

**LLYC IDEAS**

EXPLORAR. INSPIRAR.



**INFORME**

**DISCURSO DE  
ODIO Y ORGULLO  
LGTBIQ+ EN LA  
CONVERSACIÓN  
DIGITAL**

Junio 2023

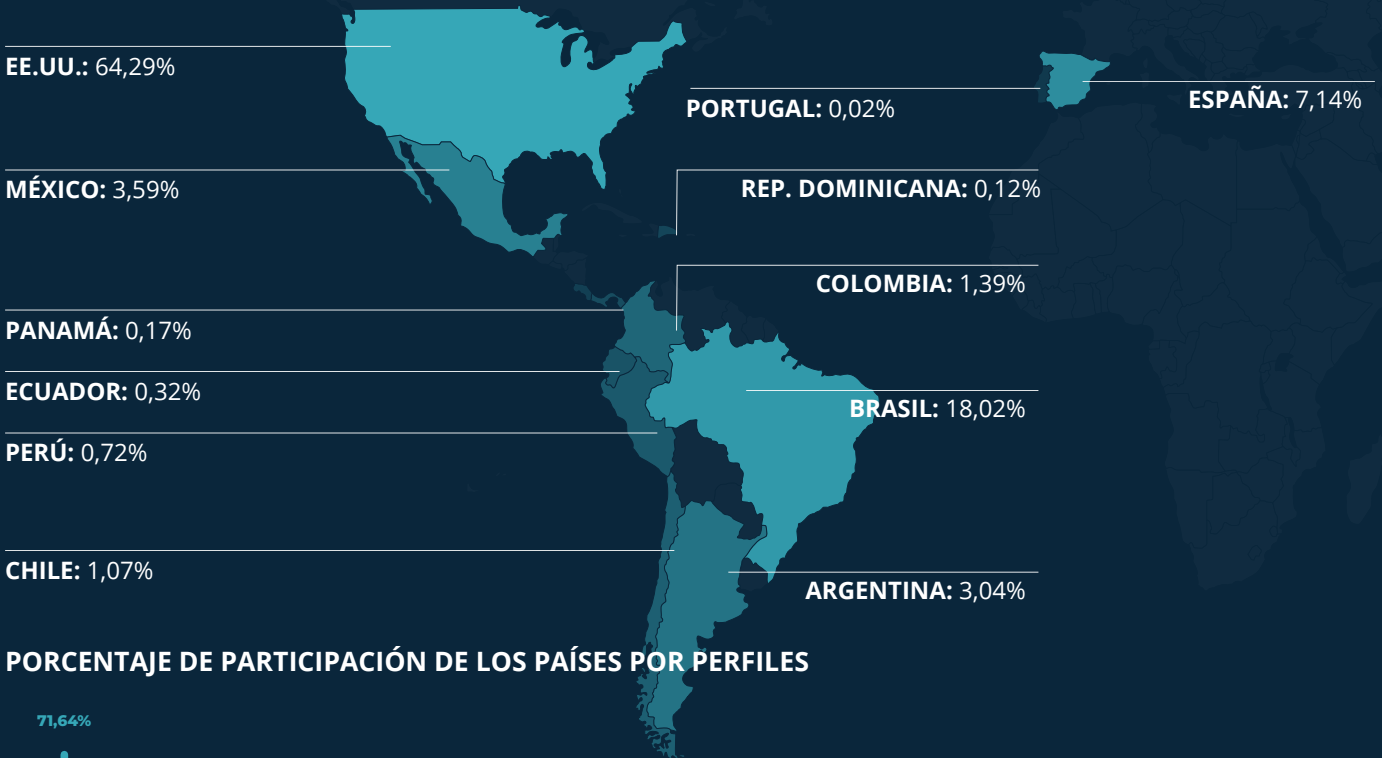
## INTRODUCCIÓN

El presente informe analiza cómo se ha desarrollado en los últimos cuatro años la conversación sobre la diversidad LGTBQ+ en 11 países de América (Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Ecuador, Panamá y República Dominicana) y dos de Europa (España y Portugal). El análisis profundiza en las diferentes comunidades que protagonizan esta conversación, y pone un especial foco en analizar si el discurso de odio

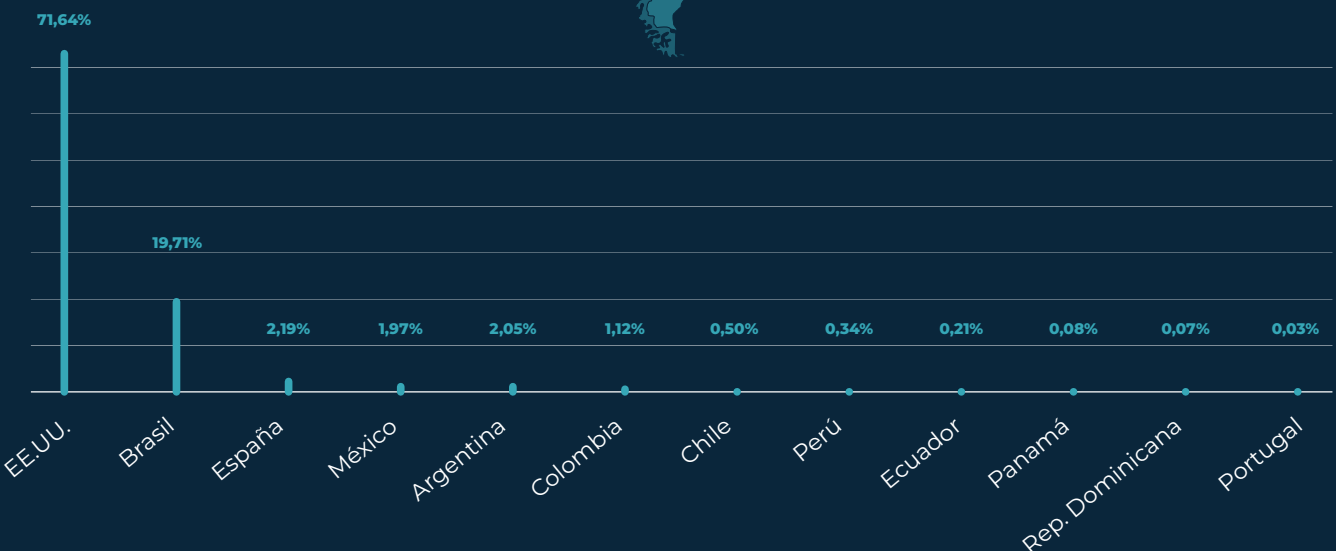
contra el colectivo, impulsado por parte de comunidades detractoras, está evolucionando y cómo, en este contexto, se comporta el discurso de apoyo al mismo.

Hablamos de una conversación global de más de 169 millones de mensajes, generados por casi 36M de perfiles, en la que Estados Unidos, Brasil, España, México y Argentina lideran tanto en el volumen de menciones como en el número de perfiles implicados. En concreto, tan sólo Estados Unidos y Brasil juntos representan el 91% del total de perfiles protagonistas en la conversación.

### PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES POR MENSAJES



### PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES POR PERFILES



## EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN GLOBAL

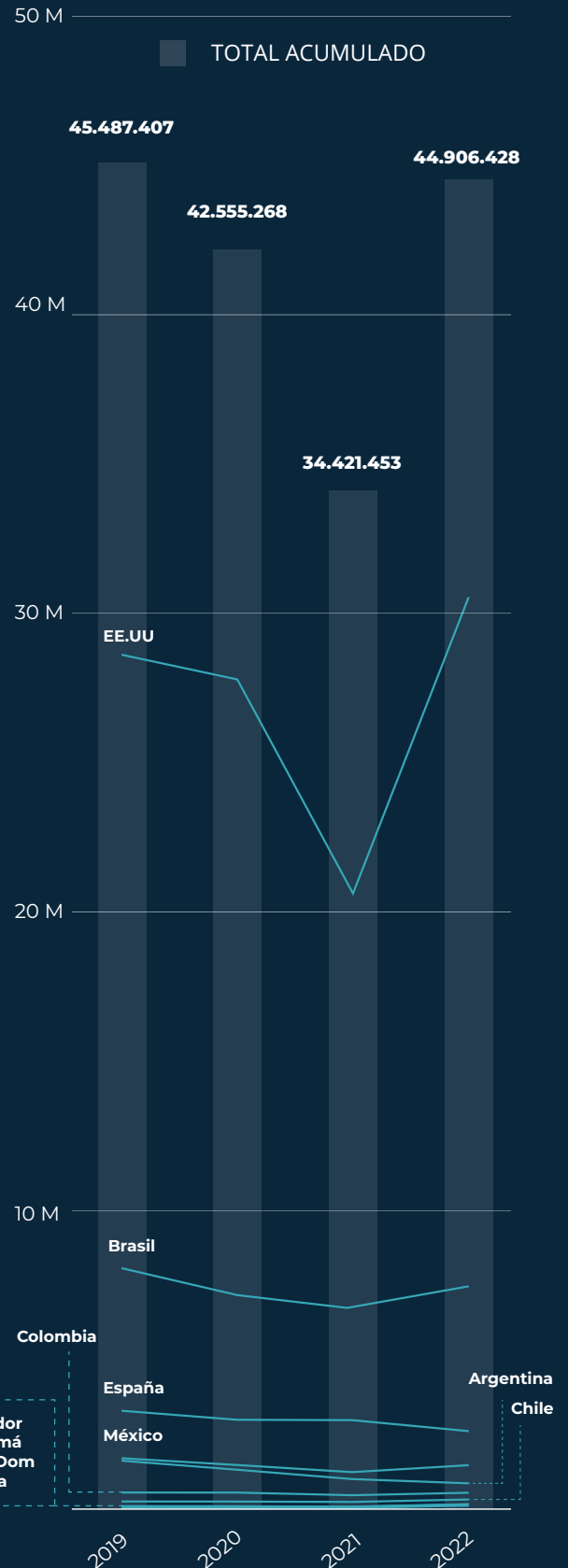
El total de la conversación en los países analizados tiende a mantenerse en el entorno de los 45 millones de mensajes anuales. La excepción son 2020 y 2021, en los que parte de la disminución puede atribuirse a que en muchos mercados no se celebraran los desfiles del Pride a causa de las restricciones vinculadas al COVID. En general, los volúmenes totales de conversación no han sufrido grandes cambios. Sin embargo, un análisis mercado a mercado nos permite concluir que:

- Los países cuyo porcentaje de mención aumentó en el periodo 2019-2022 fueron Estados Unidos (7%), Chile (13,3%), República Dominicana (12,2%) y Perú (19,7%).
- El porcentaje de menciones de la mayoría del resto de países disminuyó notablemente. Entre ellos tenemos a Argentina (45,3%), Panamá (44,8%) y Ecuador (29,9%).
- Tanto en Brasil como en España (grandes protagonistas en el total de la conversación) se ha mantenido el volumen, con una leve tendencia a la baja.

## ¿CÓMO LO HEMOS ANALIZADO?

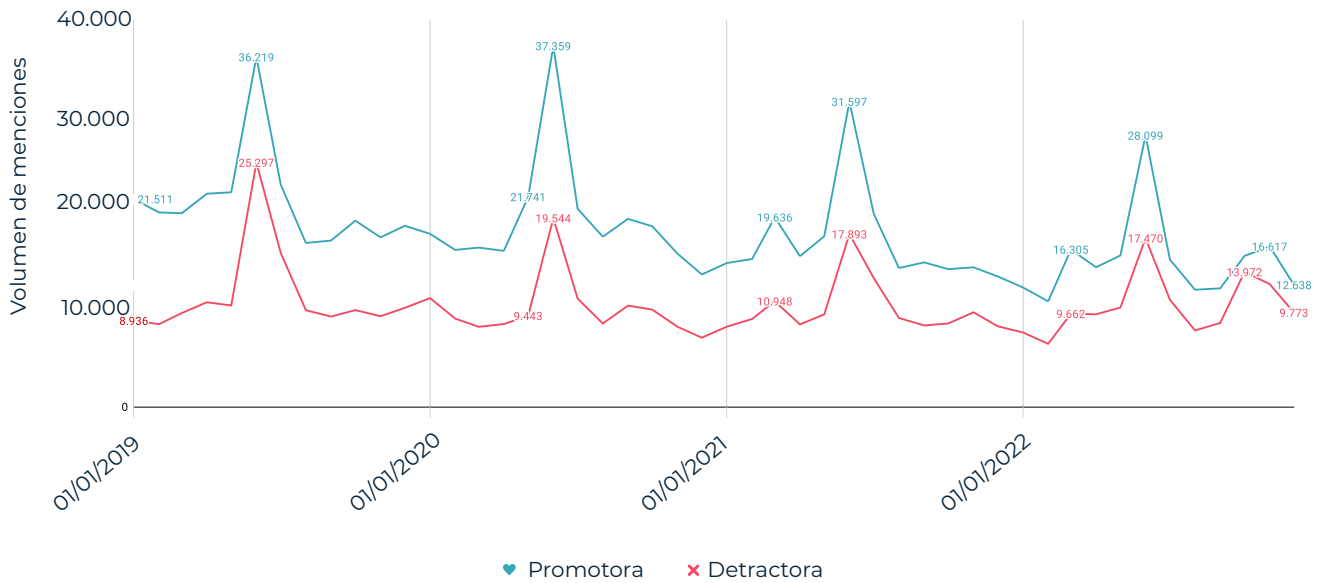
Desde LLYC buscamos con este estudio entender mejor cómo se comportaron en los últimos años los discursos de odio y de apoyo hacia el colectivo LGTBQ+. En primer lugar, nos interesaba comprender el volumen de mensajes y perfiles en cada uno de los países que estudiamos, en segundo lugar identificar los colectivos promotores y detractores y, finalmente, agruparlos y adentrarnos en las narrativas propias de cada agrupación.

Para conseguirlo analizamos más de 169M de mensajes generados por casi 36M de perfiles. Mediante *queries* booleanas de *keywords*, extrajimos la conversación asociada al colectivo LGTBQ+ en la red social Twitter y, mediante técnicas de inteligencia artificial y modelos de clusterización, agrupamos las comunidades promotoras y detractoras de cada país. Para poder identificar la tendencia agrupamos las comunidades identificadas y comparamos su comportamiento en los últimos 4 años. Finalmente, nos adentramos en las narrativas de mayor volumen y alcance para entender mediante qué mensajes se ataca al colectivo LGTBQ+.



ANÁLISIS GLOBAL

# EL DISCURSO DEL ODIO GANA TERRENO AL DEL ORGULLO



Como hemos afirmado, los totales globales de la conversación no sufren grandes cambios. Lo que sí lo hace drásticamente en los últimos años es el reparto entre el volumen de los mensajes de las conversaciones promotoras y las detractoras.

En concreto, se observa una significativa disminución en el volumen de mensajes de la conversación de la comunidad promotora. Este decreció de 21.511 mensajes en 2019 a 12.638 en 2022, lo que representa una disminución del 41,25%. Por otro lado, el volumen de mensajes de la conversación de la comunidad detractora, que es la que impulsa los discursos de odio contra el colectivo, ha aumentado, pasando de 8.936 perfiles en 2019 a 9.773 en 2022, lo que equivale a un aumento del 9,37%.

Esto, a su vez, provoca una clara disminución de la brecha entre el volumen de mensajes de ambas. En 2019 estaba en 12.575 a favor de las comunidades promotoras, y a finales de 2022 se reducía a tan sólo 2.865 mensajes. Cabe resaltar que, si bien durante

los cuatro años del periodo analizado la comunidad detractora no superó en número de mensajes a la comunidad promotora, estos datos añaden una nueva dimensión al ya comentado crecimiento del fenómeno de la LGTBIQ+fobia en las redes sociales.

Otros estudios internacionales de corte cuantitativo clásico ya habían llamado la atención sobre el odio que sufren las personas LGTBIQ+ en las redes. Es el caso del realizado en 2020 en el marco del proyecto Speak Out, que señalaba que el 70% de las personas LGTBIQ+ habían sido víctimas de diferentes niveles de ataques en las redes<sup>1</sup>. O el del informe Annual Digital Youth Index, según el cual las personas jóvenes LGTBIQ+ tienen el doble de probabilidad de experimentar discurso de odio online<sup>2</sup>.

Los datos que ahora presentamos añaden una nueva dimensión: la retracción del propio colectivo y, en especial, de sus aliados a la hora de emitir mensajes de apoyo o celebración en un contexto de polarización creciente en el que, sin embargo, la conversación

<sup>1</sup><https://felgtbi.org/blog/2020/10/29/casi-el-70-de-las-personas-lgtbi-han-sufrido-lgtbfobia-a-traves-de-las-redes-sociales-felgtb-anima-a-denunciar-los-delitos-de-odio/>

<sup>2</sup><https://www.theguardian.com/society/2022/oct/17/young-lgbtq-people-more-than-twice-as-likely-to-experience-hate-speech-online>

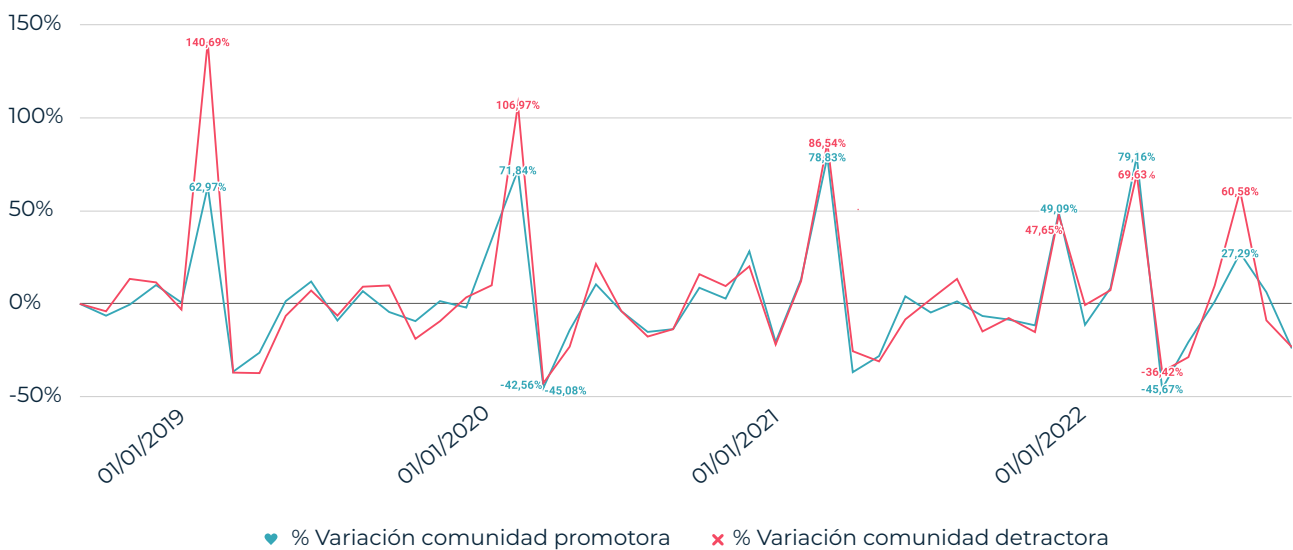
detractora no sólo se mantiene, sino que aumenta. En este sentido, podríamos hablar de una vuelta al armario de la conversación positiva sobre el colectivo.

Ante estos datos, surge también la cuestión de la responsabilidad de las propias redes a la hora de garantizar un mayor espacio de seguridad para los usuarios. Cobran también importancia proyectos como el GLAAD Social Media Safety Index (SMSI)<sup>3</sup>, que ofrece recomendaciones para la industria de las redes sociales sobre cómo abordar la protección de las comunidades LGTBQ+. Algo particularmente relevante si tenemos en cuenta las posibles consecuencias de esta situación. Como explica el relator especial sobre cuestiones de las minorías para Naciones Unidas, el doctor Fernand de Varennes, “muy a menudo, al crecimiento del odio digital le siguen delitos de odio y violencia (...) Este discurso puede allanar fácilmente el camino para la deshumanización y el uso de las minorías como chivos expiatorios, además de para normalizar el odio<sup>4</sup>”.



Discurso de Odio y Orgullo LGTBQ+ en la conversación digital

**EVOLUCIÓN DEL CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DE MENSAJES DE LA CONVERSACIÓN PROMOTORA Y DETRACTORA:**



<sup>3</sup> <https://smsi-2022.glaad.org/>

<sup>4</sup> <https://www.ohchr.org/es/stories/2021/03/report-online-hate-increasing-against-minorities-says-expert>

El crecimiento de la conversación detractora se puede rastrear también de una manera significativa en los meses de los periodos analizados asociados a la celebración del Pride. Aunque las comunidades promotoras, impulsadas también por la participación de las marcas en la conversación, sigan dominando, se observa que el crecimiento porcentual del volumen de mensajes es mayor en la comunidad detractora que en la promotora.

En junio de 2019, el volumen de mensajes de la comunidad detractora creció un 140%. Mientras tanto, el volumen de mensajes de la comunidad promotora creció sólo un 62% respecto al mes anterior.

En junio de 2020, los mensajes detractores aumentaron en 10.101 (106,9% respecto al mes anterior) y los mensajes promotores aumentaron en 15.618 (71,84% respecto al mes anterior).

En junio de 2021, el crecimiento de los mensajes provenientes de la comunidad detractora fue de 8.301 mensajes (86,54% respecto al mes anterior) y los mensajes promotores aumentaron en 13.928 (78,83% respecto al mes anterior).

Sólo en junio de 2022, el aumento de los mensajes promotores (79,16% respecto al mes anterior) superó al de los detractores (69,63% respecto al mes anterior).

**“En concreto, se observa una significativa disminución en el volumen de mensajes de la conversación de la comunidad promotora. Este decreció de 21.511 mensajes en 2019 a 12.638 en 2022, lo que representa una disminución del 41,25%”**

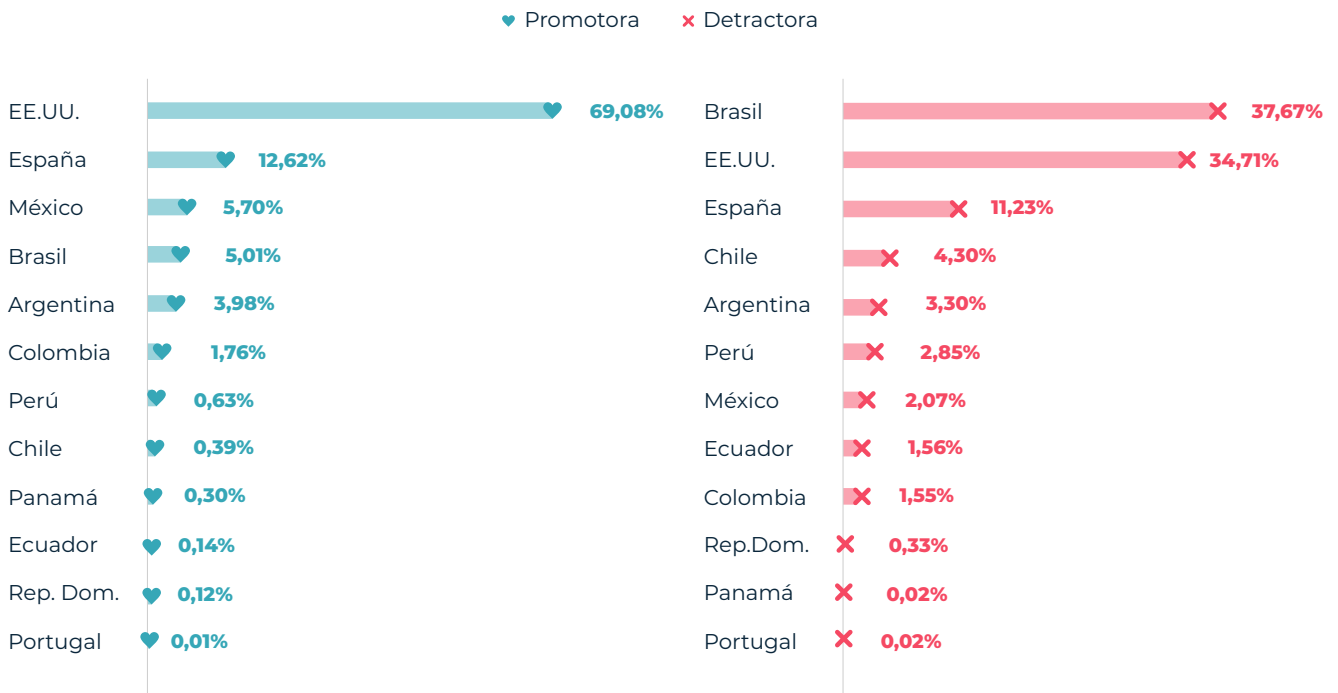


## LAS PRINCIPALES NARRATIVAS Y EL REPARTO POR PAÍSES

Si nos fijamos en las líneas de conversación, las principales narrativas promotoras detectadas en el periodo analizado tienen que ver con el apoyo del presidente Biden al colectivo LGTBQ+ (el impacto de EE.UU. en el volumen total impulsa esta narrativa), con el apoyo a la comunidad trans, la celebración del Pride en todo el mundo, la promoción del respeto sobre las decisiones relativas a la identidad de género y el reclamo de la colocación de la bandera arcoiris en instituciones clave.

Por el contrario, las narrativas detractoras que tienen más éxito son las que se refieren a la aversión o el odio a la comunidad LGTBQ+, las acusaciones sobre la denominada ideología de género, las críticas a supuestos privilegios del colectivo y a la adopción por parte de parejas LGTBQ+.

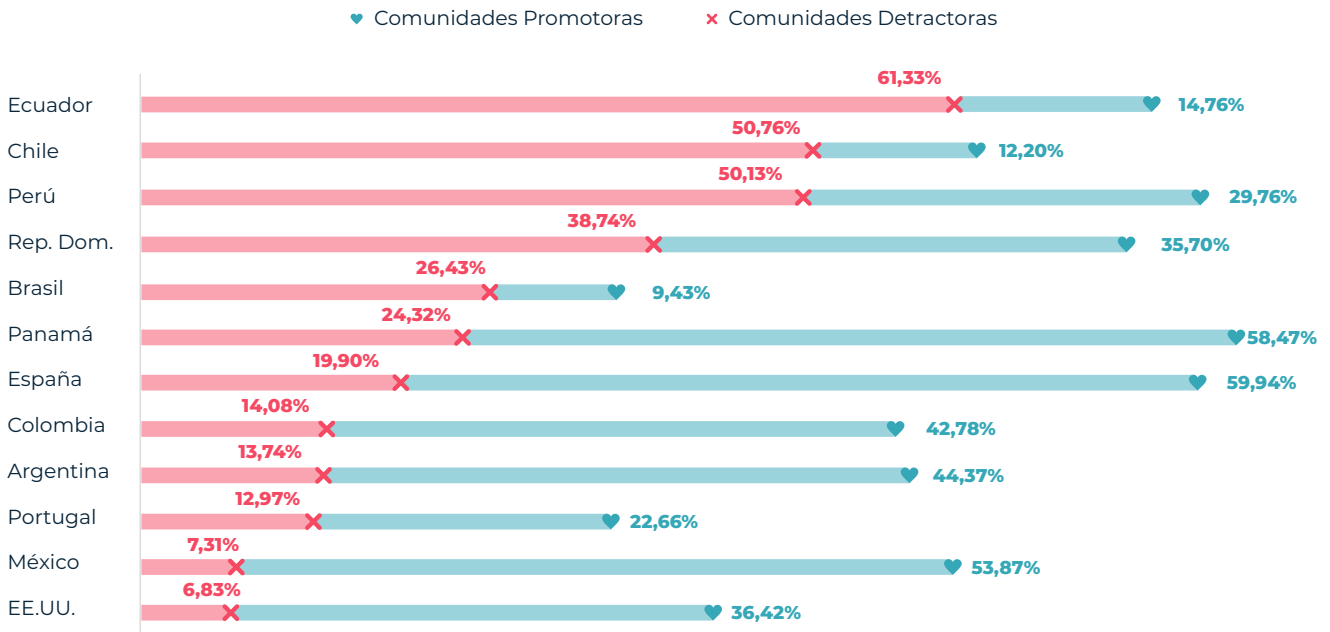
Si lo analizamos por países, la mayoría de los mensajes promotores provienen de Estados Unidos (69,08%) en términos de volumen de la población promotora. A continuación, los países que más volumen aportan a la conversación promotora global son España (12,62%) y México (5,70%). En cuanto a la detractora, lidera Brasil (37,67%), seguido de Estados Unidos (34,71%) y España (11,23%).



Es igualmente importante examinar estas cifras teniendo en cuenta las fuerzas opuestas en cada país, centrándonos únicamente en la proporción relativa (% de la comunidad que promueve y de la comunidad que se opone).



**PROPORCIÓN DE COMUNIDAD PROMOTORA Y DETRACTORA POR PAÍS**



En ese caso, los países con mayor proporción de conversación detractora hacia el colectivo son Ecuador (61,33%), Chile (50,76%), República Dominicana (38,74%) y Brasil (26,43%).

En el espectro contrario, el de los países en los que domina la conversación promotora sobre la detractora, estarían Estados Unidos (36,42%), México (53,87%), Portugal (22,66%), Argentina (44,37%), Colombia (42,78%), España (59,94%) y Panamá (58,47%).

Estados Unidos y México también lideran el aporte de volumen a la conversación global, y debido a la prevalencia en ellos de la conversación promotora, aportan un alto porcentaje de conversación positiva.

En un ambiente de creciente polarización, que LLYC ya analizó en el informe [The Hidden Drug](#), el avance de corrientes conservadoras o ultraconservadoras hace que en la conversación centrada en el colectivo LGTBIQ+ no solo aumente la participación negativa o de odio, sino que sobre todo se retraiga la positiva. No sólo son preocupantes porcentajes de conversación detractora de más del 40% en algunos mercados (como Ecuador, Chile, Perú o, en el límite, República

Dominicana), sino que también es necesario prestar atención a aquellos en los que la conversación positiva no supera el rango del 25% (caso de Ecuador y Chile, pero también de Brasil o, en menor medida, de Portugal). En todos estos casos, y otros en los que la evolución es de decrecimiento de la conversación positiva, no solo es necesario pensar en medidas que puedan proteger al colectivo de los ataques a los que se ve sometido en las redes sociales, sino también en cómo impulsar historias positivas de impacto, tanto por parte de las comunidades LGTBIQ+ como de sus aliados, que impulsen la conversación promotora.

**“Es necesario pensar en medidas que puedan proteger al colectivo de los ataques a los que se ve sometido en las redes sociales”**

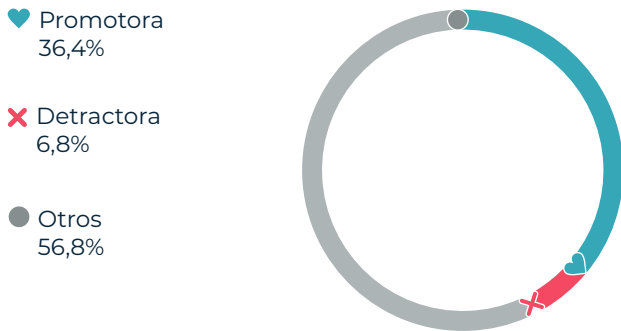


## ANÁLISIS POR PAÍSES



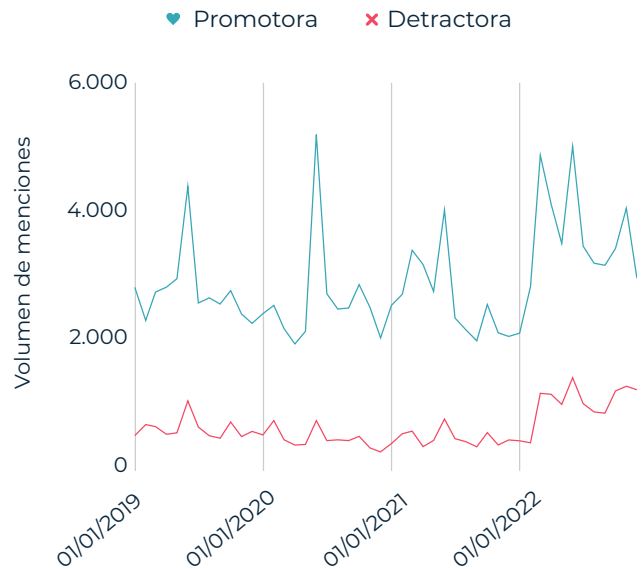
## ESTADOS UNIDOS

### PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



El número de miembros de la comunidad promotora aumentó un 5,01% y, en la detractora, un 129,25%. En el caso de la comunidad promotora, se registraron incrementos notables en los meses de junio. En general, a lo largo del periodo analizado, la comunidad promotora mantuvo un número mayor de miembros que la detractora.

### EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### ♥ PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Apoyo del presidente Joe Biden:** Los usuarios resaltan las acciones que el actual presidente de los EE.UU. lleva a cabo con los miembros de la comunidad LGTBQ+ como parte de su política de inclusión e igualdad. Según los usuarios, Joe Biden no solo pone en práctica la inclusión, sino que promulga leyes que favorecen a la comunidad.

**Apoyo a la comunidad trans negra:** Menciones a la recaudación de fondos y la obtención de apoyo ante una mayor discriminación por interseccionalidad.

### ✗ PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Críticas a la adopción:** Comentarios críticos con la adopción por parte de parejas LGTBQ+.

**Comentarios sobre la denominación “ideología de género”:** Críticas a la “ideología de género” para atacar a la comunidad y sus reivindicaciones de igualdad, con especial foco en la identidad de los menores trans.

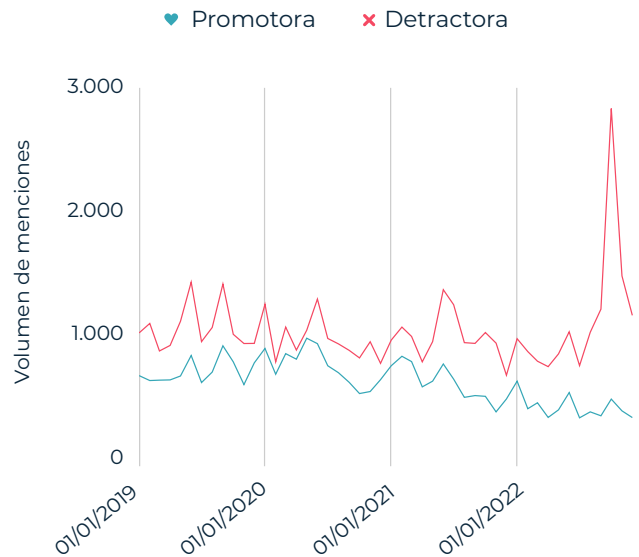
## BRASIL

### PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



Se registró una disminución del 46,24% en la comunidad promotora. Al mismo tiempo, la detractora experimentó un aumento del 13,16%. Además, hacia finales de 2022 se observó un incremento en la cantidad de miembros de la comunidad detractora.

### EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Marcha del Orgullo:** Menciones de celebración del mes del Orgullo. Reconocimiento a la marcha por el orgullo como un evento de “causa”, debido al impacto de conciencia que genera en la sociedad.

**Promoción del respeto a derechos:** Miembros de la comunidad LGTBQ+ defienden los derechos de los que gozan en el país, que les permiten formar una familia gracias al matrimonio y la adopción homoparental.

**Violencia en las cárceles:** Se publican comentarios de denuncia en los que se señala el sufrimiento de las mujeres trans en las cárceles, que son víctimas de discriminación y violencia.

**Sentimiento de esperanza con el nuevo gobierno:** En la comunidad gay existe un sentimiento de esperanza ante el rechazo del Gobierno de Jair Bolsonaro, que hizo comentarios homófobos, como “Tenemos que dejar de ser un país de maricas”. En la actualidad, la comunidad

gay en tiene la esperanza de que esta realidad mejore con el ingreso del nuevo presidente Lula da Silva.

### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

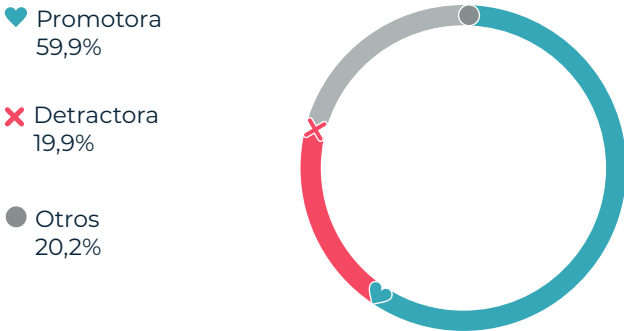
**Rechazo contra la adopción de niños por miembros LGTBQ+:** Se publican comentarios negativos contra la comunidad gay relacionados con la adopción de niños por parejas del mismo sexo. La religión católica y sus seguidores son los mayores opositores del tema.

**“Ideología de género”:** Comentarios de la oposición, principalmente afines al partido de Jair Bolsonaro, que promueven el uso del término “ideología de género” como ataque al colectivo y sus reivindicaciones.

**Críticas a supuestos “privilegios” de la comunidad LGTBQ+:** Acusaciones de trato de favor.

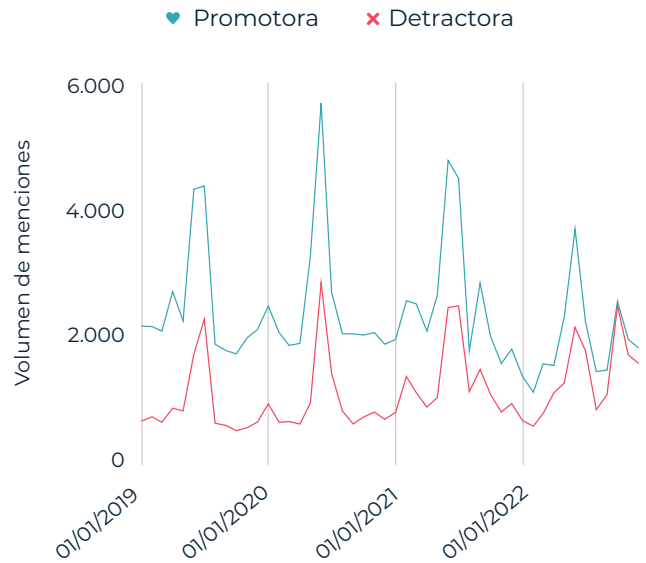
# ESPAÑA

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



La comunidad promotora cayó en un 15,85%. La detractora creció un 131,44%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Presencia de la bandera LGTBIQ+ en instituciones:** Conversaciones críticas con algunas instituciones españolas tras su decisión de no situar en lugares destacados la bandera arcoiris durante el mes del orgullo.

**Apoyo a la Ley Trans:** Numerosos usuarios celebran el desarrollo y la aprobación de la conocida como Ley Trans por lo que supone en crecimiento de derechos para uno de los sectores más desfavorecidos del colectivo. Es importante destacar que la misma temática con diferente enfoque, también genera conversación detractora.

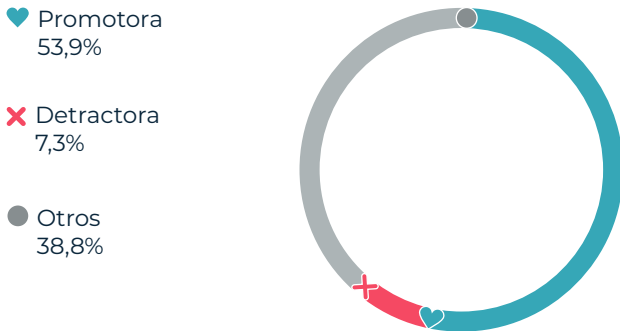
### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Mensajes de la Iglesia Católica:** Algunos usuarios comparten y propagan las ideas expresadas por el papa emérito Benedicto XVI, que mantuvo una postura inflexible en sus críticas hacia el matrimonio igualitario.

**Descuido del bienestar de la población:** Los usuarios expresan críticas al Gobierno por descuidar las subvenciones destinadas a campañas que benefician a todos los ciudadanos, como la salud oftalmológica. En este sentido, critican los beneficios y el presupuesto asignado a la ley trans, argumentando que solo beneficia a un sector reducido de la población.

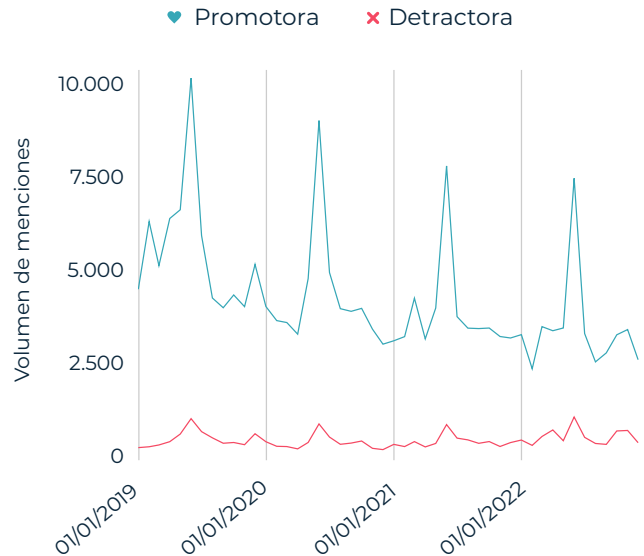
# MÉXICO

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



Durante el periodo analizado, la comunidad promotora cayó en un 41,18% y la detractora creció en un 38,77%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Promotores de derechos para la comunidad LGTBIQ+ y Marcha del Orgullo:** Se publican críticas hacia los discursos de odio, los medios y los promotores conservadores que normalizan este tipo de comportamiento. Se destaca la relevancia de las celebraciones por el Orgullo en CDMX y su impacto social.

**Avanzando hacia la inclusión y la igualdad:** Las personas de la comunidad LGTBIQ+ celebran el día en que la Organización Mundial de la Salud dejó de considerar a la homosexualidad como una enfermedad mental y promueven la eliminación de la patologización de la transexualidad. Asimismo, hay menciones acerca de los establecimientos exclusivos para atender a personas trans como parte de la cartera de proyectos del Estado.

**Promoción del respeto a la identidad de género:** Mensajes que promueven el respeto y la protección de las decisiones sobre la identidad de género.

**Respeto al amor en la comunidad LGTBIQ+:** Mensajes de apoyo a la comunidad LGTBIQ+ para que celebre y viva el amor de igual forma que una pareja heterosexual. Existen menciones de importantes marcas que promueven la aceptación del amor para todos.

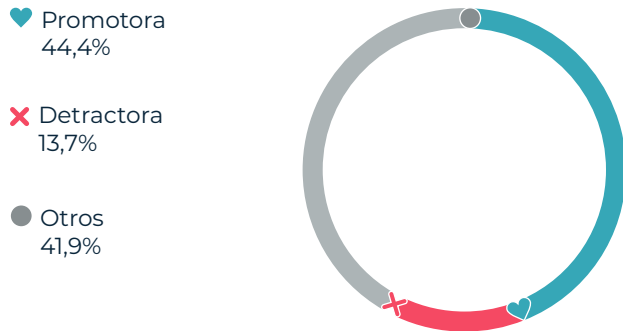
### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Normalización del odio contra miembros LGTBIQ+:** Se producen menciones que promueven la normalización de este odio.

**“Ideología de Género”:** Declaraciones contra el colectivo LGTBIQ+ por la supuesta imposición de lo que denominan “ideología de género”. Los críticos alegan que el gobierno prioriza esta temática, junto al activismo trans, en lugar de desarrollar políticas públicas para toda la población, y no solo para las minorías.

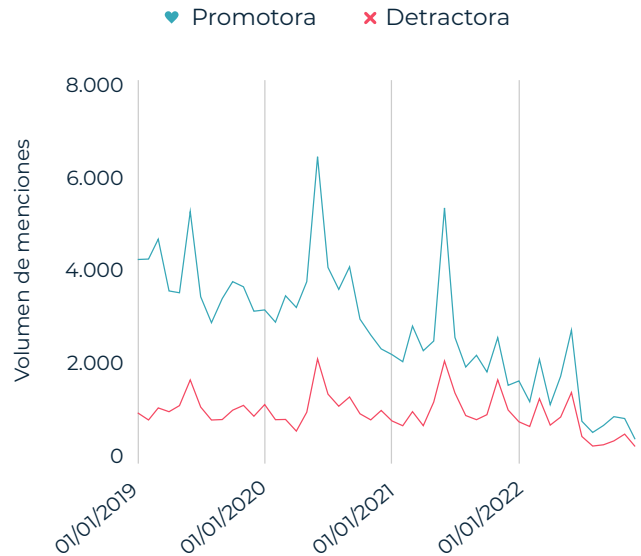
# ARGENTINA

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



La comunidad promotora disminuyó en el volumen de menciones un 88,03%. La comunidad detractora presentó un descenso del 66,10%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



## PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Promotores de derechos para la comunidad LGTBIQ+:** Comentarios acerca de las políticas públicas que promueven la inclusión y el respeto de la comunidad LGTBIQ+ en la sociedad. Asimismo, destacan las menciones sobre la integración de una mujer trans en el Ministerio de Género.

**Marcha del Orgullo:** Comentarios sobre la gran marcha por el Orgullo. Los usuarios reconocen la importancia de este evento para promover el respeto por la diversidad y la inclusión en la sociedad de los miembros de la comunidad LGTBIQ+. Y lo valoran como un espacio en el que dar a conocer las necesidades y los derechos exigidos.

**Respeto al amor en la comunidad LGTBIQ+:** Comentarios de celebración por los trece años de aprobación de la ley del Matrimonio Igualitario. Se reconoce el esfuerzo del estado argentino por promover otros derechos importantes, tales como

la adopción, la ley de Identidad de Género y la cuota trans laboral.

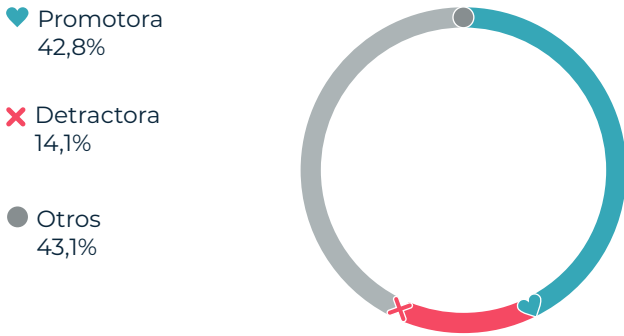
## PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Normalización del odio contra miembros LGTBIQ+:** Se evidencia una notable presencia de mensajes de odio y discriminación.

**“Ideología de género”:** Comentarios en contra de la comunidad LGTBIQ+ por la promoción de lo que los opositores llaman “Ideología de género”.

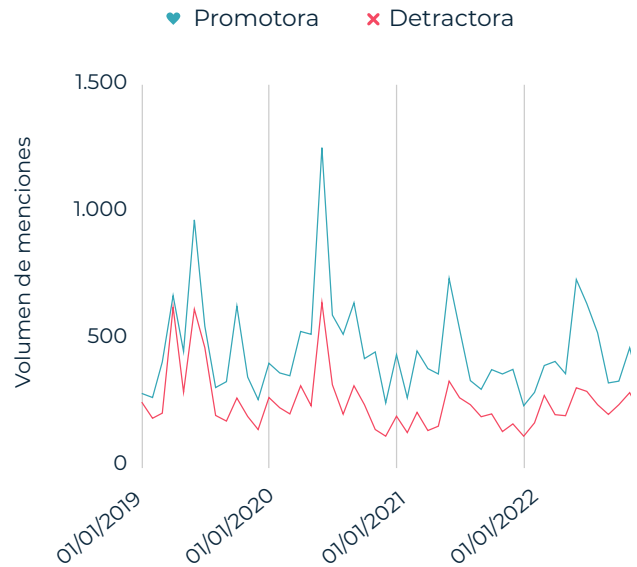
## COLOMBIA

### PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



La comunidad promotora creció en un 60,96%. La detractora, en un 14,34%.

### EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Lucha por la inclusión:** La lucha por la inclusión de las personas pertenecientes a la comunidad LGTBIQ+ cada vez toma más reconocimiento. Así lo deja en evidencia la inclusión de la comunidad gay en las Ferias de la Equidad. No solo recibió atención en salud, sino que formó parte del grupo de personas vulnerables que recibió subvenciones para desarrollar emprendimientos. A esta cruzada se suma la Estrategia de Ambientes Laborales Inclusivos (ALI), que busca la inserción laboral de las personas trans en los sectores público y privado.

**Día Internacional del Orgullo LGTBIQ+:** Esta celebración gana más territorio en Colombia. Se menciona que tiene por finalidad luchar y defender la libertad, así como los derechos humanos. Dentro de esta celebración, los *tweets* citan a otros países, tales como España y Argentina, como más desarrollados en materia de leyes antidiscriminatorias.

**Rechazo a los actos criminales dirigidos a la comunidad LGTBIQ+:** Dentro de la conversación resalta la indignación por crímenes homofóbicos y actos de violencia e intolerancia hacia las personas que integran la comunidad LGTBIQ+. Entre ellos, destaca el caso de Felipe Garzón, joven de 22 años que fue torturado, asesinado y envuelto en una bandera gay. Otras menciones a crímenes de odio son los casos de René Estrada y Mariana Jaramillo.

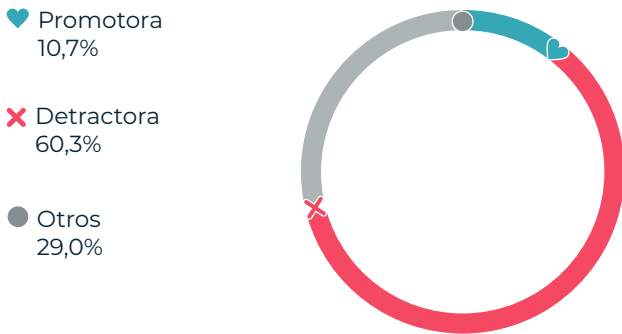
### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Odio hacia la bandera LGTBIQ+ :** Las acciones y menciones de los usuarios contra el izamiento de la bandera LGTBIQ+ son bastante frecuentes en Colombia. Se difunden videos e imágenes de personas bajando las banderas y destruyéndolas, a la par existen muchas menciones apoyando estas acciones.



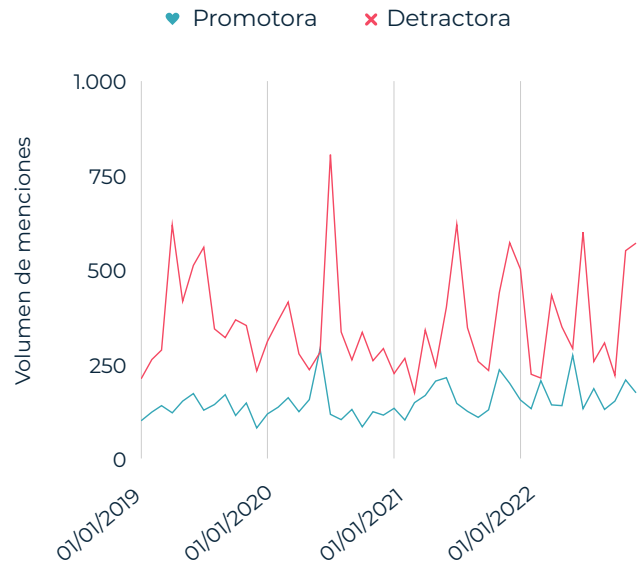
# CHILE

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



La comunidad promotora creció en un 41,46%. La detractora, en un 117,56%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



## PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

### Igualdad y respeto a la comunidad LGTBQ+:

La Asociación Trans OTD ( Organizando Trans Diversidades) celebra la resolución del Ministerio de Educación a favor del derecho a una educación libre y sin discriminación. Asimismo, existen otros comentarios a favor de la lucha por los derechos LGTBQ+ y en pro de la diversidad y la inclusión.

**El amor y las relaciones LGTBQ+:** Los usuarios demandan el reconocimiento del matrimonio homosexual, aseguran que este derecho no vulnera la institución del matrimonio y que todas las personas merecen celebrar la unión por amor.

**Salud mental y autoaceptación en la comunidad LGTBQ+:** Comentarios sobre la inversión y las políticas públicas a favor de la salud de la comunidad LGTBQ+ en países desarrollados como Reino Unido y EE.UU. Asimismo, diversos especialistas comparten información para desmitificar los estereotipos sobre los miembros de esta comunidad que, en muchas ocasiones, son impedimento para que las personas salgan del clóset.

**Crímenes en contra de personas trans:** Los

usuarios expresan su denuncia de múltiples crímenes perpetrados contra mujeres trans. En particular, se destaca el asesinato de la activista trans chilena Claudia Díaz Perez en Cartagena. En respuesta a estos acontecimientos, diversos colectivos, como Movilh, han emitido declaraciones en contra de los actos de odio.

## PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

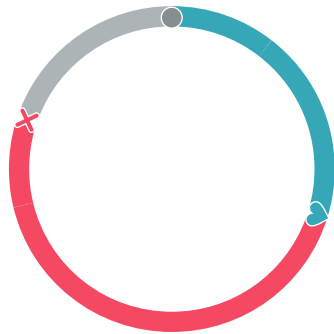
**Controversias con la candidatura de Felipe Kast:** Felipe Kast, senador y excandidato presidencial de Chile, fue captado en cámaras acompañado por una mujer trans. Debido a que el partido al que pertenece es percibido como opositor a los derechos de la comunidad LGTBQ+, las críticas a su persona no tardaron en aparecer. Según sus detractores, sus acciones contradicen la imagen de un "hombre cristiano y de familia".

**"Ideología de género":** Los mensajes muestran inconformidad por la inclusión de lo que se denomina como "ideología de género" en la currícula escolar y que se expande a otros ámbitos de la sociedad, tales como la industria del entretenimiento. Sobre lo último, los usuarios denuncian a Disney por incluir personajes

# PERÚ

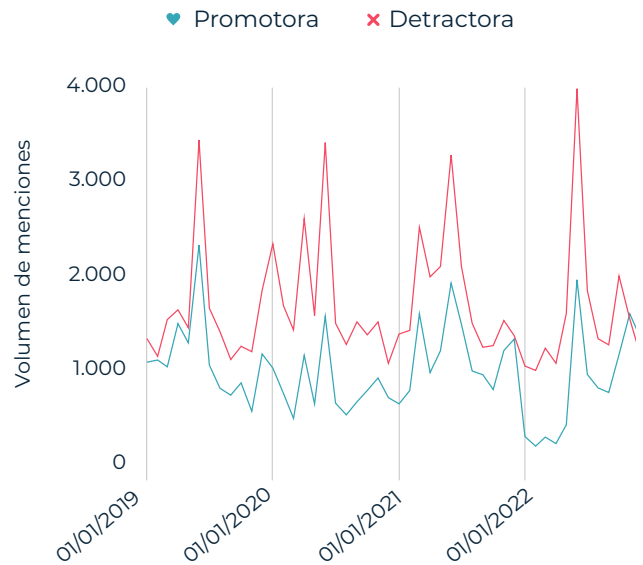
## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN

- ♥ Promotora 29,8%
- ✗ Detractora 50,1%
- Otros 20,1%



La comunidad promotora subió en un 21,10% y la detractora cayó en 11,08%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### ♥ PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Promotores de derechos para la comunidad LGTBIQ+:** Menciones que invitan a la población a ser conscientes de la necesidad de tener derechos que reconozcan la diversidad de la población, sin violencias ni discriminación. Asimismo, existe una participación del estado a través de la Defensoría del Pueblo, que vela por la protección de estos derechos.

**Marcha del Orgullo:** Los usuarios reconocen la importancia de este gran evento que trasciende la identidad de género a favor del reconocimiento y la promoción del respeto por la comunidad LGTBIQ+.

**Poca representatividad de la comunidad LGTBIQ+:** La comunidad LGTBIQ+ menciona que en el país aún prima una cultura de odio y señalan que no se sienten representados en el congreso. Un caso particular fue la negativa a participar como anfitriones en la OEA y la creación de un baño neutro para el evento.

### ✗ PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

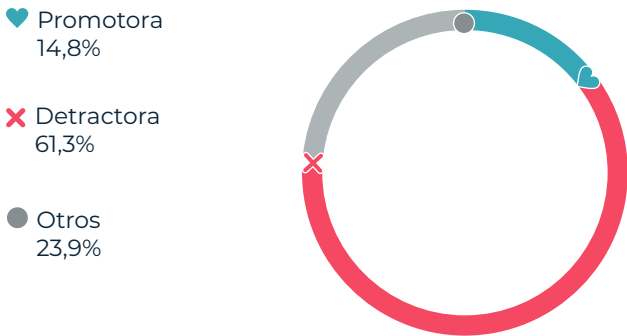
**Críticas y odio en respuesta a las demandas de derechos de la comunidad LGTBIQ+:** Hay usuarios que expresan críticas y responden con actitudes de odio hacia las demandas de derechos planteadas por la comunidad LGTBIQ+. Estas demandas incluyen el acceso equitativo a la justicia y a servicios de salud para todos los miembros de la comunidad.

**Menciones contra la denominada "ideología de género":** Comentarios de usuarios identificados como pertenecientes a la derecha que critican los movimientos "progresistas" a favor del aborto, el feminismo, la agenda LGTBIQ+ o lo que llaman "ideología de género".

**Oposición al matrimonio homosexual:** Discusiones ante la negativa del Congreso al matrimonio igualitario. Por otro lado, existen comentarios de índole religiosa contra este tipo de uniones y otros derechos que exige la comunidad LGTBIQ+.

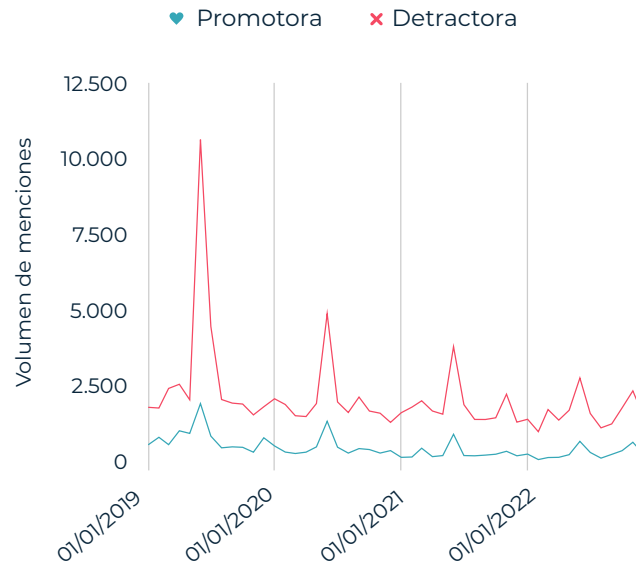
# ECUADOR

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



Durante el periodo analizado la comunidad promotora cayó un 34,78% y la detractora un 13,51%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Promotores de derechos para la comunidad LGTBIQ+:** Miembros de la comunidad LGTBIQ+ celebran el triunfo de Guillermo Lasso y el rechazo al correísmo por el compromiso del presidente electo con los derechos de la comunidad. Asimismo, existen menciones en contra del odio y la discriminación hacia los miembros de la comunidad LGTBIQ+.

**Marcha del Orgullo:** Organizadores y participantes de la marcha por el orgullo muestran su interés por desarrollar actividades en contra de la homofobia.

**Ley de identidad de género:** La conversación cuenta con la participación de testimonios que promocionan la aceptación de la identidad de género. Asimismo, existen algunas exigencias a la población opositora de que respete las inscripciones de género que se realizan en las cédulas de identidad de las personas trans.

**Rechazo a la homofobia y la transfobia:** Los usuarios presentan denuncias por despidos, discriminación y violencia dirigidos hacia trabajadores que forman parte de la comunidad LGTBIQ+. Se resaltan especialmente las agresiones sufridas por las personas trans, quienes,

según miembros de su propia comunidad, son víctimas de homicidios motivados por el odio hacia su identidad.

**Conflictos en temas de salud:** Los usuarios demandan el cese de la patologización de las personas trans y exigen la implementación de políticas públicas para abordar la problemática asociada a la automedicación hormonal de este colectivo.

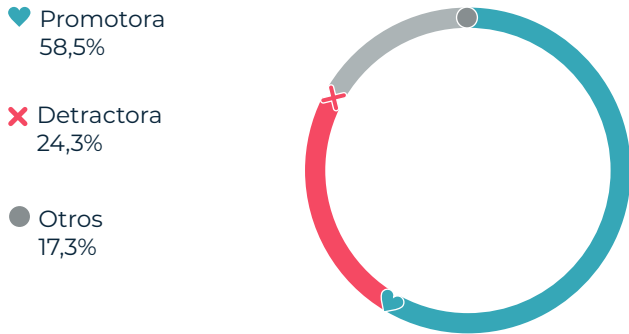
### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Comentarios sobre denominada "ideología de género":** Comentarios de personas en contra de los promotores de la ley a favor del aborto, el matrimonio igualitario y la educación de género. Asimismo, existen comentarios negativos acerca de la participación de mujeres trans en los deportes.

**Negativa al matrimonio y la planificación familiar LGTBIQ+:** Priman los comentarios en contra de la aprobación del matrimonio igualitario en Ecuador. Asimismo, destacan comentarios de odio que reprochan a los miembros de la comunidad por demandar otros derechos, tales como la adopción y la modificación de la currícula escolar.

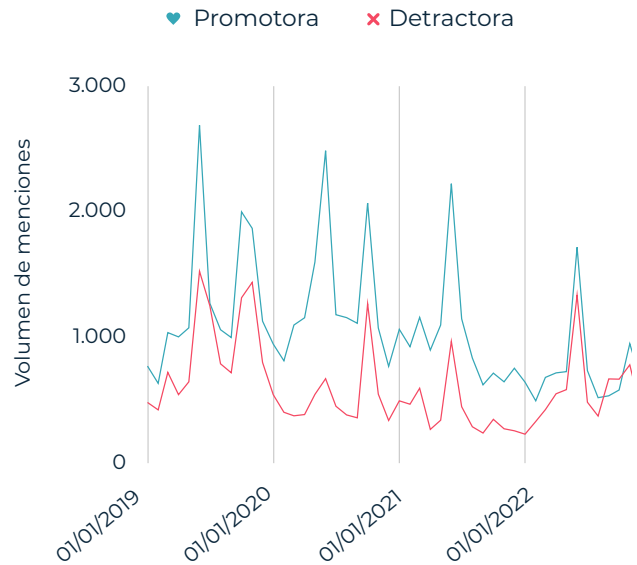
# PANAMÁ

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



Tanto la comunidad promotora como la detractora disminuyeron un 12.69% respectivamente.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

#### Lucha por los derechos de la comunidad LGTBIQ+

Los usuarios que forman parte de esta comunidad y muchos otros que los respaldan defienden el reconocimiento de sus derechos de igualdad ante la ley y piden que se apruebe la legalización del matrimonio civil igualitario. Entre otros de los temas más relevantes, se pide luchar contra la violencia y la discriminación que sufren las personas de la comunidad.

#### Avances en la integración de la comunidad LGTBIQ+

Los usuarios mencionan que poco a poco la comunidad LGTBIQ+ viene integrándose en Panamá. Finalmente, se menciona que en esta lucha se encuentra Convive Panamá, institución panameña sin fines de lucro.

### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

#### Argumentos en contra del matrimonio igualitario

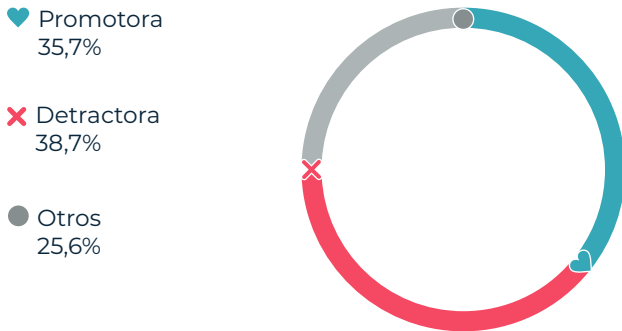
Los usuarios convocan a la ciudadanía a participar de marchas en defensa del matrimonio tradicional.

#### Adopción homoparental

La temática de la adopción por parejas homosexuales es una de las polémicas más grandes dentro de la conversación.

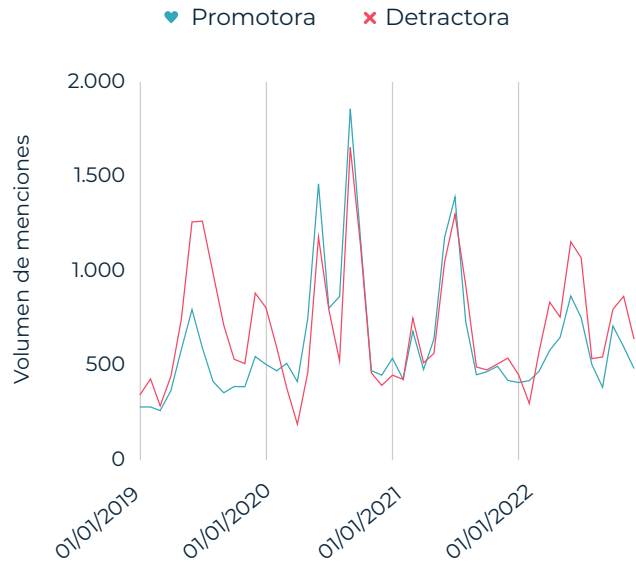
# REPÚBLICA DOMINICANA

## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN



La comunidad promotora y la detractora crecieron un 72,24% y un 85,76%, respectivamente.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Respeto y leyes que garanticen los derechos de la comunidad:** Los usuarios escriben menciones pidiendo al Estado que garantice y haga respetar los derechos de la comunidad LGTBQ+.

### PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Rechazo al matrimonio igualitario:** En República Dominicana, la legalización del matrimonio igualitario aún se encuentra en debate. Este tema ha desencadenado una conversación opositora: durante junio de 2020 se formó un pico de conversaciones en las que los líderes de católicos pidieron no votar por candidatos que promovieran leyes a favor del matrimonio igualitario, argumentando una supuesta "inmoralidad".

**Lucha contra el aborto:** Dentro de la conversación

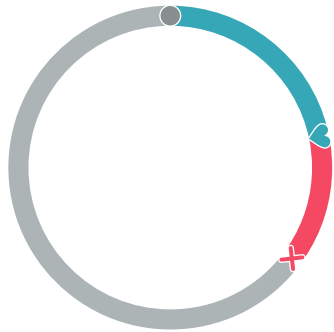
sobre los derechos de la comunidad LGTBQ+, muchos usuarios mencionan la polémica temática del aborto. Las menciones en contra señalan que la ley no debe apoyar a las mujeres que son lesbianas y desean abortar, ya que, en su opinión, no deberían ni tener hijos.

**Comentarios sobre la denominada "ideología de género":** Usuarios que se posicionan en contra del colectivo a través del uso del concepto "ideología de género".

# PORTUGAL

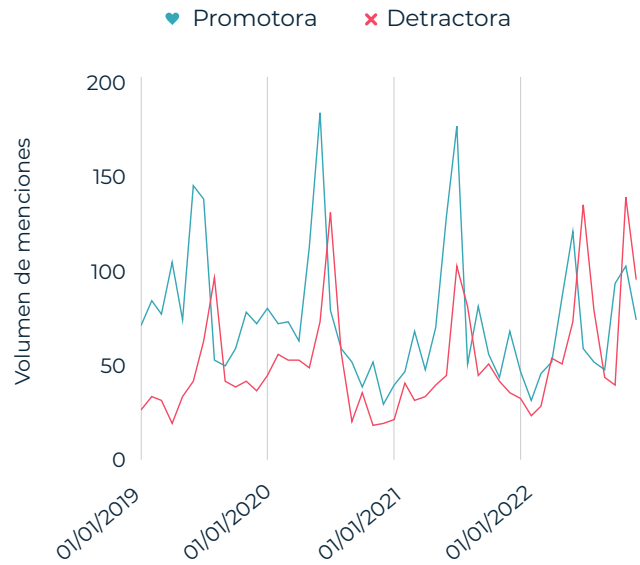
## PROMOCIÓN VS. DETRACCIÓN

- ♥ Promotora  
22,7%
- ✘ Detractora  
13,0%
- Otros  
64,4%



La comunidad promotora cayó un 12,05% y la detractora subió un 184,85%.

## EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



### ♥ PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

**Apoyo al colectivo LGTBIQ+:** Las menciones de los usuarios destacan el apoyo que artistas, medios de comunicación y series como Smiley o She brindan al colectivo LGTBIQ+. También se publican posts que incitan a denunciar los comentarios homofóbicos en las redes sociales; todos promoviendo la tolerancia, la libertad y el apoyo.

**Lucha contra la homofobia interiorizada:** Críticas contra la homofobia interiorizada dentro de la iglesia. **Se coloca a España como país de referencia y donde la cultura LGTBIQ+ estaría más normalizada.**

### ✘ PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

**Comentarios sobre la denominada "Ideología de género":** La narrativa más presente se asocia a usuarios que se posicionan en contra del colectivo a través del uso del concepto "ideología de género".

## AUTORES



**David González Natal.**

Socio y Director General para la Región Norte de América Latina en LLYC.

[dgonzalezn@llorentycuenca.com](mailto:dgonzalezn@llorentycuenca.com)



**Juan Eduardo Hernández.**

Gerente de Deep Learning en LLYC Madrid

[jehernandez@llorentycuenca.com](mailto:jehernandez@llorentycuenca.com)



### CON EL APOYO DE:

Rafael García, Rocío Zabaleta, Saul Sánchez, Betsy Camus, Cynthia Becerra, Álvaro García, Maricielo Huamaní, Miguel Carazas y Paula De La Calle.

## Dirección Global

### José Antonio Llorente

Socio Fundador y Presidente  
jallorente@llorenteycuenca.com

### Alejandro Romero

Socio y CEO Global  
aromero@llorenteycuenca.com

### Luisa García

Socia y Chief Operating Officer Global  
lgarcia@llorenteycuenca.com

### Arturo Pinedo

Socio y Chief Client Officer Global  
apinedo@llorenteycuenca.com

### Tiago Vidal

Socio y Chief Talent y Technology  
Officer Global  
tvidal@llorenteycuenca.com

### José Manuel Casillas

Director Senior de IT Global  
jmcasillas@llorenteycuenca.com

### Marta Guisasaola

Socia y Chief Financial Officer  
mguisasaola@llorenteycuenca.com

### Joan Navarro

Socio y Vicepresidente  
Asuntos Públicos Global  
jnavarro@llorenteycuenca.com

### Albert Medrán

Director Global de Marketing,  
Comunicación y ESG  
amedran@llorenteycuenca.com

### Juan Pablo Ocaña

Director Senior de Legal &  
Compliance  
jpocana@llorenteycuenca.com

## Europa

### Luis Miguel Peña

Socio y CEO Europa  
lmpena@llorenteycuenca.com

### Gina Rosell

Socia y Directora Senior Healthcare  
Europa  
grosell@llorenteycuenca.com

### Rafa Antón

Chief Creative Officer Europa  
Cofundador y Director General  
Creativo de China parte de LLYC



rafa.anton@chinapartedellyc.com

### MADRID

### Jorge López Zafrá

Socio y Director General  
jlopez@llorenteycuenca.com

### Amalio Moratalla

Socio y Director Senior Deporte  
y Estrategia de Negocio  
amoratalla@llorenteycuenca.com

### Iván Pino

Socio y Director Senior Crisis y Riesgos  
ipino@llorenteycuenca.com

### Marta Aguirrezabal

Socia Fundadora y Directora Ejecutiva



marta.aguirrezabal@chinapartedellyc.com

### Pedro Calderón

Socio Fundador y Director Ejecutivo



pedro.calderon@chinapartedellyc.com

### BARCELONA

### María Cura

Socia y Directora General  
mcura@llorenteycuenca.com

### Oscar Iniesta

Socio y Director Senior  
oiniesta@llorenteycuenca.com

### LISBOA

### Marlene Gaspar

Directora General  
mgaspar@llorenteycuenca.com

## Américas

### Juan Carlos Gozzer

Socio y CEO América Latina  
jcozzer@llorenteycuenca.com

### Javier Marín

Director Senior Healthcare Américas  
jmarin@llorenteycuenca.com

### José Beker

Chief Creative Officer Américas  
Cofundador y CEO de Beso by LLYC



jose.beker@beso.agency

### ESTADOS UNIDOS

### Darío Álvarez

CEO U.S.  
dalvarez@llorenteycuenca.com

### Rebecca Bamberger

CEO de BAM by LLYC



rebecca@bamtheagency.com

### REGIÓN NORTE

### David González Natal

Socio y Director General Regional  
dgonzalez@llorenteycuenca.com

### Mauricio Carrandi

Director General LLYC México  
mcarrandi@llorenteycuenca.com

### Michelle Tuy

Directora General de LLYC Panamá  
michelle.tuy@llorenteycuenca.com

### Iban Campo

Director General LLYC República  
Dominicana  
icampo@llorenteycuenca.com

### REGIÓN ANDINA

### María Esteve

Socia y Directora General Regional  
mesteve@llorenteycuenca.com

### Daniel Titingar

Director General LLYC Perú  
daniel.titingar@llorenteycuenca.com

### Carlos Llanos

Socio y Director General LLYC  
Ecuador  
cllanos@llorenteycuenca.com

### REGIÓN SUR

### Juan Carlos Gozzer

Socio y Director General Regional  
jcozzer@llorenteycuenca.com

### Maria Eugenia Vargas

Directora General LLYC Argentina  
mevargas@llorenteycuenca.com

### Thyago Mathias

Director General LLYC Brasil  
tmathias@llorenteycuenca.com

### Juan Cristóbal Portales

Director General de LLYC Chile  
juan.portales@llorenteycuenca.com

## Deep Digital

### Adolfo Corujo

Socio y CEO de Deep Digital  
acorujo@llorenteycuenca.com

### Javier Rosado

Socio y Director General Deep Digital  
Américas  
jrosado@llorenteycuenca.com

### Federico Isuani

Director General de Deep Digital Región  
Norte y USA  
Cofundador y CEO de Beso by LLYC



federico.isuani@beso.agency

### Jesús Moradillo

Director General Deep Digital  
Europa CEO y fundador de  
Apache Digital



jesus.moradillo@llorenteycuenca.com

### Daniel Fernández Trejo

Director Senior de Deep Digital  
y CTO global  
dfernandez@llorenteycuenca.com

### Anahí Raimondi

Directora de Operaciones Deep  
Digital  
araimondi@llorenteycuenca.com

### David Martín

Director General de Deep Digital  
Región Andina  
david.martin@llorenteycuenca.com

### Diego Olavarría

Director General Deep Digital  
Región Sur  
dolavarría@llorenteycuenca.com

### Luis Manuel Núñez

Dirección General de Estrategia y  
Desarrollo de Negocio de Deep Digital  
en Américas  
luisma.nunez@llorenteycuenca.com

### Carmen Gardier

Directora Senior Influencia Digital  
Américas  
cgardier@llorenteycuenca.com

### Alejandro Dominguez

Director Influencia Digital Europa  
adominguez@llorenteycuenca.com

### Fernanda Hill

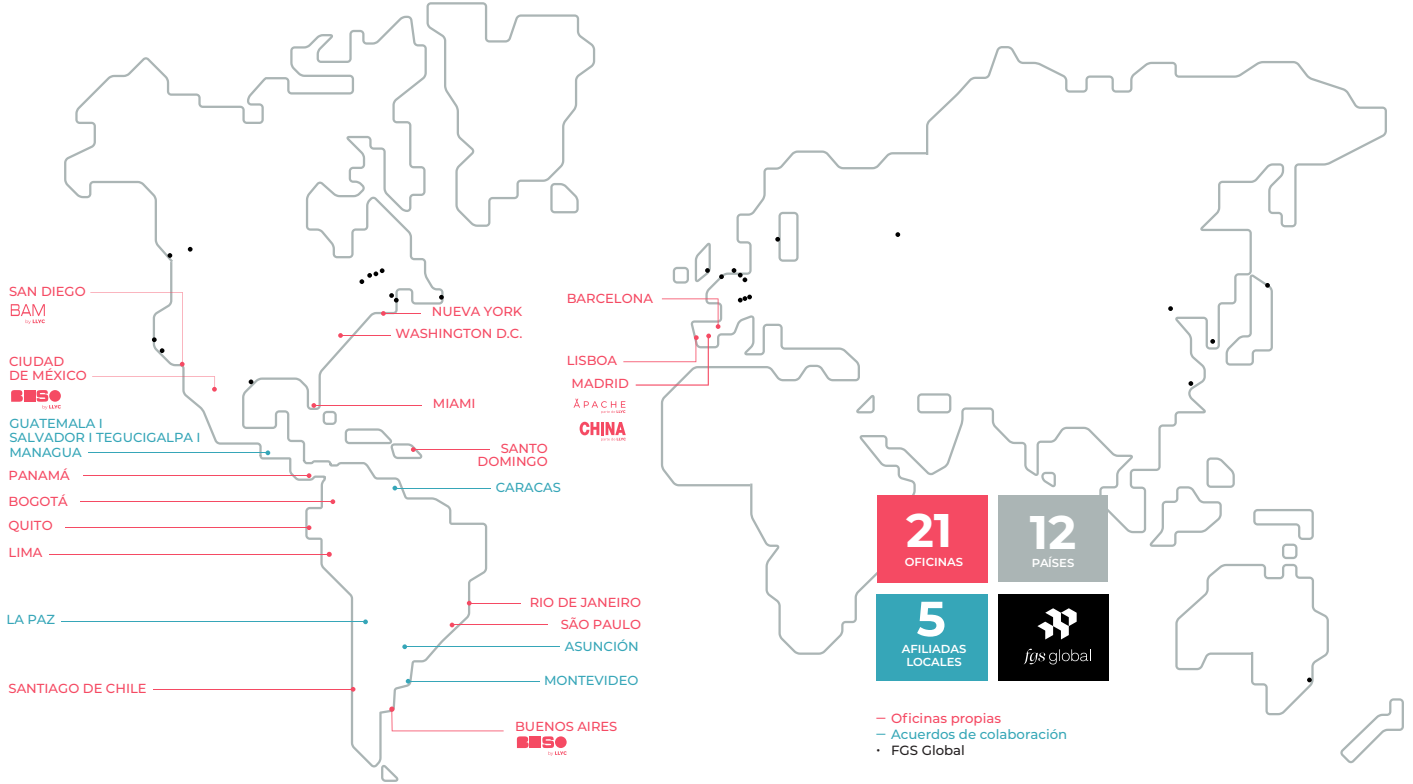
Directora General Beso by LLYC



fernanda.hill@beso.agency



Oficinas



LLYC

Madrid

Lagasca, 88 - planta 3  
28001 Madrid, España  
Tel. +34 91 563 77 22

Barcelona

Muntaner, 240-242, 1º-1ª  
08021 Barcelona, España  
Tel. +34 93 217 22 17

Lisboa

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.  
1250-142 Lisboa, Portugal  
Tel. + 351 21 923 97 00

Miami

600 Brickell Avenue, Suite 2125  
Miami, FL 33131  
United States  
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

3 Columbus Circle, 9th Floor  
New York, NY 10019  
United States  
Tel. +1 646 805 2000

Washington D.C.

1025 F st NW 9th Floor  
Washington D.C. 20004  
United States  
Tel. +1 202 295 0178

Ciudad de México

Av. Paseo de la Reforma 412  
Piso 14, Colonia Juárez  
Alcaldía Cuauhtémoc  
CP 06600, Ciudad de México  
Tel. +52 55 5257 1084

Panamá

Sortis Business Tower  
Piso 9, Calle 57  
Obarrio - Panamá  
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Av. Abraham Lincoln 1069  
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7  
Suite 702, República Dominicana  
Tel. +1 809 6161975

San José

Del Banco General 350 metros oeste  
Trejós Montealegre, Escazú  
San José, Costa Rica  
Tel. +506 228 93240

Bogotá

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4  
Bogotá D.C. - Colombia  
Tel. +57 1 7438000

Lima

Av. Andrés Reyes 420, piso 7  
San Isidro, Perú  
Tel. +51 1 2229491

Quito

Avda. 12 de Octubre N24-528 y  
Cordero - Edificio World Trade  
Center - Torre B - piso 11  
Ecuador  
Tel. +593 2 2565820

Sao Paulo

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111  
Cerqueira César SP - 01426-001  
Brasil  
Tel. +55 11 3060 3390

Rio de Janeiro

Rua Almirante Barroso, 81  
34º andar, CEP 20031-916  
Rio de Janeiro, Brasil  
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Av. Corrientes 222, piso 8  
C1043AAP, Argentina  
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Avda. Pdte. Kennedy 4.700,  
Piso 5, Vitacura  
Santiago  
Tel. +56 22 207 32 00  
Tel. +562 2 245 0924

ÁPACHE  
parte de LLYC

Arturo Soria 97A, Planta 1  
28027, Madrid, España  
Tel. +34 911 37 57 92

CHINA  
parte de LLYC

Velázquez, 94  
28006, Madrid, España  
Tel. +34 913 506 508

BESO  
by LLYC

El Salvador 5635, Buenos Aires  
CP. 1414 BQE, Argentina

Av. Santa Fe 505, Piso 15,  
Lomas de Santa Fe,  
CDMX 01219, México  
Tel. +52 55 4000 8100

BAM  
by LLYC

702 Ash Street, Unit 100,  
San Diego, CA 92101, US  
United States



# LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLYC.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

LLYC IDEAS es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra, existe LLYC IDEAS.

[ideas.llorentycuenca.com](http://ideas.llorentycuenca.com)  
[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)