen públicamente de señalarlo y reclamar atención sobre el mismo. Entre los actores que intervienen en ese proceso, destacan los colectivos sociales y los medios de comunicación, según ha quedado demostrado en diversas investigaciones sobre problemas que han merecido la atención de la sociedad, como la desaparición de menores (Fritz y Altheide, 1987) o la violencia machista (Fagoaga, 1994). Ambos agentes, organizaciones sociales y medios de comunicación, actúan como *claims-makers*; es decir, como actores que intentan dar forma a un problema social para que este sea tenido en consideración por el público/audiencia, con el fin de promover debate, ganar apoyo para su causa e influir en la agenda de aquellos que toman decisiones en las diferentes esferas de la vida colectiva (Johnson-Cartee, 2005).

En estos procesos de producción simbólica, el periodismo pasa a ser un instrumento clave no solo para visibilizar determinadas realidades sino también para favorecer la percepción de una parcela de nuestra existencia como un problema social. Durante mucho tiempo, el discurso periodístico ha sido el discurso público por excelencia y, por tanto, el que organizaciones sociales y otros actores políticos han querido conquistar para poder impregnarlo con sus propias reivindicaciones y lecturas sobre el mundo. Afectar a la agenda mediática suponía vehicular a la colectividad una particular definición de la realidad, que adquiriría un carácter pernicioso cuando el objetivo es poder actuar sobre ella para modificarla. Como señalan Hilgartner y Bosk (1988), un problema social debería ser entendido como una supuesta condición o situación que algunos actores etiquetan como «problema» en el ámbito del discurso y la acción públicos, definiéndola como nociva y enmarcándola de una determinada manera. La arena mediática pasa a ser, por consiguiente, el espacio o foro donde entran en competencia las diferentes propuestas de definición y problematización de la realidad.

Los periodistas tienen, de este modo, la capacidad de seleccionar y priorizar algunas lecturas de la realidad sobre otras, favoreciendo que ciertas propuestas interpretativas logren mayor difusión. De ellos depende promover un enfoque problematizador de determinados hechos, o de un fenómeno, mediante el enmarcado que hacen de los mismos (Wondemag-

hen, 2014: 698), dirigiendo la atención del público hacia determinados elementos –a la vez que otros quedan difuminados o en segundo plano– y dando forma a la manera en que las personas perciben la naturaleza del problema. Esta operación mediante la que los medios asumen un rol activista y de intervención en la realidad puede ser desarrollada tanto de manera directa, estableciendo por ejemplo una argumentación a través de los contenidos de opinión con el objetivo de vehicular editorialmente una serie de demandas a las instituciones, como de modo más sutil, a través de la forma en que presentan las voces de los principales *claims-makers* en los contenidos informativo-interpretativos, decidiendo qué puntos de vista y declaraciones son incorporados y, de entre ellos, cuáles recibirán mayor énfasis y visibilidad en la construcción definitiva del relato mediático.

Pero si los problemas sociales no aparecen de manera espontánea y natural, tampoco lo hacen de manera repentina, sino que acostumbran a ser el resultado de un esfuerzo que debe superar diversas etapas hasta que sus promotores logran su objetivo. Algunos investigadores han identificado los distintos estadios o fases por los que pasa un tema en su evolución desde asunto desconocido o ignorado por la mayoría a cuestión central del debate público y materia clave en la agenda política. En muchas de esas etapas, los medios de comunicación juegan un papel destacado. Downs (1972), por ejemplo, distingue las cinco fases que conformarían el ciclo de atención de los problemas públicos: pre-problema (en ella los medios muestran cierta indiferencia ante el asunto y, cuando es abordado, se favorecen los enfoques sensacionalistas o morales), descubrimiento alarmante del problema y entusiasmo eufórico (en este estadio ya aumenta, y con rigor, la cobertura periodística y el asunto comienza a ser percibido como una amenaza), toma de conciencia del coste que exige avanzar en su gestión (los medios promueven la discusión sobre qué recursos y medidas es preciso poner en marcha para resolver y superar el problema), declive gradual de la intensidad del interés público y, por último, la fase del post-problema.

Fagoaga (1994) subraya asimismo el papel de la acción mediática en el reconocimiento colectivo de los problemas sociales. De acuerdo con su análisis, es posible distinguir dos procesos distintos en los que los medios juegan un rol relevante en la consecución de dicha tarea. Por un lado, el proceso de legitimación, que se caracterizaría porque en él los medios comienzan a conceder noticiabilidad a algunos hechos ocurridos al adecuarse a los valores-noticia y ser facilitados por fuentes con suficiente autoridad. Por otro lado, el proceso de rutinización, que se desencadena como consecuencia del anterior: los hechos que ilustran un determinado problema social ya son incorporados con regularidad a la agenda mediática y disponen de un espacio habitual y de personal dedicado a su cobertura. Ambas fases estarían precedidas por una etapa conocida como proceso de determinación,

en la que los movimientos sociales intentan crear nuevas prácticas significantes alrededor de ciertas realidades con el objetivo de desambiguarlas.

La acción dirigida a la problematización de determinados hechos pretende, en última instancia, que ese significado sea compartido por las elites políticas, pues son ellas las que tienen capacidad de legislar y actuar sobre las diferentes esferas de la realidad. En este sentido, diversas investigaciones han coincidido en señalar a los medios de comunicación como un actor influyente en la agenda política, determinando qué asuntos deben tomar en consideración los actores parlamentarios. De acuerdo con Cobb, Ross y Ross (1976), los temas a los que la cámara legislativa presta atención pueden ser el producto de tres procesos distintos de construcción de la agenda parlamentaria: modelo de iniciativa externa, modelo de movilización o modelo de iniciativa interna. En el primero de ellos, la promoción de un determinado tema se origina fuera del parlamento, desde donde un actor o conjunto de actores –ya sean de carácter social o mediático– quieren ejercer algún tipo de presión con el objetivo de propagar una cuestión y lograr introducirla tanto en la agenda política como en la agenda pública.

La influencia de los medios de comunicación sobre la agenda parlamentaria, confirmada por diversas investigaciones recientes (Walgrave y Van Aelst, 2006; Green-Pedersen y Stubager, 2010), demuestra que, pese a que las elites políticas cuentan con muchas otras fuentes de información, es a través de la consulta de la cobertura mediática –ante la que no pueden permanecer impasibles debido a su impacto en la opinión pública– como estos actores institucionales son capaces de conocer e identificar tanto determinados problemas sociales como sus posibles soluciones (Vliegenthart et al., 2013).

1.2. La mediación periodística y las campañas en busca de cambios

La influencia que el diario es capaz de ejercer a través de su acción discursiva es, de acuerdo con Borrat (1989), motivo suficiente para considerarlo un actor político. El papel político del periódico le lleva a intervenir como un participante más del sistema en los momentos de crisis y conflictos sociales, cuando la problematización de la realidad se convierte en la meta de diversos actores. En estos casos, el diario ocupa la figura del tercero en las relaciones de conflicto, lo que puede situarlo en la intermediación neutral o imparcial, que le haría actuar como árbitro o mediador, o en la intervención directa, posición desde la que incluso puede buscar y obtener provecho del problema. La primera función señalada por Borrat, la de árbitro, se correspondería con el papel mediador del medio de comunicación, un rol que obliga a la institución periodística a contribuir a la elaboración y adopción de soluciones mediante el análisis de la significación y de la trascendencia de unos determinados hechos (Gomis, 1974). La promoción del debate y de la discusión es intrínseca a ese papel mediador o negociador, que favorece la aproximación de sujetos

sociales situados en posiciones distantes (Santamaría y Casals, 2000; Kovach y Rosenstiel, 2012; Ortega, 2011). Para Gomis, cumplir con la mediación garantiza que el diario pueda intervenir positivamente en el mantenimiento y equilibrio de la estructura social:

El periódico es exterior a su público, pero está en medio de su público, y las diversas personas y grupos que forman parte de ese público se relacionan a través del periódico que no solo les pone en comunicación, sino que además media entre ellos, es decir, los une y reconcilia al ofrecerles una interpretación periódica de la realidad que pueda ser utilizada por unos y por otros, e incluso al interceder en favor de unos ante otros. [...] la mediación no excluye al sistema político y las personas que en él ejercen cargos de autoridad, sino al contrario (Gomis, 1974: 97).

Los actores políticos conforman uno de los públicos entre los que el diario debe mediar cuando actúa como árbitro de conflictos o problemas sociales. Gomis considera que las dos formas principales de mediación, que podían ejecutarse tanto con la difusión de noticias como con la publicación de editoriales, eran, por un lado, la que permitía transmitir al sistema político las demandas del ambiente social y, por otro, la que lograba dirigir al ambiente social las decisiones del sistema político. En palabras del autor, a través de esa aportación mediadora, el medio «ejerce una cierta función arbitral al dar la razón a unos u otros en unos u otros puntos, procura hacer comprensibles las diversas situaciones y posiciones, y explicar actitudes y reacciones, exponer y presentar necesidades» (Gomis, 1974: 244).

La reiteración de una determinada mediación, muy especialmente de aquellas que se dirigen del ambiente social al sistema político, puede desembocar en el llamado «campaigning journalism» (Starkey, 2007). Esta práctica lleva a la prensa a utilizar ideológicamente su discurso, consciente de que se trata de una herramienta de poder. De acuerdo con Harrison (2008), el emprendimiento de estas campañas acostumbra a ser fácilmente identificable, porque los diarios suelen anunciar explícitamente la causa defendida, le otorgan un lugar prominente en sus contenidos y hablan de ella en tono didáctico. Añade, además, que este movimiento periodístico puede tener tanto efectos positivos como negativos. McNair (1998) señala que el hecho de que la prensa haga campaña en torno a un determinado asunto se explica por la función que democráticamente tiene asignada: escrutar el poder, proteger a los ciudadanos frente a los abusos y movilizarlos hacia aquellos problemas que se encuentran desatendidos. Es frente a estas cuestiones pendientes de gestión o resolución ante las que la prensa busca generar una respuesta, bien del público, bien de quienes ostentan el poder, pero, en cualquier caso, con el objetivo de que algunas cosas cambien (Richardson, 2007).

1.3. La homofobia en los medios: de la promoción a la denuncia

Los medios de comunicación han funcionado como un catalizador de la homofobia tanto a través de la invisibilización de gays y lesbianas –a veces como resultado de la decisión de los propios propietarios de los medios (Chomsky y Barclay, 2013)– como, especialmente, a través de su representación como personas desviadas –la asociación entre homosexualidad y muerte ha sido una constante en los discursos mediáticos, tanto de ficción como informativos– y/o blanco de mofa (Caraballo, 2011). Albertini lo sintetiza de manera contundente cuando señala que «a lo largo del tiempo la homosexualidad ha tenido tres tratamientos mediáticos: el silencio, la condena y la burla» (2012: 338).

Como indica Davis (2008), de 1890 a 1930, las personas LGBTI prácticamente nunca eran representadas en los medios y, cuando ocurría, quedaban sometidas a estereotipos negativos y denigrantes, lo que las convertía en objeto de ridículo y risas. Entre 1930 y 1970, las normas censoras que afectaron a la industria del cine impidieron que se representara abiertamente a ningún gay o lesbiana. En el terreno periodístico, los gays fueron sistemáticamente expuestos como pervertidos sexuales y desviados, en parte como consecuencia de que las únicas fuentes consultadas en estas informaciones pertenecieran al ámbito médico y policial (De Jong, 2006). Los gays de los que hablaba la prensa eran «perversos, suicidas, homicidas, criminales, traidores, en definitiva» (Albertini, 2012: 339).

Así, antes de los 60, la homosexualidad rara vez era mencionada de forma explícita en las noticias y, cuando formaba parte de la cobertura, quedaba enmarcada como enfermedad, como perversión o como crimen (Fejes y Petrich, 1993). La situación cambió a partir de ese momento, pues en los años 60 y 70 los movimientos feministas y LGBTI comenzaron a desafiar las percepciones dominantes sobre género y sexualidad (Davis, 2008). La situación en España tardaría más en evolucionar. Durante la etapa franquista, el imaginario no-heterosexual solo pudo acceder al espacio cinematográfico y televisivo a través de estrategias como la ocultación, la caricaturización y la apropiación de tramas y personajes heterosexuales, fórmulas que implicaban, en todo caso, la ignominia, el escarnio, la invisibilidad, la muerte o el castigo (González de Garay y Alfeo, 2017). Todavía en la década de los 70, la homosexualidad «no podía acceder al espacio mediático [...] sobre la base de que la propagación de imágenes positivas de los gays y lesbianas puede provocar un posible *contagio*¹ o introducción a la imitación de comportamientos heterodoxos», uno de los pánicos más recurrentes en la institución heterosexista (Aliaga y Cortés, 1997: 36).

Como evidenciaría el cine, el cambio de perspectiva se iría haciendo cada vez más patente, a medida que también evolucionaba la mentalidad de la sociedad española en esta materia, dejando atrás al personaje gay rodeado de culpa en un mundo de tortura propio de los años 70 y dando paso a una representación algo más naturalizada donde

¹ Cursiva en el original.

ganaba peso la autoafirmación, aunque sin llegar a abordar los temas preferentes para el colectivo (Alfeo, 2002). En los últimos años, el incremento de las personas LGTBI en los medios es una realidad, así como la mejora en el tratamiento mediático que reciben (Adams, 2013). No obstante, la cobertura periodística todavía muestra evidentes percepciones homófobas de los gays, representando la homosexualidad como algo no natural o amoral, como podemos observar por ejemplo en la prensa deportiva de corte popular (Hughson y Free, 2011), en la cobertura eufemística o sensacionalista de informaciones relacionadas con grandes tragedias o violencia intragénero (Carratalá, 2011; 2016) o en los tabloides británicos, que han mantenido hasta nuestros días el gusto por la estigmatización al denunciar o sospechar de la homosexualidad de tal o cual celebridad (Albertini, 2012). Son violencias simbólicas ejercidas contra el otro culturalmente construido en base a la orientación sexual.

En el contexto occidental actual, la proscripción legal, la violencia física y la abierta persecución de antaño han cedido el paso, en parte, a mecanismos mucho más sutiles como son la estigmatización, la reproducción del estereotipo y, a su vez, la descalificación social y moral de esta imagen; todo ello en medio de una enredadera de discursos que son dinamizados y reinsertados una y otra vez en el imaginario colectivo a través de los llamados mass media (Caraballo, 2011: 128).

Estaríamos, en palabras de Martínez (2016: 80), ante una «violencia mediática» que silencia los contenidos que exponen sexualidades más allá de lo normativo o que los ofrece de acuerdo con una serie de estereotipos. De esta manera, los medios privilegiarían la hegemonía de la heterosexualidad en el sistema ideológico, representándola como una institución y, por tanto, como una realidad objetiva, que viene dada, inalterable y coaccionadora. El efecto de ese relato cultural en las personas parece evidente si se tiene en cuenta el papel clave de los medios en los procesos de socialización a través de los cuales las personas internalizan el orden social al que las generaciones precedentes han ido dando forma (Berger y Luckmann, 1984).

Por ello, estas representaciones y discursos sobre los gays y las lesbianas afectan negativamente a las imágenes que ellos tienen sobre sí mismos y, en especial, a las relaciones que el resto de la sociedad establece con ellos (Fejes y Petrich, 1993), concretadas a menudo en acciones violentas. La homofobia engloba la complejidad de estructuras y de fenómenos de estigmatización y de discriminación fundados sobre la no adecuación con la heteronormatividad (Perrin, Roca y Parini, 2012). Como señala Coll-Planas, la homofobia es «la opresión que se activa en contra de los que se sienten atraídos por personas del mismo sexo» y encuentra su causa en que gays y lesbianas «al romper con la norma de la complementariedad hombre/mujer en su elección de objeto, alteran las reglas del género» (2010: 101), lo que les lleva a padecer una diversidad de fenómenos que van desde la marginación hasta la exclusión, consecuencias de una violencia que no es meramente el

fruto de una acción individual sino manifestaciones de carácter estructural sustentadas en el imperialismo cultural y heterosexista. En palabras de Colina (2011: 163), «en la construcción de la masculinidad hegemónica, el sexismo y la homofobia se interrelacionan». Por ello, esta violencia se encarna a través de «los discursos teóricos de obediencia jurídica, psicoanalítica o antropológica, que tienden a confirmar o justificar la desigualdad establecida entre homos y heterosexuales» (Tin, 2012: 10). Así pues, la homofobia contempla la violencia física, verbal y simbólica sustentada en todo un sistema cultural que regula la sexualidad y que algunas personas «deciden ejercer sobre aquellas que perciben y diferencian como incumplidoras de la normativa sobre las prácticas sexuales [...] y de los roles de género [...] con la intención de eliminar o corregir cualquier heterodoxia sexual», comprometiendo el bienestar de toda la población (Martínez, 2016: 109).

Los delitos sustentados en este odio al diferente debido a su atracción por las personas del mismo sexo son asimismo el argumento central de buena parte de la cobertura que recibe el colectivo gay en los medios informativos. Los llamados crímenes de odio cometidos contra las personas por su identidad LGBTI han ganado espacio en la prensa de los países occidentales a lo largo de los últimos años. El tratamiento otorgado a algunos casos célebres, como el del asesinato del joven estadounidense Matthew Sephard, ha sido objeto de investigaciones académicas, que han revelado cómo el tratamiento periodístico puso el foco en los culpables del crimen para evitar un enmarcado que pudiera evocar alguna responsabilidad social (Ott y Aoki, 2002). No obstante, se detecta la necesidad de desarrollar estudios más ambiciosos que evalúen la cobertura mediática de la homofobia más allá de episodios concretos, un propósito al que pretende contribuir el presente trabajo.

2. OBJETIVOS

El propósito principal de esta investigación es conocer de qué manera abordaron la homofobia² los dos diarios de mayor difusión en Cataluña (*La Vanguardia* y *El Periódico*) durante los meses previos a la aprobación de la ley catalana contra la homofobia con el objetivo de determinar qué representación tuvo esta violencia en ambas cabeceras y evaluar hasta qué punto se favoreció su construcción como problema social a través de un discurso que fundamentara la acción política llevada a cabo por el Parlament. Este objetivo principal se concreta en tres objetivos específicos:

- O1: Conocer las características del encuadre sobre la homofobia ofrecido por los dos diarios más vendidos en Cataluña desde el inicio de la X legislatura (17 de diciembre de 2012) hasta el día posterior a la aprobación de la ley (4 de octubre de 2014)
- O2: Determinar si la producción de contenidos informativos sobre la violencia homófoba muestra diferencias entre los dos medios de comunicación analizados, distantes en modelo periodístico y en línea editorial
- O3: Identificar posibles mediaciones entre el ambiente social y el sistema político en torno a la lucha contra la homofobia mediante la puesta en circulación de textos de opinión reivindicativos que incluyan agendas para la acción con el propósito de erradicar esta violencia.

2 Como indica Martínez (2016: 96), existe el debate de si puede emplearse el concepto de homofobia como término bajo el que subsumir la discriminación particular ejercida sobre las lesbianas (que se enfrentan a una conjunción de homofobia y machismo que puede categorizarse como lesbofobia), las personas bisexuales (que enfrentan la bifobia resultante de la interpretación binarista de la sexualidad) y las personas transexuales (víctimas de la transfobia que vigila el cumplimiento de los roles de género). Martínez considera útiles tanto los términos específicos como el propio concepto de la homofobia, «fundamental como instrumento de análisis». En este trabajo, el concepto no alude en exclusiva a la violencia sufrida por hombres gays sino que responde a la decisión metodológica de emplearlo como criterio para la recuperación de las unidades de análisis. La cobertura de los medios analizados incorpora principalmente el concepto de homofobia para visibilizar la discriminación a la que se somete a los hombres gays, pero también lo emplean a la hora de categorizar la violencia que sufren lesbianas, bisexuales y transexuales. Así ocurre, por ejemplo, en el reportaje «Homofobia en las aulas» (publicado por *El Periódico* el 09/05/2013), cuyo subtítulo explicita que «Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales aún son objeto de acoso escolar por su orientación sexual»; o en la pieza «Últimos reductos de vieja masculinidad» (publicado por *La Vanguardia* el 05/05/2013), que alude a la discriminación sufrida por deportistas lesbianas como Martina Navratilova en su análisis sobre la homofobia en el deporte

3. METODOLOGÍA

Los dos diarios escogidos para la investigación son, como se ha adelantado, aquellos que, de acuerdo con los estudios sobre difusión y audiencia (OJD y EGM³), gozan de mayor circulación en Cataluña: *La Vanguardia* y *El Periódico*. El diario *La Vanguardia*, perteneciente al Grupo Godó, ha sido considerado desde su primera edición, el 1 de febrero de 1881, como un periódico estrechamente vinculado a la alta burguesía barcelonesa y a los intereses de la patronal, además de uno de los más influyentes del estado español (Gran Enciclopedia Catalana, 2016a). *La Vanguardia* se sitúa en el centro-derecha del espectro ideológico y se encuentra afín a *Convergència i Unió* (Alonso, 2014). Pese a ser el representante barcelonés de la prensa de referencia (Casero, 2002), la nueva línea editorial del diario impulsada a partir de 2007 «tiende a otorgar importancia a las noticias de impacto y promueve el acercamiento de las informaciones periodísticas en temas de la cotidianidad social y urbana» (Gran Enciclopedia Catalana, 2016a).

La segunda gran cabecera en Cataluña en cifras de ventas y por detrás de *La Vanguardia* es *El Periódico* de Catalunya, perteneciente al Grupo Zeta. Desde sus inicios en 1978, esta cabecera «tuvo el acierto de dar con una fórmula popular de grandes titulares» (Gran Enciclopedia Catalana, 2016b). Tradicionalmente se ha vinculado su línea editorial con el PSC, siendo en los años 2000 una auténtica referencia de la prensa catalana coincidiendo con la llegada de los socialistas catalanes a la Generalitat de Cataluña en 2003 y la victoria de José Luis Rodríguez Zapatero en las elecciones generales de 2004. Fue la época dorada de un diario capitaneado por su histórico director Antonio Franco, que estuvo al frente de la publicación desde 1988 hasta 2006. Actualmente su director es Enric Hernández, que accedió al cargo en 2010.

Ha sido tenida en cuenta cualquier pieza publicada por cualquiera de ambas cabeceras durante el periodo de estudio, a excepción de aquellos suplementos o páginas especiales que han sido excluidos por su baja frecuencia de publicación o por recoger contenidos irrelevantes para la investigación. Así, en el caso del diario *La Vanguardia*, se han descartado los contenidos sobre programación de cine y televisión (aunque sí se examinan las informaciones sobre productos audiovisuales), así como los suplementos *Què fem*, *Quién*, *Vivir TV*, *Culturas* y *ES Cat*. Durante la recuperación de piezas de *El Periódico*, también se ha excluido la programación de televisión y cine, además de los contenidos de los suplementos *Time Out*, *Más Periódico*, *Más Deporte* y *El Periódico del verano*. La localización

3 De acuerdo con la Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD), el diario *La Vanguardia* contó con una difusión media diaria de 172.263 ejemplares durante 2012, año en el que arranca el marco temporal de nuestro estudio. Por su parte, *El Periódico* logró 107.512 en el mismo periodo. Los datos hechos públicos por el Estudio General de Medios (EGM) en noviembre de 2012 apuntan a que *La Vanguardia* contaba con una audiencia de 787.000 lectores en Cataluña (43,5% del mercado lector) mientras que *El Periódico* alcanzaba los 553.000 (30,6% del total).

de los materiales se ha realizado a través del propio motor de búsqueda que ambos diarios ofrecen para la consulta de su hemeroteca en formato pdf, empleando homofob* como palabra clave con la que recuperar cualquier mención explícita a la violencia homófoba.

En relación con las piezas de carácter informativo-interpretativo (informaciones, crónicas, entrevistas y reportajes), se ha efectuado un análisis de contenido de tipo cuantitativo con el objetivo de poder obtener datos precisos sobre las características del relato periodístico promovido por ambos diarios a la hora de hablar sobre homofobia. De este modo, han sido consideradas diferentes variables durante la codificación de las unidades de análisis recuperadas: género periodístico, referente con el que se vincula la homofobia, si la homofobia es o no el argumento central de la pieza, qué tipo de violencia es mencionada, en qué territorio se sitúa el hecho discriminatorio, en qué ámbito se contextualiza la violencia, si se mencionan o no las causas que puede haber detrás de esta discriminación y si se alude o no a la ley catalana.

Por su parte, en las piezas de opinión (editoriales, columnas, cartas al director...), también se han codificado diferentes características: subgénero, si la homofobia es el tema central o no de la pieza, si la homofobia aparece como una realidad que se da en Cataluña y, en caso de detectar alguna mediación, en qué sentido se da. Como ya mostró Gomis mediante el análisis de diversos editoriales en su obra *El medio media: la función política de la prensa* (1974), el estudio de la persuasión que *El Periódico* intenta ejercer mediante sus discursos de opinión permite identificar la dirección y el sentido en que ejerce su mediación, que puede ser interpretada como la concreción de una campaña en busca de generar cambios en la sociedad. Así, se diferenciará entre las mediaciones que se dirijan del ambiente social al sistema político, expresando intereses y demandas, y las que lo hagan en sentido contrario, explicando la asunción de responsabilidades por parte de la clase política con el objetivo de trabajar en la resolución de problemas. El estudio también observará si se dan mediaciones que, en lugar de poner en relación al ambiente social con el sistema político, se pliegan sobre sí para circular únicamente en el interior de algunas de estas dos esferas.

La investigación parte de las siguientes cuatro hipótesis:

- H.1. Dada la orientación ideológica de los dos medios analizados (conservador/progresista), y puesto que la ley contra la homofobia es una iniciativa política de los partidos de izquierdas, *El Periódico* ofrecerá una cobertura más centrada en la incidencia de la homofobia en Cataluña, mientras que *La Vanguardia* establecerá una relación menos intensa entre esta violencia y el territorio catalán.
- H.2. Dado el modelo de prensa con el que se corresponden ambas cabeceras (de referencia/popular), se hallarán más informaciones ligadas con hechos concretos de agresiones homófobas llevadas a cabo en espacios sociales y próximos a la

ciudadanía (colegio, vía pública) en *El Periódico*, mientras que es previsible que en *La Vanguardia* prevalezcan las piezas interpretativas que ahonden en dimensiones menos explícitas de esta violencia (simbólica, estructural) y que aborden las causas de este fenómeno.

- H.3. *El Periódico* promoverá con mayor esfuerzo la nueva ley, dedicándole más piezas informativas y proponiendo más medidas en sus artículos de opinión que *La Vanguardia*.
- H.4. *El Periódico* vehiculará más mediaciones del ambiente social al sistema político con el objetivo de persuadir a la clase política en el impulso y la aprobación de la norma.

4. RESULTADOS⁴

4.1. El relato informativo-interpretativo

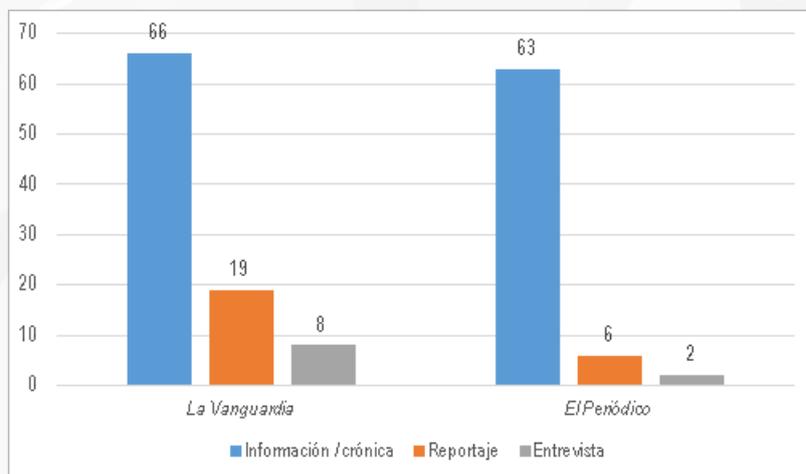
La búsqueda de unidades de análisis de piezas informativo-interpretativas que aludan a la homofobia durante el periodo estudiado muestra que, en total, el diario *La Vanguardia* publicó un mayor número de unidades en las que este tipo de violencia era mencionada (93) frente a *El Periódico* (71). Si bien ambas cabeceras publicaron alrededor del mismo número de noticias/crónicas en las que se hacía mención a la homofobia (66 y 63 respectivamente), la diferencia entre ambos medios se debe al importante número de reportajes que el diario *La Vanguardia* publicó con alguna relación con este tipo de discriminación. Los datos indican que casi una de cada cinco piezas publicadas por el diario del Grupo Godó se corresponden con este género. Los reportajes «Más que un beso» (21/08/2013), «Espaguetis heterosexuales» (27/09/2013), «El silencio revive la homofobia» (25/01/2014) o «Los lenguaraces de la política» (24/08/2014) son un ejemplo.

Pese a esta diferencia, resulta significativo señalar que *La Vanguardia* llevó en menos ocasiones la homofobia a portada que *El Periódico*. En el caso de *La Vanguardia*, la publicación en primera página de informaciones sobre violencia homófoba se correspondió con una noticia de Internacional –«Un nuevo crimen dispara la alarma por la homofobia en Rusia» (09/08/2013)– y con la aprobación de la propia ley: «El Parlament vota la primera ley contra la homofobia» (03/10/2014). Por el contrario, en las tres ediciones en las que *El Periódico* decidió acoger en portada informaciones sobre homofobia, las noticias estaban vinculadas con la realidad catalana: «La escuela sigue sin combatir la homofobia en las aulas» (09/05/2013), «Condenado un colegio por acoso a un homosexual» (16/07/2014) y «Catalunya aprueba la ley contra la homofobia» (03/10/2014). En los

⁴ Los valores reflejados en los gráficos de este apartado se corresponden con el número de piezas real; esto es, se trata de los valores absolutos, mientras que los valores porcentuales se incluyen en la exposición de resultados detallada en este epígrafe del artículo.

dos últimos casos, las informaciones eran elevadas, además, a Tema del día, una jerarquización con la que la publicación decidió subrayar la importancia que otorgaba a la cobertura de esta violencia al dedicarle un espacio privilegiado en las primeras páginas.

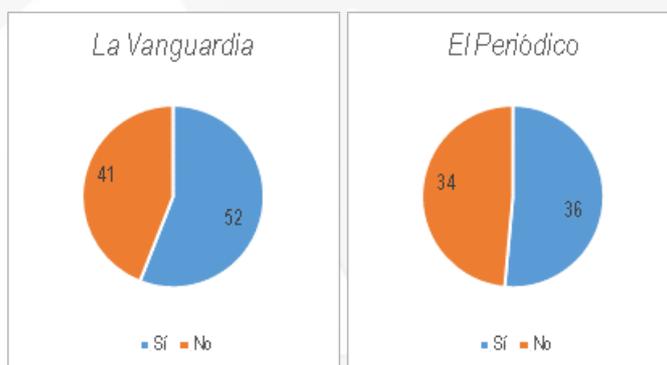
GRÁFICO 1. Género periodístico de las piezas informativo-interpretativas analizadas



Fuente: elaboración propia

Asimismo, es más habitual que el tema central de la pieza sea la propia homofobia cuando esta aparece mencionada en el diario *La Vanguardia* (56%). Así se observa, por ejemplo, en las piezas «Las denuncias por homofobia crecen un 2,5% en un año» (16/05/2013) o «Redada en el hammam» (30/08/2014). No obstante, el porcentaje supera por poco al ofrecido por *El Periódico*, en el que 36 del total de las piezas analizadas (52%) también estaban articuladas alrededor de esta violencia como sujeto principal de la cobertura, como ocurre en «Los opositores franceses a las bodas gays vuelven a la calle» (22/04/2013) o «El colectivo homosexual denuncia un aumento de la discriminación» (28/06/2013).

GRÁFICO 2. Homofobia como tema central en las piezas analizadas en cada uno de los periódicos

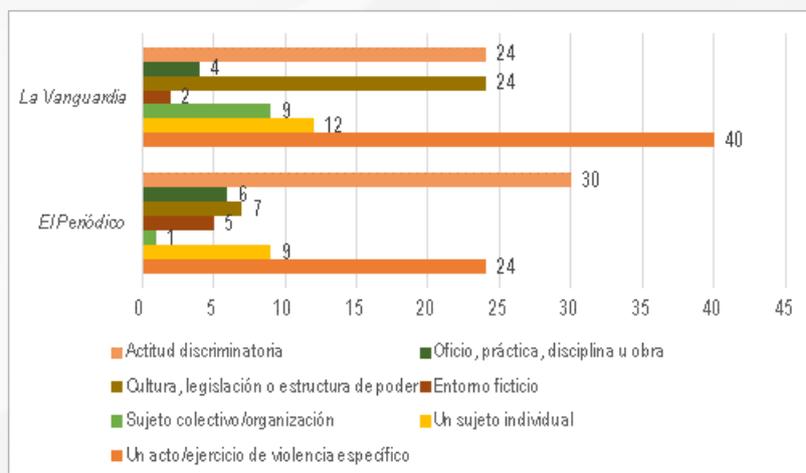


Fuente: elaboración propia

En la mayor parte de las ocasiones en las que el diario *La Vanguardia* menciona la homofobia se hallan referencias a actos o ejercicios de violencia específicos y concretos. Así ocurre en el 43% de las unidades recogidas de esta cabecera, como por ejemplo «Un brutal asesinato destapa la homofobia en Rusia» (14/05/2013). En el caso de *El Periódico*, la mayoría de las veces (42%) se alude a la homofobia como una actitud discriminatoria, sin hacerla corresponder con un hecho determinado que pueda ser considerado una manifestación de aquella, como se puede observar en las informaciones «Superagente Twitter» (29/06/2013) o «Neymar da la cara contra la homofobia» (05/06/2014). En segundo lugar, sí se encuentran en esta cabecera un importante número de informaciones (34%) referidas a actos concretos de violencia. Así ocurre, por ejemplo, en la extensa pieza «Condena pionera a un colegio por acoso homófobo a un niño» (16/06/2014). En el caso de *La Vanguardia*, es de destacar el elevado número de unidades informativo-interpretativas en las que la homofobia aparece vinculada a una cultura, una legislación o una estructura de poder (26%), como se desprende de noticias como «La ley sobre propaganda homosexual pone en cuestión los juegos de Sochi» (10/08/2013).

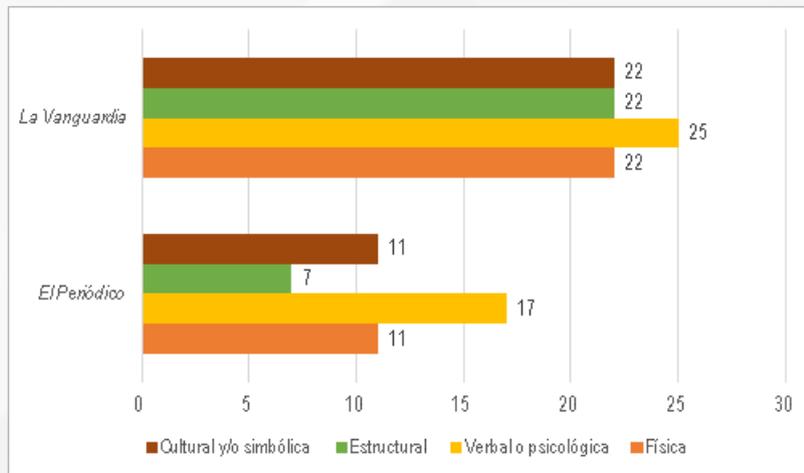
En *La Vanguardia*, se identifican asociaciones menos regulares con sujetos individuales (13%), como «Barilla rectifica tras los comentarios antigais de su presidente» (05/11/2013); sujetos colectivos u organizaciones (10%), como se deduce de la lectura de «Los 'tories' desplazan a los liberales como tercer grupo en Estrasburgo» (20/06/2014); y con oficios, prácticas o disciplinas (4%), como se observa en el reportaje «Últimos reductos de vieja masculinidad» (05/05/2013), dedicado a la actividad deportiva. Por su parte, *El Periódico* presenta asociaciones entre homofobia e individuos concretos (13%), como se observa en «Martin: 'Intimidé a los que sabía que eran gais'» (28/08/2013); con oficios y prácticas (8%), como la música, «Combatiendo la falocracia» (20/04/2013); y con entornos de ficción (7%), como ocurre en «Antes del lunes» (01/03/2013), una crítica de la película *Weekend*.

GRÁFICO 3. Referente con el que aparece vinculada la homofobia



Fuente: elaboración propia

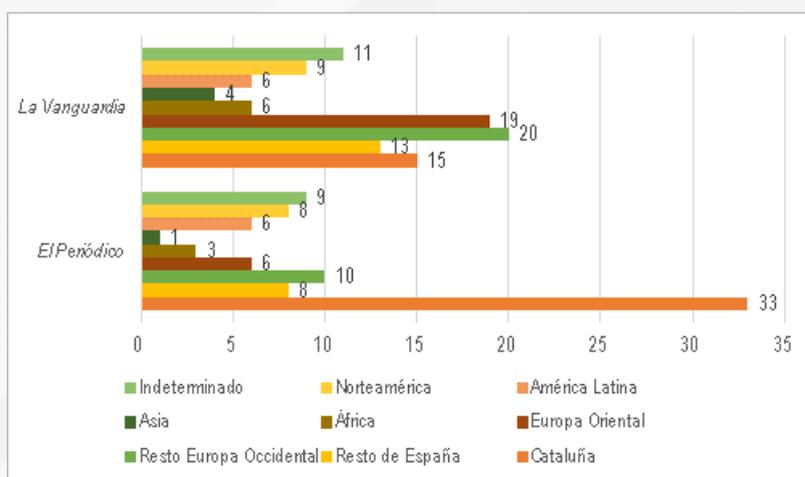
Si se observa cómo es representada la violencia homófoba en ambos diarios, los datos indican que su manifestación a través de expresiones verbales o acoso psicológico es la más presente en ambos diarios, al aparecer en el 27% de las piezas de *La Vanguardia*, como «Cinco menores detenidos en Málaga por acosar en clase y redes sociales» (06/04/2014), y en el 24% de las de *El Periódico*, que, no obstante, suele combinarla con alusiones a agresiones físicas (15%), como se puede comprobar en el reportaje a doble página titulado «Homofobia en las aulas» (09/05/2013). La cabecera del Grupo Godó destaca por presentar con mayor frecuencia (24%) que su competidor (9%) a la homofobia como violencia estructural, una manifestación evidente en piezas como «India da marcha atrás e ilegaliza la homosexualidad» (12/12/2013), en *La Vanguardia*, o «Cientos de adopciones españolas, paradas por la homofobia de Putin» (11/09/2013), de *El Periódico*. La violencia física –«Neonazis rusos cuelgan en la red la tortura de gais» (09/08/2013) o «Le dieron la paliza por ser homosexual» (25/01/2014)– y la simbólica –«Los calzoncillos del Barça» (31/05/2013)– comparten protagonismo en las páginas de *La Vanguardia* (24%), y también en *El Periódico*, aunque en un porcentaje menor de ocasiones (15%), con noticias como «Una trama de sexo y drogas salpica al párroco de Riells» (10/12/2013) o «El nombre de una tapa cambia por homófobo» (30/07/2014).

GRÁFICO 4. Tipo de violencia homófoba al que hace referencia la información

Fuente: elaboración propia

Es de destacar que los dos diarios analizados difieran plenamente en la contextualización geográfica de esta violencia. La mayoría de las piezas de *La Vanguardia* optan por presentarla como un fenómeno que se da en otros países, situados en África (6%) –«Un continente sin arcoíris» (20/02/2014)–, Asia (4%) –«Beirut, más islámico o menos gay»– y, con especial incidencia, en otros países de Europa, donde la sitúan el 42% de sus piezas, como por ejemplo: «Las bodas gais disparan la tensión entre el Gobierno francés y la Iglesia (09/01/2013), «Hollande afronta su primera gran contestación» (13/01/2013), «Italia, territorio homófobo» (13/01/2013) y «El suicidio de jóvenes gay en Roma agita el debate sobre la homofobia» (29/10/2013). Por su parte, *El Periódico* dedica casi una de cada dos piezas (46%) a presentar la homofobia como una realidad que tiene lugar en Cataluña: «Una banda de BCN acosa a gais con emboscadas en internet» (17/12/2013) o «Las escuelas suspenden en la protección de alumnos gais» (16/06/2014). En el caso de *La Vanguardia*, este último dato se reduce al 16%.

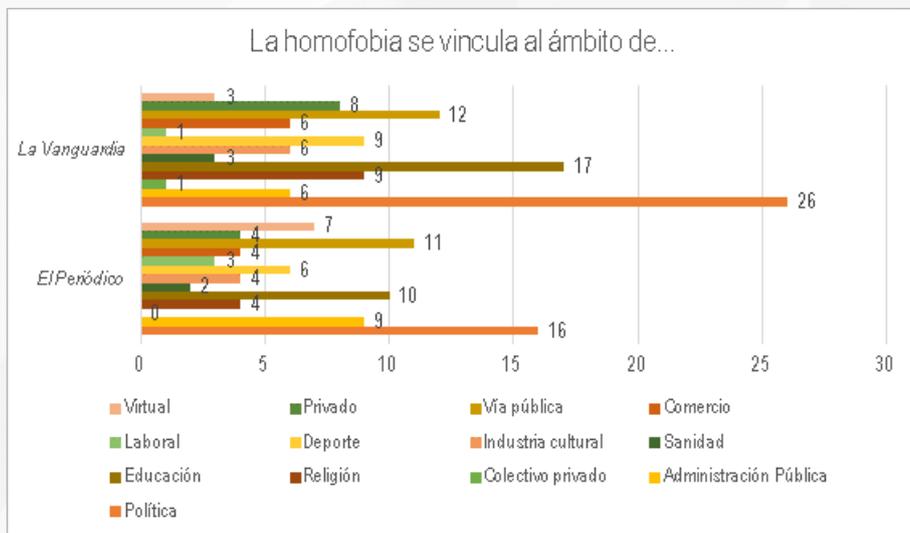
GRÁFICO 5. Territorio en el que queda enmarcada la homofobia



Fuente: elaboración propia

Tanto *La Vanguardia* como *El Periódico* coinciden en presentar la homofobia como un tipo de discriminación o violencia que se registra de manera notable en/desde el campo de la política. Así se observa en el 28% de las unidades del periódico del Grupo Godó –«El marido del ministro» (12/05/2013), «Una senadora del PP achaca la deuda pública a ayudas a gays» (19/08/2014)– y en el 23% de las piezas de *El Periódico*, «Homofobia en la tribuna» (27/04/2013). Los porcentajes son menores si se atiende a la frecuencia con la que la violencia homófoba aparece vinculada con el ámbito de la educación. Solo el 18% de las unidades de *La Vanguardia* –«Homofobia y machismo persisten en las aulas» (15/12/2013)– y el 14% de las extraídas de *El Periódico* –«Una profesora avala la violencia machista» (28/03/2013)– responden a esa asociación. En otros casos, la homofobia queda enmarcada en espacios comunes como el transporte público o la vía pública, como se distingue en el 16% de las noticias de *El Periódico* –«Oleada homófoba» (19/04/2014)– y en el 13% de *La Vanguardia*, como se observa en «La protesta antibodas gays en Francia deriva en violencia» (19/04/2013). La homofobia es frecuentemente localizada en otros dos ámbitos. Por un lado, el deportivo, asociación presente en el 10% de las piezas de *La Vanguardia* –«Isinbáyeba condena la homosexualidad y apoya la ley homófoba de su país» (16/08/2013)– y en el 9% de las localizadas en *El Periódico*, como se observa en «Homosexuales: los invisibles del fútbol español» (20/04/2014). Por otro, el religioso. Los datos señalan que la vinculación con alguna confesión es algo más común en *La Vanguardia* (10%) que en *El Periódico* (6%). Este último diario también sitúa a menudo a la violencia homófoba en el entorno de Internet y el espacio virtual (10%): «Ask.fm recula y prepara medidas protectoras contra el ciberacoso» (20/08/2013) y «Facebook no ha cerrado el perfil del homófobo 'Proyecto Pilla Pilla'» (30/12/2013).

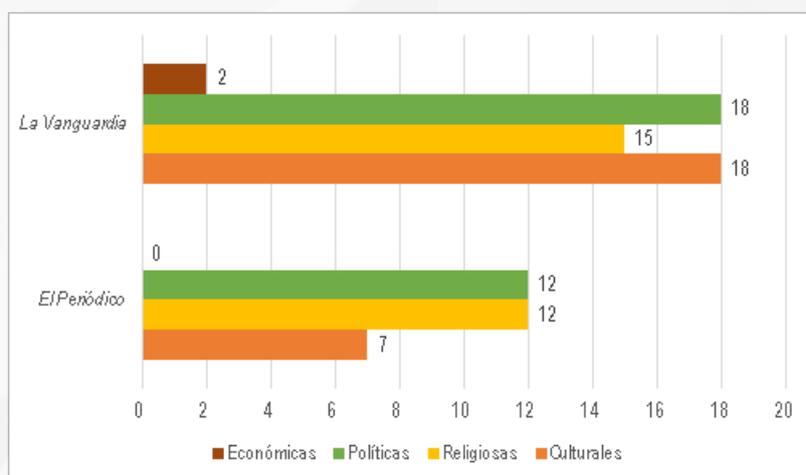
GRÁFICO 6. Ámbito al que queda vinculada la homofobia



Fuente: elaboración propia

Ambas cabeceras se alejan de nuevo si se analiza la frecuencia con la que aluden en sus páginas a las posibles causas que pueden generar o favorecer esta violencia. Mientras el 63% de las unidades de *La Vanguardia* sí intentan explicar por qué se produce esta discriminación, no se da la misma voluntad en el caso de *El Periódico*, que tan solo apunta a posibles causas en el 30% de sus piezas. En cuanto a la tipología de causas, *La Vanguardia* apuesta por hacer énfasis en las que son de tipo político y/o cultural (19%) –«Uganda aprueba la ley que castiga con cadena perpetua a gais y lesbianas» (25/02/2014) o «Mariela Castro vota por primera vez en contra de una ley en Cuba» (20/08/2014)– mientras que la cabecera del Grupo Zeta da mayor importancia a las causas políticas y/o religiosas (17%): «La oposición pide a Homs que explique la redada en un bar de ambiente» (05/07/2013), «Los sondeos avalan el vertiginoso auge de Marina Silva en Brasil» (05/09/2014), «El sexo de la Iglesia» (24/02/2013) o «Los obispos censuran la ley antihomofobia que prepara el Parlament» (12/07/2014).

GRÁFICO 7. Tipo de causa que explicaría la homofobia



Fuente: elaboración propia

En último lugar, cabe señalar que la ley aprobada por el Parlament de Catalunya estuvo más presente en el discurso informativo-interpretativo de *El Periódico* que en el de *La Vanguardia*. El 17% de las piezas del primer diario aluden a la norma –«La primera proposición de ley antihomofobia llega al Parlament» (10/05/2013), «CIU rectifica y apoya la ley antihomofobia» (17/07/2013), «Incógnitas sobre la ley antihomofobia» (23/06/2014) o «El Consell de Garanties apoya la ley catalana contra la homofobia» (20/08/2014)–, mientras que solo el 6% de las piezas de la cabecera del Grupo Godó se hizo eco de la misma –«Contra la homofobia, ley y respeto» (19/05/2014) o «Una ley para la vida real» (12/09/2014)–, demostrando un menor interés por el trámite legislativo que recorrió la iniciativa hasta su aprobación.

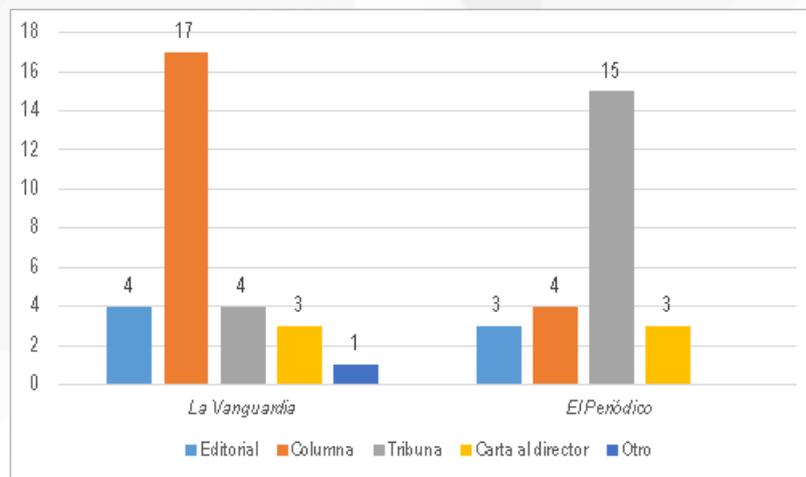
4.2. El discurso de opinión

También en el discurso de opinión, es *La Vanguardia* la que destaca por incluir un mayor número de piezas en las que se alude a la homofobia: se hallan 29 unidades de análisis frente a las 25 publicadas por *El Periódico*. Si apenas se identifican diferencias respecto al número de editoriales y cartas al director que publican sobre esta cuestión, el contraste es mayor si se atiende al porcentaje de columnas (dominan en *La Vanguardia*, representando un 59% de los artículos de opinión analizados) y de tribunas de firmas esporádicas (mayoría en *El Periódico*, donde se corresponden con el 60%).

Sin embargo, no todas las piezas que aluden a la homofobia hacen girar su discurso en torno a esta cuestión. La violencia o la discriminación por homofobia es el tema central de solo el 48% de las piezas de opinión identificadas en el diario *La Vanguardia* y del 56% de los artículos publicados por *El Periódico*, lo que evidencia una relación inversa a la que ofreció el análisis del discurso informativo-interpretativo. Asimismo, es significativo señalar

que el 48% de los artículos recopilados de *El Periódico* sitúan a la homofobia como una realidad que tiene lugar en Cataluña, mientras que esa contextualización físicamente próxima del fenómeno tan solo se da en el 28% de las unidades recuperadas de *La Vanguardia*, reproduciéndose de este modo una tendencia similar a la que se ha observado en el relato noticioso. Como muestra de esta diferencia, puede subrayarse que los tres editoriales localizados en *El Periódico* vinculan la homofobia con Cataluña: «Acoso contra escolares homosexuales» (09/05/2013), «Distintas visiones del Orgullo» (23/06/2014) y «Cercos legal a la homofobia» (03/10/2014). Sin embargo, los dos únicos publicados por *La Vanguardia* se dedican al análisis de esta discriminación en otras coordenadas: «Rusia y la homosexualidad» (21/08/2013) y «Homofobia en África» (25/02/2014).

GRÁFICO 8. Género periodístico de las piezas de opinión analizadas



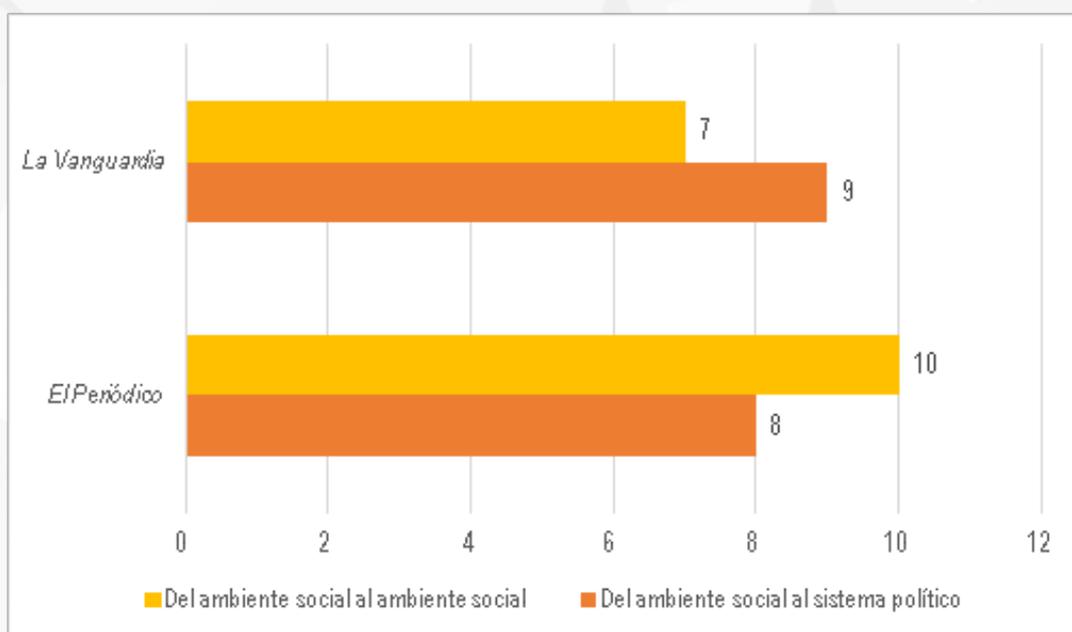
Fuente: elaboración propia

El mayor protagonismo que *El Periódico* otorga a la homofobia en sus contenidos de opinión se ve reforzado si se analiza cuántos de los artículos de opinión que aluden a esta realidad incluyen, a su vez, propuestas o medidas que sería preciso poner en marcha para erradicarla. Es decir, cuántos de los textos de opinión tienen un carácter prescriptivo o propositivo. Mientras que solo un 45% de las piezas de *La Vanguardia* recogen iniciativas que podrían contribuir a poner fin a la homofobia, el porcentaje aumenta hasta el 56% en el caso de los textos del periódico del Grupo Zeta.

Asimismo, resulta interesante comprobar que ambas cabeceras difieren de nuevo si la atención se dirige al tipo de mediación que privilegian: mientras que el 31% de las piezas de *La Vanguardia* vehiculan una mediación del ambiente social al sistema político (presentes en el 32% de los textos de *El Periódico*), el diario del Grupo Zeta privilegia las mediaciones del ambiente social al mismo ambiente social, presentes en el 40% de sus piezas de opinión (en el caso del diario *La Vanguardia* esta mediación se da en el 24% de las unidades examinadas).

También se comprueba que la ley aprobada por el legislativo catalán goza de mayor protagonismo en los espacios dedicados a la opinión en *El Periódico*, como ya ocurrió en la superficie informativa, pues se cita en seis de las piezas analizadas: «Pillados: neonazis contra gais» (columna de Nacho Corredor publicada el 24/12/2013), «Distintas visiones del Orgullo» (editorial publicado el 23/06/2014), «No pasarán» (tribuna de la vicepresidenta del Consell Nacional LGBTI, Joana López, publicada el 23/06/2014), «Homofobia, todavía» (carta al director de Jaume Urgell, publicada el 16/08/2014), «Una vacuna contra la LGTBfobia» (tribuna del presidente del Observatorio contra la Homofobia, Eugeni Rodríguez, publicada el 03/10/2014) y «Cercos legal a la homofobia» (editorial publicado el 03/10/2014); mientras que solo dos de los artículos de opinión recogidos de *La Vanguardia* aluden a la iniciativa del Parlament. Ambos son, además, críticos con la norma: «Un proyecto de ley desenfocado» (tribuna a toda página firmada por siete nombres, todos ligados al conservadurismo político catalán, y publicada el 08/12/2013) y «La ley '1984'» (columna de Josep Miró i Ardèvol, publicada el 08/07/2014).

GRÁFICO 9. Orientación de las mediaciones identificadas en el discurso de opinión



Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Una vez expuestos los datos, es preciso retomar las hipótesis iniciales para determinar si los resultados obtenidos permiten o no corroborarlas. La primera de ellas, que preveía que, en sintonía con las fuerzas políticas impulsoras de la ley, *El Periódico* abordaría con más frecuencia que *La Vanguardia* la homofobia como una realidad presente, y de manera notable, en el territorio catalán, queda confirmada por los datos. Como se ha comprobado, esta preferencia en la presentación del fenómeno es común tanto en el discurso informativo-interpretativo como en los artículos de opinión de la cabecera del Grupo Zeta, que fortalece el vínculo entre este tipo de violencia y el territorio catalán, enmarcando la mayor parte de la cobertura sobre esa discriminación en el ámbito autonómico. De este modo, *El Periódico* habría favorecido una representación de la homofobia como un fenómeno presente en Cataluña y, por tanto, como un asunto de interés público tanto para la ciudadanía de esta comunidad como para sus representantes.

La segunda hipótesis, que indicaba que los distintos modelos que encarnan las cabeceras examinadas haría prever una cobertura más interpretativa en el caso de *La Vanguardia* y más próxima al periodismo de sucesos en el caso de *El Periódico*, se confirma parcialmente. Por un lado, se ha comprobado que *La Vanguardia* aborda con más frecuencia la exposición de las causas que pueden generar la homofobia, lo que coincide también con un mayor número de piezas de reportaje, género periodístico que facilita esta perspectiva explicativa de la realidad. Asimismo, pese a que también se ha podido verificar que *La Vanguardia* establece más a menudo que *El Periódico* un relato de la homofobia como fenómeno estructural, ambos diarios destacan por privilegiar en su cobertura la manifestación verbal/psicológica de esta violencia. De igual modo, no se han hallado diferencias significativas entre ambas cabeceras a la hora de ubicar esta violencia en ámbitos específicos (más políticos –como ocurre la mayoría de las veces– o más sociales).

En tercer lugar, es posible señalar que los datos obtenidos permiten confirmar la hipótesis según la cual *El Periódico* promovería la iniciativa legislativa mediante una mayor visibilidad en sus contenidos informativos y también a través de una mayor exposición de propuestas y medidas que sería preciso tomar para luchar contra la homofobia desde sus artículos de opinión. Asimismo, la presencia de la ley en los contenidos de opinión de esta cabecera ha estado acompañada de una aproximación favorable a la puesta en marcha de la norma, a diferencia de lo ocurrido en *La Vanguardia*, que ha cedido sus espacios de opinión a voces contrarias a la aprobación de la nueva ley.

La última de las hipótesis no queda, sin embargo, confirmada, al comprobarse que la mediación del ambiente social al ambiente social es mayoritaria en *El Periódico*. No obstante, el porcentaje de las mediaciones dirigidas al sistema político supera al que obtenemos del análisis del diario *La Vanguardia*, que en cualquier caso privilegia esta dirección en su

acción persuasiva. Este hecho resulta coherente con el modelo periodístico (de referencia/popular) de cada una de las cabeceras, que las sitúa como interlocutores bien de la clase política (*La Vanguardia*), bien de la sociedad civil (*El Periódico*).

En definitiva, podemos concluir que el relato de *La Vanguardia* y *El Periódico* sobre homofobia en los meses previos a la aprobación de la ley catalana para su erradicación difiere en aspectos importantes, pues mientras el primero pone el acento en su exposición en una perspectiva internacional (destacando, notablemente, como parte de la realidad de Rusia o Francia), *El Periódico* opta por representarla como un problema claramente presente en la sociedad catalana, por lo que decide dedicar mayor cobertura a la ley que se está gestando en el Parlament y también proponer medidas para combatir esta violencia desde las páginas de opinión. En este caso, la correspondencia entre agenda mediática y agenda parlamentaria quedó pues determinada por la línea editorial y la posición ideológica de los actores de uno y otro ámbito.

Resulta oportuno reproducir este tipo de análisis en futuros estudios con el objetivo de ampliar el examen del discurso periodístico ante esta violencia a medios de otros ámbitos geográficos, que permitan establecer comparaciones con el presente trabajo, y a otros lenguajes, particularmente la narración audiovisual. Asimismo, es preciso el desarrollo de investigaciones centradas particularmente en la cobertura informativa que reciben discriminaciones específicas como resultado de la lesbofobia, la bifobia y la transfobia, con el propósito de poder identificar posibles contrastes en el modo en que son relatadas unas y otras violencias ligadas a la heterodoxia sexual.

6. REFERENCIAS

- Adams, T.E. (2013). Frames of Homosexuality: Comparing Los Angeles Times' Coverage of California's Proposition 6 (1978) and Proposition 8 (2008). *Sexuality & Culture*, 17, 213-228. doi: 10.1007/s12119-012-9145-2
- Albertini, P. (2012). Medios de comunicación. En L. Tin (Dir.), *Diccionario Akal de la homofobia* (pp. 338-344). Madrid: Ediciones Akal.
- Alfeo Álvarez, J.C. (2002). Evolución de la temática en torno a la homosexualidad en los largometrajes españoles. *Dossiers Feministes. Masculinitats, mites de/construccions i mascarades*, 6, 143-159.
- Aliaga, J.V. y Cortés, J.M.G. (1997). *Identidad y diferencia: sobre la cultura gay en España*. Barcelona: Editorial Egales.
- Alonso Muñoz, L. (2014). El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña. *Sphera Publica*, 14(2), 104-126.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1984). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blumer, H. (1971). Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*, 18(3), 298-306. doi: 10.2307/799797.
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calvo, K. (2010). Movimientos sociales y reconocimiento de derechos civiles: la legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo en España. *Revista de Estudios Políticos*, 147, 137-167.
- Caraballo, P. (2011). Los gays ante el heterosexismo mediático-cultural en Venezuela: abdicación, sujeción y subversión. En C. Colina (Coord.), *Arcoíris mediático: comunicación, género y disidencia sexual* (pp. 127-148). Madrid: Editorial Fragua.
- Carratalá, A. (2016). Press coverage of same-sex domestic violence cases in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 40-65. doi: 10.4185/RLCS-2016-1083en.
- Carratalá, A. (2011). La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2, 155-172.
- Casero Ripollés, A. (2002). Diarios gratuitos: la calidad informativa en tela de juicio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 50. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina50mayo/5011casero.htm>

Chomsky, D. y Barclay, S. (2013). The Editor, the Publisher, and His Mother: The Representation of Lesbian and Gays in the New York Times. *Journal of Homosexuality*, 60, 1389-1408. doi: 10.1080/00918369.2013.819196.

Cobb, R., Ross, J.K. y Ross, M.H. (1976). Agenda Building as a Comparative Political Process. *The American Political Science Review*, 70(1), 126-138. doi: 10.2307/1960328.

Colina, C. (2011). Medicaciones, género y disidencia sexual. En C. Colina (Coord.), *Arcoíris mediático: comunicación, género y disidencia sexual* (pp. 149-189). Madrid: Editorial Fragua.

Coll-Planas, G. (2010). *La voluntad y el deseo: la construcción social del género y la sexualidad: el caso de lesbianas, gays y trans*. Barcelona: Editorial Egales.

Coll-Planas, G. y Cruells, M. (2013). La puesta en práctica de la interseccionalidad política: el caso de las políticas LGTB en Cataluña. *Revista Española de Ciencia Política*, 31, 153-172.

Davis, T.J. (2008). Homophobia and Media Representations of Gay, Lesbian, Bisexual, and Transgender People. En C.M. Renzetti y J.L. Edleson (Eds.), *Encyclopedia of Interpersonal Violence* (pp. 338-339). Thousand Oaks, CA: Sage.

De Jong, M.J.W. (2006). From Invisibility to Subversion: Lesbian and Gay Representation in the U.S. News Media during the 1950s. En L. Castañeda y S. Campbell (Eds.), *News and Sexuality: Media Portraits of Diversity* (pp. 37-52). Thousand Oaks, CA: Sage.

Downs, A. (1972). Up and Down with Ecology: The "Issue-Attention Cycle". *Public interest*, 28(1), 38-50.

Fagoaga, C. (1994). Comunicando violencia contra las mujeres. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1, 67-90. doi: 10.5209/rev_ESMP.1994.n1.13989.

Fejes, F. y Petrich, K. (1993). Invisibility, Homophobia and Heterosexism: Lesbians, Gays and the Media. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(4), 396-422. doi: 10.1080/15295039309366878.

Fritz, N.J. y Altheide, D.L. (1987). The Mass Media and the Social Construction of the Missing Children Problem. *The Sociological Quarterly*, 28(4), 473-492. doi: 10.1111/j.1533-8525.1987.tb00307.x.

Gomis, Ll. (1974). *El medio media: la función política de la prensa*. Madrid: Seminarios y Ediciones.

- González de Garay, B. y Alfeo Álvarez, J.C. (2017). Formas de representación de la homosexualidad en el cine y la televisión españoles durante el Franquismo. *Revista L'Atalante*, 23, 63-78.
- Gran Enciclopedia Catalana (2016a). *La Vanguardia*. Recuperado de: <http://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0069542.xml>
- Gran Enciclopedia Catalana (2016b). *El Periódico de Catalunya*. Recuperado de: <http://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0050353.xml>
- Green-Pedersen, C. y Stubager, R. (2010). The Political Conditionality of Mass Media Influence: When Do Parties Follow Mass Media Attention? *British Journal of Political Science*, 40, 663-677. doi: 10.1017/S000712341000003.
- Harrison, J. (2008). News. En B. Franklin (Ed.), *Pulling Newspapers Apart: Analysing Print Journalism* (pp. 37-45). London: Routledge.
- Hilgartner, S. y Bosk, C.L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53-78. doi: 10.1086/228951.
- Hughson, J. y Free, M. (2011). Football's 'Coming Out': Soccer and Homophobia in England's Tabloid Press. *Media International Australia*, 140, 117-125. doi: 10.1177/1329878X1114000115.
- Johnson-Cartee, K.S. (2005). *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.
- Martínez, R. (2016). *La cultura de la homofobia y cómo acabar con ella*. Barcelona: Editorial Egales.
- McNair, B. (1998). *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- Ministerio del Interior (2014). *Informe sobre incidentes relacionados con los delitos de odio en España*. Madrid: Ministerio del Interior. Recuperado de: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/1643559/Estudio+Incidentes+Delitos+de+Odio+2014.pdf>
- Ministerio del Interior (2013). *Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España*. Madrid: Ministerio del Interior. Recuperado de: <http://www.empleo.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/Informe2013DelitosOdio.pdf>
- Monferrer Tomàs, J.M. (2010). *Identidad y cambio social: transformaciones promovidas por el movimiento gay/lesbiano en España*. Barcelona: Editorial Egales.

Ortega, F. (2011). *La política mediatizada*. Madrid: Alianza.

Ott, B.L. y Aoki, E. (2002). The Politics of Negotiating Public Tragedy: Media Framing of the Matthew Shepard Murder. *Rhetoric & Public Affairs*, 5(3), 483-505. doi: 10.1353/rap.2002.0060.

Perrin, C., Roca i Escoda, M. y Parini, L. (2012). La notion d'homophobie, ses usages et son rapport au féminisme. *Nouvelles Questions Féministes*, 31, 4-11. doi: 10.3917/nqf.311.0004.

Richardson, J.E. (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.

Santamaría Suárez, L. y Casals Carro, M.J. (2000). *La opinión periodística: argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.

Starkey, G. (2007). *Balance and Bias in Journalism: Representation, Regulation and Democracy*. New York: Palgrave Macmillan.

Tin, L.-G. (2012). Introducción. En L. Tin (Dir.), *Diccionario Akal de la homofobia* (pp. 9-15). Madrid: Ediciones Akal.

Vliegenthart, R., Walgrave, S. y Zicha, B. (2013). How preferences, information and institutions interactively drive agenda-setting: Questions in the Belgian parliament, 1993-2000. *European Journal of Political Research*, 52, 390-418. doi: 10.1111/j.1475-6765.2012.02070.x.

Walgrave, S. y Van Aelst, P.V. (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory. *Journal of Communication*, 56, 88-109. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00005.x.

Wondemaghen, M. (2014). Media construction of a school shooting as a social problem. *Journalism*, 15(6), 696-712. doi: 10.1177/1464884913496498.