

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Facultad de Filosofía y Educación
Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje



EL POSICIONAMIENTO DE LOS DIARIOS NACIONALES Y REGIONALES FRENTE AL CONFLICTO ENTRE DEL ESTADO CHILENO Y EL PUEBLO MAPUCHE

Seminario de Graduación para optar al grado en Lengua y Literatura Hispánica

Profesor guía:

Cristián González

Alumna:

Katherine Herrera Véliz

Viña del Mar, Noviembre 2014

Índice

RESUMEN	4
I.INTRODUCCIÓN.....	5
II.MARCO TEÓRICO	7
2.1. Estado del arte.....	7
2.2. La noticia como discurso noticioso	9
2.3. Definiciones de la noticia.....	10
2.4. La producción y recepción de la noticia	11
2.5. La organización informativa de la noticia	13
2.5.1. La portada.....	14
2.5.2. El titular.....	15
2.5.3. Bajada o entradilla	16
2.5.4. El discurso multimodal en las noticias digitales	17
2.5.5. La disyuntiva de objetividad y subjetividad en el artículo noticioso....	19
2.6. Estrategias de comunicación	
2.6.1. Estrategias de captación	21
2.6.2. Estrategias de credibilidad.....	23
2.6.3. El discurso polifónico.....	23
2.6.3.1. Estilo directo	24
2.6.3.2. Estilo indirecto	25
2.7. El conflicto entre el pueblo mapuche y el estado chileno.....	25
2.7.1. El caso del incendio	26
III. MARCO METODOLÓGICO.....	28
3.1. Tipo de investigación.....	28
3.2. Preguntas de investigación.....	28
3.3. Objetivos de investigación.....	28
3.3.1. Objetivo general.....	28
3.3.2. Objetivos específicos.....	28

3.4. Evento mediático estudiado.....	29
3.5. Descripción del corpus.....	29
3.6. Categorías de análisis.....	30
3.7. Procedimientos.....	32
IV. RESULTADOS.....	33
4.1. Análisis comparativo.....	33
4.1.1. Estrategias de credibilidad.....	33
4.1.2. Estrategias de captación.....	34
4.1.3. Polifonía de voces.....	35
4.2. Resultados en relación a la organización estratégica.....	36
4.2.1. Estrategias de credibilidad.....	36
4.2.2. Estrategias de captación.....	38
4.2.2.1. Grado de implicación.....	39
4.2.3. Discurso polifónico.....	40
4.3. Resultados multimodales en la credibilidad y captación.....	41
V. CONCLUSIONES.....	43
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45
VII. ANEXOS.....	50

RESUMEN

La presente investigación busca identificar el posicionamiento de los diarios regionales y nacionales frente al conflicto entre el pueblo mapuche y el estado chileno. El análisis se realizó en torno a tres categorías principales: estrategias de credibilidad, estrategias de captación y la polifonía de voces. Estas categorías se han observado en la noticia del atentado incendiario que ocasionó la muerte de dos personas en la comuna de Vilcún el año 2013. Para llevar a cabo este trabajo se han escogido 5 diarios nacionales y 3 diarios regionales, que presentaron la noticia el mismo día del hecho. En cada uno de ellos se han analizado las estrategias ya mencionadas y se ha establecido un análisis comparativo entre los dos tipos de diarios. Los resultados presentados indican que en términos de credibilidad la noticia dentro de los diarios nacionales adquiere un mayor grado de compromiso y una implicación directa y personal con quien la lee. En lo que se refiere a captación se presenta una actitud dramatizada del hecho, creando sentimientos de conmoción en la población. Por el contrario, en los diarios regionales la credibilidad asume un grado de neutralidad distanciándose del hecho. Por último, en relación con la polifonía, tanto los diarios nacionales como regionales utilizan los mismos enunciadores referidos a instituciones y figuras de autoridad. Sin embargo, en los nacionales hay una predominancia por el discurso directo y por el indirecto, en los regionales.

I. INTRODUCCIÓN

Los responsables de la línea editorial de los medios de comunicación participan de la vida pública y contribuyen a la organización de la sociedad. Muchas veces buscan influir en la opinión pública adoptando posicionamientos concretos frente a los temas de actualidad. Sin embargo, la forma de abordar una noticia no se da igual en todos los medios, pues esta varía de acuerdo a las líneas ideológicas, valóricas y políticas que subyacen en cada uno de ellos. Lo anterior, implica que cada diario tenga un posicionamiento diferente respecto a la misma noticia, perdiendo el carácter objetivo del artículo noticioso. Permanentemente, la prensa digital chilena emplea diferentes recursos semióticos para comunicarse con sus audiencias, de esta forma los medios intentan controlar las expectativas del público para persuadir a los grupos sociales y ejercer el control sobre su discurso y comportamiento.

El conflicto mapuche es un tema complejo y ha sido un hecho noticioso durante muchos años. En cuanto a los diarios que han abordado este tema, estos enfrentan el conflicto desde su propia línea editorial y orientada por su ideología política. Ideología que se define desde las estrategias de comunicación (credibilidad y captación) y la configuración de una polifonía de voces que se presenta en la noticia. Asimismo, los recursos semióticos complementan dichas estrategias.

Las estrategias de credibilidad y captación se configuran de acuerdo a la finalidad del acto comunicativo. Las primeras se enfocan en hacer creer a la audiencia de que aquello que se predica es verosímil o, al menos, plausible, pues la noticia puede asumir tres posturas; neutra, de compromiso o de distanciamiento. En cuanto a las estrategias de captación tienen por objeto persuadir al interlocutor para que este se adscriba a lo que se le ha propuesto por medio del acto comunicativo. Para esto se vale de una actitud polémica o dramatizadora. Por último, el discurso polifónico se vale de las personas que hablan en la noticia.

En relación a lo anterior, nuestra pregunta de investigación se refiere a lo siguiente:

- ¿Cómo las estrategias de comunicación y la polifonía de voces articulan el posicionamiento ideológico ante una noticia?
- ¿Hay diferencias en las posturas de los diarios nacionales y regionales frente a la noticia de alta connotación pública?

Consecuentemente, el objetivo de esta investigación busca identificar el posicionamiento de los diarios nacionales y regionales frente al conflicto mapuche en torno a las estrategias de credibilidad, captación y la polifonía de voces articuladas en la noticia. En base al objetivo general se derivan cuatro objetivos específicos: a) Describir las estrategias de credibilidad empleadas por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche. b) Describir las estrategias de captación empleadas por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche. c) Describir el uso de la polifonía por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche. d) Comparar las estrategias de credibilidad y captación y polifonía empleados por los medios locales y nacionales frente a un evento producido en el contexto del conflicto mapuche chileno.

El análisis se realizó en torno a tres categorías principales: estrategias de credibilidad, estrategias de captación y la polifonía de voces. Estas categorías se han observado en la noticia de alta connotación pública como fue el atentado incendiario que ocasionó la muerte de dos personas en la comuna de Vilcún el año 2013, conocido como la muerte del matrimonio Lushinger Mackay. Para llevar a cabo este trabajo se han escogido 5 diarios nacionales y 3 diarios regionales, que presentaron la noticia el mismo día del hecho. En cada uno de ellos se han analizado las estrategias ya mencionadas y se ha establecido un análisis comparativo entre los dos tipos de diarios.

La importancia de este estudio radica en la posibilidad de reconocer en la prensa digital chilena la articulación de un discurso periodístico que se vale de estrategias discursivas de comunicación y de otros recursos. Asimismo, articula una posibilidad de estudio para proyecciones futuras de investigación, ya que aún, ha sido un tema poco explorado.

II.MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

Respecto a las investigaciones desarrolladas sobre el tema del conflicto mapuche y el discurso noticioso se encuentran diversos trabajos realizados desde diferentes ámbitos disciplinares.

Muñoz (2010) en un trabajo titulado “Discurso informativo y luchas por el reconocimiento el “conflicto mapuche” en el Mercurio y la Segunda (Chile, 2008-2009)”, analiza el discurso informativo de dos periódicos chilenos sobre el “conflicto mapuche”. Se sostiene que en sus representaciones hay una tendencia a oponer las luchas por el reconocimiento de los mapuches a un ideal nacional monocultural y de defensa irrestricta de un modelo neoliberal. A partir del primero, se ha tendido a invisibilizar las minorías nacionales, particularmente sus diferencias culturales, a partir de una estrategia que ha resaltado, por una parte, la representación de una noción monolítica de identidad cultural vinculada a la nacionalidad y, por otra, a colocar en la raíz de ésta “la mezcla de razas”, con lo cual se refuerza la idea de que el “problema racial” o “étnico” no existe en Chile y solo se reduce a los intereses de grupos minoritarios vinculados a ideologías y organismos extranjeros. Además, en estos medios se refuerza la incompatibilidad de las formas de vida comunitaria (particularmente en la tenencia de la tierra) con las lógicas del mercado y del emprendimiento individual y se señala que la propiedad comunal de la tierra traba el desarrollo económico de los propios indígenas. Por otra parte, para ambos periódicos las luchas por el reconocimiento político de los mapuches estarían homologadas a acciones delictivas y terroristas.

Otro de los estudios realizados es el de López (2002), quien desarrolló una investigación acerca de la relación que los periodistas de la novena región tienen respecto (prensa escrita y televisión) al tema mapuche. En dicho trabajo se da a conocer sus percepciones y opiniones respecto al conflicto mapuche y se revisan las rutinas de reporteo sobre el tema mapuche en tanto noticia. El marco teórico de esta investigación se concentró en estudios que explican la limitada atención que los medios de comunicación prestan a los grupos étnicos, a menos que estos grupos minoritarios se asocien a hechos de violencia,

ilegalidad, delincuencia o un comportamiento cultural “extraño”, componentes de desviación de diversa índole. La prensa rara vez analiza las causas o el contexto de tales problemas y, casi nunca, los explica en términos de racismo o discriminación étnica.

Situación que se ve doblemente afectada debido a la escasa participación de periodistas originarios de las minorías, por lo tanto, existen menos posibilidades de aportar en la recogida rutinaria de noticias; además, los valores informativos de los reporteros tienden a excluir a los grupos socioculturales de fuera tanto en temas como en fuentes de información fidedigna.

Por último, otra de las investigaciones encontradas es la desarrollada por Fresia Aolef Gallardo (2014) quien desarrolla una reflexión periodística denominada “La alteridad en el discurso mediático: Los mapuches y la prensa chilena”. En ella la autora entrega una aproximación desde el ámbito de la comunicación específicamente mediante el análisis crítico del discurso, a la construcción y difusión de representaciones sociales de la que son objeto las minorías étnicas por parte de los medios de comunicación. Una de estas representaciones es la alteridad. Como punto de análisis toma como fuente el diario “El Mercurio”.

Las demás investigaciones encontradas no conciernen al análisis de discurso ni de la lingüística, por el contrario, son aproximaciones históricas relacionadas con el conflicto mapuche. Bajo esa premisa, la presente investigación amplía el corpus dentro de la disciplina y es una ayuda para investigaciones futuras.

2.2. La noticia como discurso noticioso

Para lograr el estudio del posicionamiento en una noticia es necesario conceptualizar la noción de discurso bajo un análisis crítico. Según Luisa Martín Rojo (1996) “los discursos no reflejan la realidad, no son un espejo fiel de esta, sino que construyen, mantienen y refuerzan interpretaciones de esa realidad” (p.1), en otras palabras, generan representaciones de la sociedad, de las prácticas sociales y de los actores que en ellas interactúan. Por tanto, “los discursos generan un saber, un conocimiento” (p.2).

El discurso se realiza a través de recursos lingüísticos y estrategias discursivas que permiten visibilizar la presencia de un locutor, sus puntos de vistas, actitudes y valores, de sus objetivos en la enunciación/interacción. Pues en un mismo enunciado, según Rojo (1996) “el sujeto hablante muestra su multiplicidad, sus contradicciones, sus tensiones, e incorpora, reproduce, reelabora o se enfrenta a otras voces, otros valores y otros puntos de vistas” (p.6).

Tras esto, podemos señalar que el discurso tiene distintas funciones de acuerdo a la intencionalidad que persigue.

En primer lugar, el papel del discurso en la transmisión persuasiva y en la legitimación de ideologías, valores y saberes. En segundo lugar, se debe determinar qué papel juegan determinados discursos de mantenimiento y refuerzo del orden social, es decir, en el mantenimiento del status *quo*, impidiendo el acceso de los discursos de oposición o de los discursos producidos por determinados grupos sociales en contextos definidos.

La interpretación del discurso es siempre controlado por las interpretaciones subjetivas por parte de los usuarios. Las personas entienden un discurso, solo en el caso que puedan construir un modelo de él, un modelo que se asocia a una estructura.

La noticia como discurso noticioso implica un procesamiento de textos, entiéndase por procesamiento según Van Dijk (1990) cuando:

“la mayor parte de la información utilizada para escribir un texto periodístico ingresa en forma discursiva: los reportajes, las declaraciones, las entrevistas, las reuniones, las conferencias de prensa, otros mensajes de los medios, los comunicados de prensa, los debates, parlamentarios, los juicios, las documentaciones policiales etc.” (p. 141).

Bajo esta premisa, el autor sostiene que los periodistas rara vez llegan a observar directamente los acontecimientos, sino que, por el contrario los acontecimientos llegan a conocerse a través de los discursos codificados e interpretados de otros, y de manera más relevante, a través de fuentes informativas.

2.3. Definiciones de la noticia

En el estudio de comunicación de masas ha sido difícil definir lo que es la noticia, Herraiz (1996) afirma que “la noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores, por tanto, la noticia es lo que interesa a los periodistas” (p.19). Por su parte, Martínez (1977, citado por Alsina, 1989) define noticia de la siguiente manera:

“noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (p. 35).

Según Van Dijk (1990), la noción de noticia es ambigua y debe asociarse a su uso directamente en los medios de comunicación, por lo que guarda relación con los siguientes conceptos:

- a) Nueva información sobre sucesos, objetos o personas.
- b) Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos.
- c) Un ítem o informe periodístico, por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.

2.4. La producción y recepción de la noticia

Según Van Dijk (1990), la producción de noticias, obviamente, supone actividades y las interacciones periodísticas, tanto entre los periodistas como entre otros miembros de la sociedad. Las rutinas profesionales que se desarrollan en la redacción o durante el trabajo de los reporteros han recibido una atención preponderante (GANs, 1979; FISHMAN, 1980), así como también la naturaleza institucional de la fabricación de noticias y las características grupales de los periodistas.

Con la frase "procesamiento del texto", Van Dijk (1990) indica que el texto fue "escrito en varias etapas o fases" (p.141) y, asimismo, implica que la mayor parte de la información utilizada para escribir un texto periodístico ingresa en forma discursiva: los reportajes, las declaraciones, las entrevistas, las reuniones, las conferencias de prensa, otros mensajes de los medios, los comunicados de prensa, los debates parlamentarios, los juicios en los tribunales, las documentaciones policiales, etc.

Por otra parte, Alsina (1993) postula que la producción de la noticia depende de la influencia del acontecimiento en los medios masivos de comunicación. De esta forma, rescata 3 conceptos esenciales respecto al acontecimiento; la variación en el sistema, la comunicabilidad del hecho, la implicancia de los sujetos.

El autor afirma lo siguiente: "La variación en el sistema, postula que el sistema, o mejor dicho las normas del sistema, son fundamentales para definir un hecho como acontecimiento" (p.98). En otras palabras, la importancia de la noticia radica en cuanto a las condiciones de la zona geográfica en la cual se presenta, por tanto, solo es significativa para ese grupo de personas o para el conjunto de habitantes de una zona determinada, puesto que subyace a sus reglas y normas culturales.

Alsina (1993) señala algunas características de la variación; primero, se da con relación al tiempo, tiene un inicio y un final, "si la variación se prolonga en el tiempo pierde su carácter de acontecimiento y solo pasa a ser parte de lo normal" (p. 13). En

segundo lugar, “la variación del sistema para obtener la categoría de acontecimiento debe ser espectacular, pues debe ser un hecho que va “más allá de lo ordinario, de la normalidad” (p.27).

La comunicabilidad del hecho, se relaciona con que el acontecimiento debe ser percibido por la audiencia, “es condición necesaria para que se considere el acontecimiento periodístico como un hecho social”. Por lo que la noticia solo cobra sentido cuando es comunicada y se consume de tal forma, como publicidad noticiosa, por lo que los medios de comunicación tienen la capacidad de construir y de construir la misma noticia, de manera tal, que sea consumida por los lectores (p.28).

Por último, la implicancia de los sujetos postula que todo acto comunicativo para incidir sobre el destinatario hay que tener en cuenta “la implicación del mensaje en el mismo”. Esta implicación se puede observar, según Alsina (1989), desde dos perspectivas:

a) Implicación del destinatario de la noticia:

Cada consumidor de los medios masivos de comunicación, personal y subjetivamente, puede otorgar la mayor implicación a unas noticias a partir de múltiples peculiaridades personales. En relación al sujeto específico, se define:

-Implicación directa y personal: Son aquellas noticias que afectan directamente a la vida cotidiana del individuo. Por ejemplo: la subida de los impuestos.

-Implicación directa y no personal: Afecta directamente de forma emotiva o ideológica, pero no tiene una incidencia relevante en la vida cotidiana de la persona. Por ejemplo, la victoria del equipo de fútbol que es simpatizante.

-Implicación indirecta: No afecta directamente al individuo que percibe la noticia como algo que sucede en otro tiempo o lugar y a otras personas. Por ejemplo, la victoria de otro equipo de fútbol.

-No implicación: El individuo se siente indiferente a la información recibida. Por ejemplo: la baja del dólar.

El otro tipo de implicación se presupone por los productores de la noticia (los medios de comunicación). Pues, el grado de implicación presupuesto por la institución de los medios masivos es determinante a la hora de categorizar el hecho como acontecimiento y valorarlo como noticia. Por ejemplo, un periódico local recogerá como gran acontecimiento un atraco a una farmacia de la ciudad. Un periódico de ámbito nacional lo recogerá sin darle excesiva importancia.

La proximidad geográfica del hecho supone una mayor implicación, para el centro del mismo, el cual disminuye a medida que se agranda el círculo. Pues, cuanto más gente se sienta implicada por un acontecimiento mayor será la importancia del hecho noticioso. Sin embargo, son los medios de comunicación los que seleccionan las noticias, por lo que establecen un temario de los propios medios de los asuntos más relevantes del día.

2.5. La organización informativa de la noticia

Los medios de comunicación de masas son medios muy dinámicos, en cuyo funcionamiento está influido por distintos factores. Según Becheloni, G. (1986, citado por Alsina, 1993) “Por un lado están las fuerzas constitutivas del mercado, de las innovaciones tecnológicas, de las constantes organizativas que son factores de unificación de las reglas básicas del funcionamiento en el interior del sistema; por otro lado, están las fuerzas de los sistemas políticos de las tradiciones culturales étnicas y culturales, de la historia y de la especificidad de cada medio, género o subgénero que tienden a acentuar las diferencias” (p.146).

La noticia, como discurso informativo, presenta una estructura definida, en ella se determinan las siguientes partes:

2.5.1. La portada

Según INTEF (s/f) la portada es el escaparate del periódico. En ella se recogen las informaciones más destacadas. Ahí se concentra toda la capacidad provocativa de la atención del eventual lector que pasa y ve el diario. Su planteamiento es próximo al marketing. En ese sentido, H. Evans (1985) la considera no sólo un acto editorial, sino un acto de mercado: "Establece la identidad, el carácter y la frescura que puede tener un periódico, según su título, su presentación y su contenido. Induce al público a comprarlo, abrirlo y leerlo" (s/p).

Un análisis en profundidad del contenido, diseño y titulares que aparecen en la portada nos darán pistas sobre la línea editorial del periódico y su visión particular de los hechos sociales, políticos y económicos.

La primera página se confecciona en función del recorrido visual del lector. Actualmente se considera que es el ángulo superior izquierdo que se denomina técnicamente "región óptima primaria". Posteriormente, la vista sigue una de estas dos teorías; la lectura circular, en el sentido de las agujas del reloj y la lectura en Z, la vista va de izquierda a derecha en la parte superior y repite el patrón en la parte inferior. El contenido y la diagramación de la primera página pueden diferir mucho de un periódico a otro, aunque compartan algunas características y tengan un mismo ámbito de difusión.

Además de la cabecera, que siempre aparece, lo más frecuente es que la información de la primera plana esté integrada por una noticia reina y una fotografía grande, que puede o no estar ligada a la noticia principal; otras dos o tres noticias importantes, alguna con fotografía y a veces enmarcada en una ventana; rataplanes, índice o sumario y, casi con toda seguridad, algo de publicidad en la parte inferior.

2.5.2 El titular

Para Gomis el título es "la sustancia de la noticia". Es, sin duda, uno de los aspectos más sobresalientes e importantes del periódico. Con el se pretende llamar la atención del lector, y anunciar con el menor número de palabras posibles, y de la forma más impactante, el contenido de la información.

Va en la parte inicial del cuerpo de la noticia y en letras y tamaño diferentes a las que posteriormente se utilizarán en el desarrollo de la misma. En ningún caso se parten las palabras.

Según INTEF (s/f) en los titulares existen además otros componentes:

- **Antetítulo:** Informa al lector del contexto y los antecedentes para facilitar la comprensión posterior de la noticia. Es un título de segundo orden y está constituido por una frase con un tipo de letra más pequeño que el título principal. Suele responder a las preguntas de "dónde" y "cuándo". A veces se utiliza como epígrafe temático (arte, ciencia, educación, etc.) o en secciones muy amplias donde caben informaciones diversas (Deporte: tenis, fútbol, etc.).
- **Subtítulo:** Recoge aspectos complementarios del título y lo completa, matiza y lo hace más comprensible, sobre todo cuando no da ninguna información. Su tamaño de letra es superior al resto pero inferior al del título. Suele responder a las preguntas de "cómo" y "por qué".
- **Cintillo:** Se sitúa en la parte superior de la página para abarcar todas las informaciones relacionadas con un mismo hecho. Es un epígrafe temático que sirve para toda la página. Suele ser una frase breve (no más de cuatro palabras), con tratamiento tipográfico diferente y generalmente en negrita.

2.5.3. Bajada o entradilla

Es el párrafo inicial que se distingue tipográficamente del resto y está dedicado a descubrir escueta y objetivamente un hecho. Es un texto puramente informativo, ya que, al leerlo se obtiene un concepto esencialmente válido del contenido total de la noticia.

ABC, en su Libro de Estilo dice que "el primer párrafo, entradilla o lead, contendrá los principales datos de interés y de justificación de la noticia, que serán desarrollados en el resto de la información".

Es el primer párrafo de la noticia. Está diferenciada tipográficamente o no, contendrá lo principal del cuerpo informativo, pero no deberá constituir un resumen o un sumario de todo el artículo. Ha de ser lo suficientemente completa y autónoma como para que el lector conozca lo fundamental de la noticia sólo con leer el primer párrafo. De él se desprenderá necesariamente el título de la información. Su extensión ideal es de 60 palabras. Es el paso por el cual el lector decidirá o no continuar al interior de la noticia, por eso se dice que presenta dos exigencias: captar la esencia del acontecimiento y conseguir que el lector se adentre en el escrito.

La claridad y la concisión propias de este estilo informativo se alcanza con la llamada fórmula de las 6W's, son las seis preguntas a las que hay que responder (y por orden de importancia relativa) para la correcta escritura de un lead informativo:

- (1) Qué: implica los acontecimientos, las acciones e ideas que serán materias de relato.
- (2) Quiénes: son los protagonistas, sus antagonistas, en definitiva, aquellos que cumplen una función actancial en el relato.
- (3) Cuándo: sitúa la acción en un contexto temporal, señala su inicio y marca el ritmo y la cadencia del relato.
- (4) Dónde: delimita la espacialidad del desarrollo de los hechos.
- (5) Cómo: introduce las modalidades del acontecimiento y acciones; cuáles son sus antecedentes y sus consecuencias.
- (6) Por qué: explicación al lector de las razones que han motivado al acontecimiento y, además, la conjunción del suceso real y de las personas implicadas en él y su

conversión en relato periodístico con las funciones actanciales y las modalidades implícitas en él.

Todas las partes anteriormente nombradas conforman la organización informativa de la noticia.

2.5.4. El discurso multimodal en las noticias digitales

El discurso de la prensa siempre es de carácter multimodal. El uso de diferentes modos semióticos permite un reconocimiento de perspectivas, pues no se puede mirar un texto como uno solo, sino más bien un lenguaje hablado que este acompañado de nuevos medios que son proporcionados por la tecnología y la comunicación. Salavarría (2001) señala que la palabra “multi” alude a una definición del latín que significa “muchos”, y “modalidad” a “modos”, de ahí se deduce el término de multimodalidad; es una variedad de modos o recursos utilizados para plantear un tema.

Ligado la multimodalidad al área de Lenguaje, tal como señala Martín Kaltenbacher (2007):

“Los lingüistas se han dado cuenta de que no existe el discurso monomodal puro. Que el lenguaje hablado no existe sin gestos que lo acompañen, muecas, postura corporal y movimientos de la vista, del mismo modo que los textos escritos no existen sin marcos, espacios, tipografía ni color” (p.1).

En el diseño periodístico actual, en cuanto a lo multimodal, se utilizan procedimientos modulares muy desarrollados y racionalizados. Todas las técnicas y textos impresos (libros, revistas, carteles publicitarios, periódicos, etc.) entraron en una fase de modularización desde que se fueron definiendo sus formatos, el aprovechamiento del espacio y la distribución de los contenidos en orden a racionalizar los recursos del proceso productivo y a capturar en interés del lector. Según esto Abril (2003, citado por Kaltenbacher, 2007) afirma lo siguiente:

“Esta orientación psicotécnica, es decir, intento de controlar técnicamente las condiciones de recepción: la captación de la atención y su continuidad, el impacto

afectivo, etc. señala un objetivo fundamental de la modularización y el formateado en la industria de la prensa moderna” (p.134).

La noticia presenta un manual normativo el cual es llamado pirámide invertida. Respecto a esto Foncuberta (1993) señala lo siguiente:

“Una estructura que jerarquiza los contenidos de la noticia por orden de interés normativo y que permite recortarla rutinariamente según la disponibilidad de espacio o las conveniencias de la maquetación (p. 73)”.

Los recursos de pirámide invertida, de diagramación y el conjunto de la estructura del texto y el formato periodístico, presuponen una teoría implícita de atención, de los mecanismos receptivo-cognitivos de la audiencia, según la cual, la lectura está más condicionada por los parámetros espacio-temporales en que se ejerce (la organización visual-espacial del texto, el tiempo invertido en leerlo, etc.), que por los mecanismos lógicos de la persuasión (la estructura argumentativa de las ideas). En otras palabras, son concepciones psicológicas y no retóricas las que subyacen en la imagen implícita del lector y de la lectura que se proyecta en el discurso informativo y en el estilo epistémico subyacente. (Abril, 2003).

La representación visual también es un elemento importante en la articulación de un discurso multimodal y más aún en las noticias. La mirada no constituye un acto inocente y en principio se encuentra condicionada por pautas culturales, este ejercicio se realiza utilizando conocimientos, presupuestos y esquemas preestablecidos, el acto de mirar involucra condiciones perceptivas y sensomotrices, pero también condiciones técnicas y estructuras simbólicas determinadas, como lo explica Abril (2007):

“En la llamada sociedad posmoderna se acentúa una profunda pretextualización de la mirada: miramos objetos que han sido ya largamente acondicionado por códigos y gramáticas, y que han sido técnicamente elaborado para atraer, dirigir o conservar la mirada sobre sí” (p.43).

En este sentido, podemos decir que a partir de la masificación de la imprenta, se produjo un cambio fundamental en las prácticas semióticas, al incorporarse a la lógica propia de la lingüística la presentación visual de las palabras distribuidas en el espacio bidimensional de la página y su combinación con una serie de signos gráficos e icónicos.

Del mismo modo que el sentido de la palabra oral viene determinado por una situación que involucra la co-presencia de los interlocutores, en el contexto de la comunicación impresa el significado lingüístico está determinado por las condiciones de la experiencia visual y de la interacción entre sus diversos registros semióticos. Es en este contexto en el que Abril propone el concepto de espacio sinóptico para denominar a la forma cultural, textual y cognitiva del espacio tipográfico, de lo cual se afirma lo siguiente:

“Con el adjetivo sinóptico —derivado de synopsis: examen de un conjunto, ver a la vez de una ojeada— tratamos de aludir con mayor precisión a una forma de experiencia visual, la visión simultánea e integradora del conjunto de esos componentes heterogéneos (iconos, índices y símbolos; signos escriturales, fotográficos, pictóricos y gráficos, etc.) que se relacionan funcionalmente y que necesariamente han de ponerse en interacción para dar sentido al texto verbovisual” (p.64).

2.5.5. La disyuntiva de objetividad y subjetividad en el artículo noticioso

Entre las principales particularidades de la noticia como género periodístico, aparecen la veracidad (los acontecimientos o sucesos deben ser reales y posibles de verificar), la objetividad (el periodista o comunicador no debe reflejar su opinión ni emitir juicios de valor al presentarla), la claridad (los sucesos tienen que ser presentados de modo ordenado y lógico), la brevedad (hay que omitir los datos irrelevantes y las reiteraciones), la generalidad (la noticia debe poseer interés social y no particular) y la actualidad (debe referirse a episodios recientes).

El concepto de objetividad, según Alsina (1993), no ha sido inmutable durante la historia y se postula que es un bien alcanzable, pero no esperable. La objetividad de la noticia se ve afectada por una serie de factores que difieren de los mismos medios de comunicación y del mismo modelo neoliberal que se proclama.

De las razones externas, la falta de objetividad se puede producir por:

- a) “El acontecimiento excepcional oculta la regularidad y lo efímero se potencia sobre lo duradero” (p.165).
- b) La fragmentación acentúa, exagerándola, la objetiva variedad y pluralidad de posiciones estableciendo una recomposición ficticia con la primacía del sistema político (p.166).
- c) El efecto de verdad de esta no verdad producida por los medios de comunicación es fuerte porque están encubiertos la mayoría de los mecanismos de producción (p.166).

Las causas que atribuyen la falta de objetividad por el mundo neoliberal del mercado, según Kline(1982, citado por Alsina, 1989) se sustenta en las siguientes concepciones:

- **El sesgo de contenido:** Es el que se viene a reflejar la orientación general de un medio de comunicación. Se puede apreciar cómo interpreta los acontecimientos, asignándoles valores y determinando la cantidad y cualidad de la cobertura y su prioridad.
- **El sesgo de las fuentes:** Se da en la elección de una fuente que se pronuncia y habla de un acontecimiento. Este sesgo se da fundamentalmente en la utilización de especialistas que interpretarán los acontecimientos.
- **El sesgo temático:** El periodista adopta un pattern narrativo, un ángulo para explicar el acontecimiento en términos de un pattern cultural institucionalizado socialmente.
- **El sesgo retórico.** Se da en la organización de los materiales brutos de una noticia por razonamientos, por inferencia o poniendo en relación distintos aspectos de un acontecimiento.

Kline (1982, citado por Alsina, 1989), afirma que “la tradición periodística de cada país parece poseer su propia versión de una imparcialidad que sostiene el ámbito de la expresión de las noticias”. Por tanto, la objetividad en cada noticia sufre una variación de tipo espacial (según el país o zona) y temporal (según las distintas épocas). La objetividad es un concepto social distinto según la cultura.

3. Estrategias discursivas de comunicación

Charaudeau(2006) afirma que cualquier situación de comunicación se define por las respuestas a las cuatro preguntas que constituyen sus componentes, a saber: “Se comunica ¿"para decir qué"?", cuya respuesta define la finalidad de todo acto de comunicación; “"Quién" comunica con "quién", cuya respuesta determina la identidad de los participantes en el intercambio; “Se está allí para comunicar ¿"a propósito de qué"?", cuya respuesta define el propósito, el tema, que constituye el objeto del intercambio entre los dos interlocutores: en fin, “¿En qué "circunstancias" se comunica?”, cuya respuesta permite tomar en cuenta las condiciones materiales y físicas en las cuales se desarrolla la comunicación (p.2).

Tras esto cualquier acto comunicativo tiene una finalidad; un “hacer saber”, la entrega de una información que tiende hacia un grado cero de especularización y respeta el principio de veracidad; un “hacer pensar” (persuasión), un “hacer hacer” (o incitación), un “hacer saber-hacer” (o instrucción), etc., algunas de estas visiones pueden co-existir en una misma situación de comunicación (p.4).

3.1 Estrategias de captación

Para Charaudeau (2003) las estrategias de captación están “orientadas hacia el interlocutor o destinatario”. El propósito de la captación supone que el receptor no es un “participante natural”, que “no es pasivo”, pues tiene facultades de interpretación y que no acepta de manera inmediata los valores de intencionalidad que encierra el mensaje, sino más bien hay que “seducirlo”, “persuadirlo”(p. 90).

Bajo estos preceptos los periódicos, más bien la noticia, no tan solo debe mostrarse creíble frente a su audiencia, sino también, frente a todos los otros periódicos que se presentan como su oponente. Pues, por una parte, “se encuentra en posición de competencia con otros órganos de la información” en una lucha comercial por su propia supervivencia en el medio y, por otra parte, el cuidado del nombre que ocupa institucionalmente en el

campo sociopolítico como instancia de construcción del espacio público, debe tener un proyecto educativo para la opinión pública.

Mientras mayor es el número de receptores a los cuales el periódico debe llegar, la instancia mediática construye “una imagen de ideal de sujeto blanco capaz de experimentar emociones, de movilizar el afecto”, quien debe suscitar una “pasión” por la información que se le transmite.

La captación según Charaudeau(2006) implica que el periodista denuncie los hechos con la mayor precisión posible, de tal forma, que utilice la narratología incluyendo distintos puntos de vistas y perspectivas donde se relacionen palabras, discursos, declaraciones y respuestas.

En otras palabras, la estrategia de captación, es un proceso discursivo desde un posicionamiento retórico, tiene por objeto persuadir al interlocutor para que así, este se adscriba a lo que se le ha propuesto por medio del acto comunicativo. Esta funciona mientras se manipule los sentimientos de receptor, seduciéndolo con valores, emociones y percepciones. Al igual que con la estrategia de credibilidad, la captación se vale de dos actitudes posibles:

a) Actitud polémica

Este tipo de actitud se caracteriza porque el periodista produce un efecto de “magnificación”, de tal modo que invade el campo informativo y pone su “presencia en altavoz” la cual pone el jaque los valores/creencias sostenidas por la contraparte (s/p).

b) Actitud dramatizadora

La actitud dramatizadora comprende un efecto social que se vale de comparaciones, analogías y metáforas, para ensalzar dichas creencias por sobre conocimientos y datos

duros. Su objetivo es y será, inducir y sugerir emociones en su interlocutor. La dramatización sugiere, a su vez, tres tipos de discursos; el discurso de victimización, el retrato del enemigo y la figura del héroe. La primera es una invitación del portavoz a compartir el sufrimiento de los demás, especialmente en lo que se informa por las propias víctimas o por fuera, pero siempre cerca de los testigos. Los sujetos son situados por el altavoz en una tercera persona. La descripción del atacante o retrato del enemigo, se presenta como la representación del mal absoluto, es a la vez, objeto de atracción y de rechazo. Por último, la figura del héroe, es la representación de un portador de valores simbólicos o bien de quien presta ayuda sin esperar nada a cambio. Este tipo de discurso se utiliza para que los receptores logren identificarse

3.2. Estrategias de credibilidad:

La estrategia de credibilidad se consolida por medio de la posición de enunciación que asuma el sujeto comunicador. El objetivo es hacer creer a la audiencia de que aquello que se predica es verosímil o al menos, plausible. Se pueden asumir al menos tres posturas:

- a) Una posición enunciativa de neutralidad; denotada por la falta de juicios evaluativos o apreciaciones personales
- b) De compromiso, marcado por elementos evaluativos como modalizaciones, elecciones léxicas y argumentaciones, expresando su participación y visión en el discurso.
- c) De distanciamiento, posición nula de subjetividades asociada a la figura del experto.

4. El discurso polifónico

Las estrategias discursivas y la polifonía del discurso noticioso constituyen el punto de partida del análisis, conforme a eso se analizarán las principales formas discursivas que predominan en el discurso noticioso.

En tanto género periodístico, la noticia puede definirse como relato de acontecimientos de los que el periodista da cuenta, ya sea por haber participado en ellos en forma directa o, como generalmente sucede, a partir de lo que ha oído de otros.

El discurso noticioso se articula por distintas voces ajenas enunciantoras que evidencian diferentes visiones de la misma noticia.

En la transcripción de la noticia la responsabilidad periodística exige tanto la precisión de la información como la mención de la fuente. No obstante, muchas veces suele ser que la relación información- fuente no es del todo clara y el discurso suele caer en rumores, en una versión no confirmada de la noticia, o bien, el medio omite ciertas intervenciones que puedan provocar incertidumbre en el receptor. Sea como sea, entre las diferentes formas de reproducir la palabra ajena el discurso periodístico hay un sujeto enunciantor que tiene la obligación de distanciar su propio discurso del de las voces ajenas, esto lo realiza a través de marcas tipográficas como las comillas o la letra cursiva.

De este modo, la polifonía de voces, según Ducrot(1984, citado por Moyano,2007) comprende la intromisión de diferentes “seres teóricos” que expresan diferentes posiciones enunciativas. El locutor corresponde a la entidad designada por las marcas de la primera persona y es el responsable de la enunciación, pero este locutor nunca se expresa directamente, sino que lo hace a través de diferentes puntos de vistas (enunciadores).

Los enunciantores expresan sus puntos de vistas a través de discursos referidos en diferentes estilos; estilo directo e indirecto que serán los dos estilos que analizaremos en esta investigación.

4.1 Estilo directo

En cuanto al uso pragmático del ED en el género periodístico, Benavídez y Ledesma (1997, citado por Moyano, 2007) sostiene:

“El periodista usa las citas directas cuando la fuente expresa una idea interesante y lo hace de un modo especialmente inteligente, clara o inusual. Ayudan a apoyar la información presentada en la nota y le añaden ritmo, color y drama (p.147).

Con la cita directa también se puede intentar mostrar la personalidad o carácter del personaje de la noticia; de este modo, al transcribir sus palabras, se le da al lector la sensación de estar escuchando al individuo. Se puede considerar un ejemplo de estilo directo el siguiente enunciado: “El Banco Central no está cumpliendo con las funciones que le corresponden”, señaló el Ministro.

4.2. Estilo indirecto

La diferencia más notable entre el estilo directo y el estilo indirecto es que, mientras que en el primero se reformulan las palabras de otros con “aparente literalidad”, en el segundo, las palabras referidas sufren algunos cambios, ya que el que las cita las acomoda a su situación de comunicación. En efecto, Reyes (1982, citado en Moyano, 2007) considera que el discurso de la noticia corresponde, básicamente, a una noción muy amplia de la configuración “estilo indirecto”, ya que toda noticia procede de una fuente y es reescrita en la redacción del diario antes de ser impresa. Sostiene, asimismo, que la única forma de saber y analizar de qué tipo de reproducción se trata (si ED o EI) es a través de los elementos del aparato formal de la enunciación, piezas clave para determinar quién actúa como eje de referencia, si el periodista o el hablante originario.

Las estrategias de comunicación y el discurso polifónico, tal como lo mencionamos anteriormente, serán nuestras categorías de análisis para la revisión de los diarios.

5. El conflicto entre el pueblo mapuche y el estado chileno

El conflicto en la Araucanía ha sido un hecho que ha permanecido desde la posesión de las tierras con Pedro de Valdivia en el siglo XIV hasta los problemas ocurridos a la fecha. Sin embargo, hay una serie de acontecimientos que han detonado y aumentado el estado de conflicto hasta la actualidad.

Según José Bengoa(s/f) -autor de varias obras relativas al mundo mapuche- plantea que el origen del conflicto actual entre la comunidad mapuche y el Estado de Chile se encuentra en la política de colonización y reparto de tierras que el Estado aplicó a fines del siglo 19 tras la ocupación militar de la zona.

Actualmente, La Araucanía ha sido foco de noticias debido a hechos de violencia atribuidos a grupos extremistas mapuches, quienes estarían reclamando por la situación que afecta a las tierras que consideran propias. El caso más bullado fue el incendio intencional que costó la vida al matrimonio Luchsinger-Mackay, familia cuyos derechos sobre los terrenos están en tela de juicio, según la opinión de algunas personas mapuches, desde la época de la Pacificación.

Si bien la década de los noventa marca el recrudecimiento de la violencia en la Araucanía, con las primeras tomas de fundos y ataques incendiarios, la tensión ha ido en aumento tras la muerte de tres jóvenes comuneros mapuches: Alex Lemún Saavedra en 2002, Matías Catrileo Quezada en 2008 y finalmente Mendoza Collío el 2009.

5.1. El caso del incendio

Según los estudios de Martín Correa (2008), investigador de los estudios de los derechos indígenas, los antecedentes del incendio preceden a comienzos del siglo XX con la llegada del inmigrante suizo, Adan Luchsinger, a la localidad de Vilcún, tras comprar 60 hectáreas al colono alemán Emilio Quepe. Su terreno estaba rodeado por tierras mapuches, propiedad de las familias que ahora –y desde hace años– denuncian una serie de abusos y usurpaciones primero a manos del gobierno chileno, y luego de parte de los Luchsinger. Hoy los descendientes del suizo poseen 5 fundos que abarcan 1.200 hectáreas, que son reclamadas por las comunidades mapuches vecinas. El punto de partida de la violencia se suscita en ese hecho.

El día 04 de Enero del 2013 se registra un ataque incendiario en la comunidad de Vilcún a la propiedad del matrimonio, Werner Luschinger y Viviane Mackay, llevado a cabo por un grupo de desconocidos, en el mismo día en que se celebraba el quinto

aniversario de la muerte de Matías Catrileo. El matrimonio muere calcinado dentro de la propiedad.

El único detenido del caso fue el machi Calestino Córdova, encontrado a pasos del lugar, siendo hasta el día hoy el único imputado del atentado.

Este hecho fue uno de los puntos más críticos presentados durante el conflicto mapuche que alcanzó una amplia repercusión mediática.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación sobre la cual se realiza este análisis es de carácter exploratorio descriptivo, puesto que se indaga en un área que ha sido poco investigada, se exploran y se describen categorías de análisis que se atribuyen a estrategias de comunicación y a la multiplicidad de discursos en la noticia de un evento de connotación pública.

3.2. Preguntas de investigación

Bajo esta idea, las preguntas de investigación que articulan este trabajo son:

- ¿Cómo las estrategias de comunicación y la polifonía de voces articulan el posicionamiento ideológico de una noticia?
- ¿Hay diferencias en las posturas de los diarios nacionales y regionales frente a la noticia de alta connotación pública?

3.3 Objetivos de investigación

3.3.1 Objetivo General

Identificar el posicionamiento de los diarios nacionales y regionales frente al conflicto mapuche en torno a las estrategias de credibilidad, captación y la polifonía de voces articuladas en la noticia.

3.3.2 Objetivos específicos:

- (1) Describir las estrategias de credibilidad empleadas por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche.

(2) Describir las estrategias de captación empleadas por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche.

(3) Describir el uso de la polifonía por los diarios locales y nacionales frente a un evento en torno al conflicto chileno-mapuche.

(4) Comparar las estrategias de credibilidad y captación y polifonía empleados por los medios locales y nacionales frente a un evento producido en el contexto del conflicto mapuche chileno.

3.4. Evento mediático estudiado

En referencia a los acontecimientos del 04 de Enero del 2013, fecha en que el conflicto mapuche tuvo su punto más álgido con el incendio de la familia Lushinger-Mackay, se revisaron las noticias de 10 periódicos chilenos: 5 de cobertura nacional, con sus oficinas principales ubicadas en Santiago y 3 diarios locales situados en la región de la Araucanía, más cercanos territorialmente al conflicto chileno-mapuche.

3.5. Descripción del corpus

Dentro de los 5 periódicos nacionales analizados se encuentran noticias de los diarios: “El Mercurio”; “La Segunda”; “Las Ultimas noticias”; “El ciudadano”; “Radio BíoBío”; “La Cuarta”, y de los locales se analizaron las noticias de 3 diarios “El Austral de la Araucanía”, “Pulso diario”; “El Gong”. Los criterios de selección de este corpus se sustentaron en que fueran de circulación nacional, con disponibilidad en línea y que dieran cuenta de la noticia el mismo día del hecho o los días posteriores.

En lo que refiere a la noticia publicada en “La Segunda”, la noticia del incendio en Vilcún es portada del diario el mismo día del hecho, donde la misma noticia abarca 4 páginas del periódico dividido en diferentes temas, en cada una de las páginas se enuncia el encabezado “VIOLENCIA EN LA ARAUCANÍA. La noticia analizada es ranking de lectoría.

En el caso de “Las Ultimas Noticias”, la noticia es publicada al otro día del hecho y no es portada, pues solo abarca una página del diario siendo una noticia menos desarrollada.

El diario digital “El Ciudadano” publica la noticia el mismo día del hecho, considerando un n° de 1683 palabras y se enuncia que es una “noticia en desarrollo”.

En lo que se refiere a las noticias publicadas en Radio Bío- Bío, analizamos la noticia que se publicó el mismo día del hecho. Por último, la noticia en el diario “La Cuarta” no es portada del hecho, solo abarca una página en la sección *País* del diario.

En el caso de los diarios regionales, se encontró en “Austral de la Araucanía” que la noticia tiene una extensión de 10 páginas con diferentes apartados, abarcando gran cantidad de la totalidad del periódico, más aún vale señalar que es uno de los dos periódicos regionales que más se comercializan en la zona. La noticia es portada el mismo día del hecho. En lo que se refiere al periódico digital “Pulso Diario” la noticia también es publicada el mismo día del hecho, pero de manera mucho más breve en comparación al otro diario, pues alcanza un número total de palabras de 315. La noticia muestra una imagen pequeña del hecho y no expresa ser una noticia en desarrollo.

Por último, el diario “El Gong” es un diario digital independiente de la zona de la Araucanía. Se desarrollan noticias de la zona como de otras ciudades. En extensión, la noticia abarca 6 planas, presenta imágenes y titulares en distintas disposiciones gráficas.

3.6. Categorías de análisis

A continuación, revisaremos brevemente cada una de las estrategias anteriormente mencionadas:

- i. La estrategia de credibilidad se consolida por medio de la posición de enunciación que asuma el sujeto comunicador. El objetivo es hacer creer a la audiencia de que aquello que se predica es verosímil o al menos, plausible. Se pueden asumir al menos tres posturas según el grado de esta: i) Una posición enunciativa de neutralidad, denotada por la falta de juicios evaluativos o apreciaciones personales. ii) de compromiso, marcado por elementos evaluativos como modalizaciones, elecciones léxicas y argumentaciones, expresando su participación y visión en el discurso. iii) de distanciamiento, posición nula de subjetividades asociada a la figura del experto.
- ii. La estrategia de captación -un proceso discursivo desde un posicionamiento retórico- tiene por objeto persuadir al interlocutor para que así este se adscriba a lo que se le ha propuesto por medio del acto comunicativo. Esta funciona mientras se manipule los sentimientos de receptor, seduciéndolo con valores, emociones y percepciones. Al igual que con la estrategia de credibilidad, la captación se vale de dos actitudes posibles: por una parte, la polémica, la cual pone el jaque los valores/creencias sostenidas por la contraparte. Por otra parte, la dramatización, se vale de comparaciones, analogías y metáforas, para ensalzar dichas creencias por sobre conocimientos y datos duros. Su objetivo es y será, inducir y sugerir emociones en su interlocutor.
- iii. La polifonía de voces, se refiere a los discursos directos e indirectos emitidos en la noticia. En este ámbito se analizará a quienes van referidos los discursos expuestos en las noticias.

3.7. Procedimientos

Para llevar a cabo el análisis de las noticias, hemos seleccionado 3 partes importantes de ellas; la portada del diario, el titular de la noticia, el lead y cuerpo de la noticia. La portada del diario se elige para ver si la noticia del hecho se le ha hecho parte de su página principal definiendo el grado de importancia o no del hecho ese día. Para realizar esto se ha hecho pertinente colocar las portadas y titulares que presentaron los periódicos en las fechas dadas anteriormente.

Las categorías de análisis para cada noticia son; estrategias de credibilidad, de captación y los discursos polifónicos encontrados. En la estrategia de credibilidad delimitaremos la posición enunciativa que presenta el diario. En tanto las estrategias de captación analizaremos la actitud que presenta el diario para promover la adhesión del receptor, estas serían dos; la actitud polémica y la actitud dramatizadora.

Por último, analizaremos la polifonía de voces expresada en los discursos referidos de las noticias. Esto con el fin de saber quiénes son los enunciadores de las noticias y en qué estilo lo realizan, pues estas son las categorías que definirán la posición de la noticia.

IV. Resultados

4.1 . Análisis comparativo:

A partir de la categorización que hemos elaborado y el trabajo de campo realizado, ofrecemos el siguiente análisis comparativo de los diarios nacionales y regionales respecto al conflicto mapuche. Lo siguiente tiene por objetivo señalar las principales diferencias y similitudes que se encontraron en la utilización de estrategias de credibilidad, de captación y en los discursos reproducidos. Asimismo, hemos incluido ciertas características propias de ambos diarios que son importantes de destacar. El análisis de todas las noticias lo podemos encontrar en el ANEXO 1.

En primer lugar, en términos de similitudes podemos señalar que tanto los diarios locales como los diarios nacionales proclaman la noticia como un hecho mediático que afecta en la contingencia nacional. Asimismo, aciertan en la veracidad y fiabilidad de las fuentes, expresando datos y nombres correspondientes en cada una de las noticias.

4.1.1. Estrategias de credibilidad

En lo que respecta a las estrategias de credibilidad los diarios nacionales de Santiago de Chile, presentan un mayor grado de compromiso con la noticia, es decir, el diario comparte su visión en la misma noticia. Esto lo hace a través de elecciones léxicas o modalizaciones que consignan juicios evaluativos o subjetividades dentro de la noticia.

En lo que se refiere a los diarios locales, por el contrario, prima una posición enunciativa de neutralidad respecto a la noticia. La credibilidad no se comparte con la visión del diario, sino que, por el contrario, se distancia. Este distanciamiento se refleja en la noticia por lo que pasa a ser más objetiva y se vale de los discursos reproducidos directos en el relato.

En otras palabras, no hay mayor implicación en la noticia y se nutre de varios discursos directos para entregarle objetividad.

4.1.2. Estrategias de captación

En lo que respecta a las estrategias de captación, los diarios nacionales utilizan una actitud dramatizadora para alcanzar la recepción del público. Esto se ve reflejado en los titulares y cuerpo de las noticias analizadas, principalmente los diarios “La Segunda”, “Las Últimas noticias” y “La Cuarta” los cuales provocan sentimientos de angustia, terror y conmoción en sus lectores, acciones que se reflejan en la elección de sus titulares y en las imágenes presentadas. Se utilizan sustantivos como “terror”, “violencia”, “ataque extremista”.

Pese a lo anterior, solo el diario “El ciudadano” tiende a una actitud polémica que se sustenta en la defensa indiscriminada de la causa mapuche, por lo que se infiere una culpabilidad a las instituciones públicas del crimen ocasionado y no a las comunidades cercanas al lugar.

En lo que se refiere a los diarios regionales, se puede apreciar que los tres diarios presentan una actitud distinta. En el caso del “Austral de la Araucanía”, se proclama una actitud dramatizadora, al igual que los diarios nacionales, se vale de la elección de sustantivos que incitan a provocar sentimientos de angustia y conmoción en los lectores.

En lo que respecta a “Pulso Diario”, es posible evidenciar que al estar en una posición enunciativa de neutralidad, su actitud también lo hace, por lo que no es ni polémica ni dramatizadora.

Por último, “Diario El gong”, presenta una actitud polémica que permite un efecto en la contraparte. Pues en la articulación de la noticia, se coloca la noticia con cierto grado de objetividad y bajo ella el periodista coloca la posición del diario respecto a la noticia. De hecho esta posición es enunciada como un título que dice “la posición del Gong”.

4.1.3. Polifonía de voces en el discurso

En los diarios nacionales, los distintos discursos que se presentan son voz de las instituciones, por ejemplo; Presidente Sebastián Piñera, PDI, Carabineros de Chile, los fiscales o bien víctimas del hecho como Jorge Lushchinger (hijo del matrimonio). Hay una predominancia por el estilo directo, no obstante, igual se presentan discursos en estilo indirecto. El diario que presenta mayores discursos con estilo indirecto es el diario “El Ciudadano”.

En tanto, en los diarios regionales, hay predominancia por el discurso indirecto. Tanto “Pulso Diario” como “Diario el Gong” manifiestan no tener predominancia por ninguno de los dos discursos, no así, “El Austral de la Araucanía”, puesto que es el diario que más discursos directos utiliza dentro de los diarios nacionales y regionales.

A continuación sintetizamos en un cuadro comparativo las principales diferencias observadas en cuanto a las estrategias y a la polifonía de voces.

Diarios	Estrategias de credibilidad	Estrategias de captación	Polifonía de voces
Nacionales -La Segunda -LUN -El ciudadano -BíoBío -La Cuarta	+compromiso +compromiso se valida en discursos reproducidos -causa mapuche	+actitud dramatizadora	+discursos directos reproducidos.
Regionales -Austral de la Araucanía -Pulso Diario -El Gong	+ neutralidad +distanciamiento con la noticia. -causa mapuche	+actitud polémica +actitud dramatizadora	+discursos indirectos reproducidos.

4.2. Resultados en relación a la organización estratégica

A partir del análisis desarrollado hemos dispuesto los resultados según las estrategias de credibilidad, las estrategias de captación y el discurso polifónico observado en las noticias. Por último, se han extraído resultados en lo que respecta al uso de recursos semióticos y como estos afectan las estrategias de comunicación mencionadas.

En cuanto a las variables analizadas, se extraen los siguientes resultados:

4.2.1. Estrategias de credibilidad:

En cuanto a las estrategias de credibilidad en los diarios nacionales predomina una postura de compromiso, postura que en su mayoría implica una postura en contra de la causa mapuche. Se suscita un compromiso con la familia Lushinger- Mackay y con las instituciones, pues la construcción de la noticia resalta el rol de víctima del matrimonio y, en su mayoría, acredita la culpabilidad a los mapuches.

Solo uno de los diarios “El ciudadano” comprende una postura de compromiso, pero a favor del pueblo mapuche. En él se considera que hay un hostigamiento permanente a las comunidades indígenas y se coloca al pueblo mapuche como víctimas del hechos.

Por otro lado, la noticia de la radio “Bio- Bío” considera una posición enunciativa neutra, pues el grado de neutralidad se ve en que la posición de la radio, en este caso, no se ve implicada su propia postura , sino que cuenta los hechos tal cual son sin incluir elementos evaluativos u otros que puedan otorgarle algún juicio de valor.

En lo que respecta a la cobertura regional de la Araucanía, se debe señalar, en primer lugar, que los diarios regionales se ven limitados, puesto que son escasos los diarios que se comercializan dentro de la zona, uno de los más vendidos es “El Austral de la Araucanía”. El resto de la información, llega en formato digital siendo noticias con poco desarrollo a las que no se les da mayor relevancia.

Al contrario de lo que se podría pensar, los diarios regionales presentan una postura de neutralidad respecto al tema y toman un distanciamiento con la noticia. En extensión la noticia es mucho más breve que en los diarios nacionales y no se le da mayor repercusión mediática. La postura enunciativa se mantiene distante de la causa mapuche, por lo que no hay una postura a favor ni tampoco contraria.

En cuanto a las estrategias de credibilidad analizadas, en ellas también se configura su objetividad. La noticia como texto no literario comprende un “carácter objetivo” dado por el periodista. Sin embargo, muchas veces la objetividad se ve intermediada por diferentes faltas o sesgos que presenta el medio. En la objetividad, tal como lo apreciamos en el marco teórico, se pueden presentar cuatro tipos de sesgos:

- a) **El sesgo de contenido:** En el se viene a reflejar la orientación general de un medio de comunicación. Se puede apreciar cómo interpreta los acontecimientos, asignándoles valores y determinando la cantidad y cualidad de la cobertura y su prioridad.
- b) **El sesgo de las fuentes:** Se da en la elección de una fuente que se pronuncia y habla de un acontecimiento. Este sesgo se da fundamentalmente en la utilización de especialistas que interpretarán los acontecimientos.
- c) **El sesgo temático:** El periodista adopta un pattern narrativo, un ángulo para explicar el acontecimiento en términos de un pattern cultural institucionalizado socialmente.
- d) **El sesgo retórico:** Se da en la organización de los materiales brutos de una noticia por razonamientos, por inferencia.

En los diarios analizados podemos observar que la objetividad se ve afectada por un sesgo de contenidos, en los diarios nacionales, los periodistas tienden a asignarle un valor propio a la noticia, le amplía la cobertura y le entrega prioridad. Esto se observa en

considerar la noticia como portada titular, en este caso, solo un diario lo hace, “La Segunda”. El resto, a pesar que no coloca la noticia como portada titular, la noticia considera un amplio desarrollo.

Asimismo, tanto en los diarios regionales como nacionales se ven afectados por un sesgo temático, pues hay una forma particular de desarrollar la narración, la cual se articula de valoraciones adjetivas, discursos en diferentes estilos y en intertextualidades.

El único diario que presenta menos narraciones es “El Austral de la Araucanía”, ya que se distancia un poco de la narración, pero se vale de gran cantidad de discursos directos.

4.2.2. Estrategias de captación:

En cuanto a las estrategias de captación, están configuradas por procedimientos narrativos que implican modalizaciones, selecciones léxicas, adjetivaciones etc.

Dentro de los diarios nacionales, se puede observar desde el titular una actitud dramatizadora que provoca en el lector sentimientos de angustia, terror y conmoción por el hecho. Se utilizan frases como “Matrimonio muere en ataque extremista”, “un drama de terror y muerte”, “ataque incendiario acaba con la vida de matrimonio en Vilcún”.

Asimismo, en uno de los diarios (LUN), se muestra una actitud dramatizadora que es justificada en la familia, por ejemplo, se colocan frases como; “Agricultor muerto en su fundo era veterinario y piloto” “... Luschinger también fue veterinario titulado en 1962 de la Universidad Austral de Valdivia con una tesis sobre vibriofetus, una bacteria que provoca abortos en las ovejas. Su experiencia ahora la aplicaba en su fundo de 40 hectáreas. Ahí donde encontró la muerte”. De esta manera, dramatiza la situación buscando argumentos de emotividad.

En el caso de los diarios regionales, hay una división , ya que los tres diarios analizados presentan 3 actitudes diferentes; “El Austral” presenta una actitud dramatizadora que se valida en la intromisión de discursos directos de personas víctimas del hecho y también de acuerdo a la posición enunciativa del diario, esto se representa mediante la

colocación de frases como; “El matrimonio Lushchinger- Mackay era amante del campo y de sus cuatro hijos” o “Terror en Vilcún”, pues al igual que LUN se proclaman sentimientos de angustia y conmoción por el hecho.

En lo que se refiere a “Pulso Diario” no es posible percibir una tipo de actitud determinada, sino que, al igual que su posición enunciativa neutra, se distancia de la noticia. No utiliza recursos narrativos o descriptivos para construir la noticia.

Por último, en el caso de “El Gong”, se presenta una actitud polémica que presenta el conflicto como un hecho político. Por ejemplo, se introducen citas que expresan “Este no es un problema local, regional, sino que nacional, en tanto se ha incubado un accionar terrorista progresivo, con mayor y luctuosa elocuencia en este Gobierno, pero con claros precedentes en las administraciones anteriores, como en virtud de negociaciones, se le bajó el perfil a la ley antiterrorista, en tanto algunos congresistas consideraron que era un cuerpo legal digno de la Dictadura”. Donde la causa del conflicto radica en que las autoridades no han estado a la altura para frenar la situación. La posición que toma al igual que “el Gong” es de neutralidad y no están ni a favor ni en contra de la causa mapuche.

4.2.2.1 Grado de implicación

Tal como lo expusimos en los antecedentes teóricos el grado de implicación se relaciona con la manera en que afecta la noticia al receptor. Es decir, de qué manera la persona que lee la noticia se ve implicada o entrometida dentro de ella. Concepto que guarda relación con las estrategias de captación.

En la construcción de noticias encontramos cuatro tipos de implicación; **directa y personal, directa y no personal, indirecta y la no implicación.**

La primera de ellas, son aquellas noticias que afectan directamente a la vida cotidiana del individuo; la directa y no personal, afecta directamente de forma emotiva o

ideológica, pero no tiene una incidencia relevante en la vida cotidiana de la persona; la indirecta, no afecta directamente al individuo, que percibe la noticia como algo que sucede en otro tiempo o lugar y a otras personas. En la no implicación, por su parte, el individuo se siente indiferente con la noticia.

Según los diarios analizados, dentro de los diarios nacionales, predomina una implicación directa, pero no personal. De esta manera, los diarios nacionales conciernen características ideológicas y emotivas que impactan a la audiencia, pero que no la afectan directamente. Para esto se valen de enunciados sensacionalistas que causan sentimientos de conmoción, angustia y terror en la población. Sin embargo, esta condición varía según la ideología que plasme el diario, por ejemplo, “La Segunda” y “El ciudadano”, si bien consideran el mismo tipo de implicación, ambos apuntan a audiencias distintas. “La Segunda” considera inmediata culpabilidad al pueblo mapuche, mientras que el otro considera que es un hostigamiento constante.

Los diarios regionales por su parte, presenta una implicación directa y personal, pues la noticia se presenta de tal manera, que afecta a la comunidad completa que reside en ese lugar. Sin embargo, los tres diarios consideran una forma distinta de implicar a los lectores, el diario. “El Austral de la Araucanía” al igual que los diarios nacionales “La Segunda” y “LUN”, utiliza enunciados sensacionalistas.

En “Pulso Diario” la construcción de la noticia es, de tal manera, que no hay implicación con el lector, pues la noticia se presenta de tal forma que causa indiferencia en quien lee la noticia, independiente de que el hecho haya ocurrido en la misma zona. Por último, “El gong”, comprende una implicación directa y no personal, pues mediante su posicionamiento intenta convencer al lector de una determinada postura.

4.2.3. Discursos polifónicos:

De los discursos polifónicos, en los diarios nacionales se presenta la mayor intromisión de voces ajenas al discurso presentado. En su mayoría se presenta una gran

cantidad de discursos directos pertenecientes a figuras políticas (Presidente Sebastián Píler, Ministro Andrés Chadwick, Intendente Molina), instituciones públicas (PDI, Carabineros, fiscales a cargo) y organizaciones mapuches.

El único diario que incluye otro tipo de discursos directos es el diario “El Ciudadano” quien cita a Mónica Quezada (Madre de Matías Catrileo) y al INDH (Instituto Nacional de Derechos Humanos) respecto a la ley antiterrorista.

En lo que se refiere a los diarios regionales, hay igual predominancia de discursos directos como de indirectos. “El Austral” es el diario que más discursos directos presenta, de hecho, la intromisión del periodista es mínima y solo se vale de discursos de otras voces. Sin embargo, por una parte coincide con los diarios nacionales en poner las voces de autoridades políticas y de instituciones públicas, además coloca las voces de los agricultores del sector.

4.3. Recursos multimodales en la credibilidad y captación

Los recursos semióticos complementan las estrategias de comunicación. En términos de multimodalidad, podemos categorizar los diarios de acuerdo a dos niveles; un nivel descriptivo y un nivel simbólico.

El nivel descriptivo, se perciben las líneas, formas de la imagen que sistematizan una determinada configuración. Mientras que en el nivel simbólico, a partir de los elementos constitutivos de la imagen se procede a su interpretación.

De los diarios analizados el único diario que presenta la noticia como portada es el diario “La Segunda”, mientras que en los regionales solo lo hace “El Austral de la Araucanía”. “La Segunda” solo lo hace con el titular y “El Austral” con el titular y la imagen.



En cuanto a la portada, en términos descriptivos los diarios nacionales presentan el titular con letras rojas que es colocada en el centro del diario.

En el artículo noticioso el titular cambia y se amplía “Matrimonio muere calcinado en atentado terrorista en La Araucanía: detienen a machi”. En el diario regional, en términos descriptivos la noticia presenta el titular y la imagen, el titular es más pequeño dando mayor espacio a la imagen. En términos simbólicos, la imagen presenta la casa en primer plano justo en el momento del incendio, bajo esa imagen se encuentra la foto del matrimonio Luchsinger-Mackay y una foto de las autoridades.

La imagen de la portada en conjunto con el titular imponen un mensaje, de manera tal, que tiene coherencia con el contenido de la noticia y con las otras estrategias encontradas.

Las imágenes puestas en los diarios digitales (no desarrollados en papel), dentro de los nacionales las imágenes hacen referencias al mismo momento del incendio o a las autoridades dispuestas en el lugar. En los diarios regionales. la imagen en el “Austral” se coloca en primer plano.

V.CONCLUSIONES

Tras el trabajo realizado, podemos concluir que el posicionamiento del periodista no debe evaluarse únicamente a través de marcas explícitas que se desprenden del texto. Su posición puede ser revelada por el uso de estrategias diversas derivadas de la forma de organizar la materia verbal. De esta manera, el análisis de las estrategias de credibilidad y captación, junto a su articulación con los diferentes discursos que se involucran en la misma noticia nos puede informar del rol del medio en torno a los acontecimientos de connotación pública. Esto es lo que se pudo apreciar en el análisis comparativo de diarios regionales y diarios nacionales.

El posicionamiento del sujeto hablante, puede jugar en apariencias confusas o engañosas de acuerdo a la intención que determine su mensaje. Su posición depende de un conjunto de procesos discursivos (descriptivos, narrativos, argumentativos) y de relaciones semánticas que sustentan en el lector distintos sentimientos y grados de implicación con la noticia en relación con las condiciones situacionales de producción.

Respecto a las preguntas de investigaciones iniciales, se puede señalar que las estrategias de comunicación y el discurso polifónico, define un posicionamiento del diario específico donde la noticia presenta dos tipos de posiciones: la noticia se hace propia y asume un rol de víctima o victimario o bien se distancia del acontecimiento y la noticia es parcializada.

En lo que se refiere a las diferencias, los diarios nacionales asumen un mayor grado de compromiso y desarrollo de la noticia que los diarios locales de la zona. Estos últimos, presentan un distanciamiento de la noticia y no conciben la posición de víctima ni de victimario, la noticia tiene un menor desarrollo.

De acuerdo a los resultados obtenidos, las estrategias de credibilidad en los diarios nacionales comprenden un mayor grado de compromiso, por lo que la noticia de la casa Luschinger- Mackay tiene una repercusión mayor en las zonas centralizadas del país, pues la noticia adquiere mayor concurrencia en los medios y también en los discursos políticos.

En cuanto a los diarios regionales, estos se alejan de la noticia tomando una postura de neutralidad frente al hecho. Hay una implicación directa con el lector, pero no es personal. El grado de imparcialidad cambia, ya que la noticia se vuelve más objetiva dejando de lado las intromisiones narrativas, descriptivas o argumentativas.

En las estrategias de captación, los diarios nacionales desarrollan una actitud dramatizadora con la intención de incitar sentimientos de angustia, terror y conmoción en la población y de proclamar una cercanía con el hecho. Por el contrario, en los diarios regionales no fue posible evidenciar una actitud polémica o dramatizadora, ya que, todos presentaban un posicionamiento diferente.

En relación a los discursos polifónicos encontrados, tanto los diarios nacionales como regionales utilizan los mismos enunciadores, estos hacen referencias a autoridades políticas, instituciones públicas (carabineros, PDI, bomberos). En la revisión de ambos subcorpus se observó que hay una gran cantidad de citas en estilo directo e indirecto, la mayor cantidad de citas directas se encuentra en los diarios de cobertura nacional, mientras que las citas indirectas se presentan en los diarios regionales.

Una de las limitaciones del estudio fue que la cobertura de los diarios locales es escasa, pues solo “El Austral de la Araucanía” se presenta en formato digital y en papel. El resto de los diarios se suman a trabajos de periodistas independientes o grupos de redactores que desarrollan noticias dentro de medios digitales. De esta manera, la noticia se presenta brevemente y sin mayor repercusión mediática.

Tras el análisis realizado, es posible proyectar nuestro trabajo para futuras investigaciones que desarrollen el tratamiento de las estrategias de comunicación en la prensa digital o en otros medios de comunicación. En cuanto al discurso polifónico, este es un concepto que se aplica en la literatura y escasamente en la lingüística, es posible que por medio de esta investigación, se amplíe el concepto para tratarlo con otros medios de comunicación en la disciplina del análisis del discurso.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alsina, M. (1993). *La construcción de una noticia*. España: Paidós

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*.
Barcelona: Gedisa.

Charaudeau, P. (2006). *El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: Normas psicosociales y normas discursivas*. Centro de Análisis del Discurso
Universidad de París , Francia.

Chile B. (2013). “Conflicto en la Araucanía: ¿Cómo llegamos a esto?”. Reportaje publicado
01 de Marzo 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en:
<http://www.chileb.cl/reporteros/conflicto-en-la-araucania-como-llegamos-a-esto/>

Evans, H. (1985). *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Barcelona: Editorial
Gustavo Gili. [En línea]. Consultado 9 de Octubre 2014. Disponible en:
http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/m1_4/la_portada.html

Fernández, M & Pendones, C. (s/f). *Recursos polifónicos del narrador en el discurso periodístico*. Universidad Autónoma de Madrid. [En línea]. Consultado 15 de
Septiembre 2014. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/RFRM/article/viewFile/RFRM9393110285A/1250>

6

Fontcuberta, M (1993). *La noticia, pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Ediciones
Paidós Ibérica.

- Gallardo, A. (2014). “La alteridad en el discurso mediático: Los Mapuches y la prensa chilena”. [En línea]. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/202_amolef.pdf
- Kaltenbacher, M. (2007). Perspectivas en el análisis de la multimodalidad desde los inicios al estado del arte. *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso vol.7 n° 1*.
[En línea]. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
<http://aledportal.com/wp-content/themes/aled/descargas/7-1.pdf>
- López, T. (2002). Los periodistas regionales y el conflicto mapuche en la novena región. Tesis conducente al grado de Licenciada en Comunicación Social. Universidad de la Frontera, Temuco. [En línea]. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
http://200.10.23.169/images/_publ/tesis%20tatiana.pdf
- Moyano, SI. (2007). El discurso narrativizado y las normalizaciones citativas ; dos formas solapadas de caracterizar la palabra ajena. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Ciencias y Humanidades de la Educación. [En línea]. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.227/te.227.pdf>
- Muñoz, R. (2010). Discurso informativo y luchas por el reconocimiento el conflicto mapuche en “El Mercurio” y “La Segunda” (Chile, 2008-2009). *Perspectivas de la comunicación*. Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de la Frontera. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
<http://publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/94>
- Prensa impresa en el aula. Conocemos la prensa; análisis de un periódico. [En línea] Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/113/cd/prensa_escrita/modulo_1/3_a_3.htm

Rojo, LM. (s/f). El orden social de los discursos. Discurso, otoño de 1996, Primavera de 1997. pp. 1-37. [En línea]. Consultado 15 de Septiembre 2014. Disponible en:
https://www.academia.edu/541653/El_orden_social_de_los_discursos

Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. Facultad de comunicación; Universidad de Navarra. [En línea]. Consultado 09 de Octubre 2014. Disponible en:
http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm

Van Dijk, TA. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. España: Paidós

Referencias al corpus

“Agricultor muerto en su fundo en Vilcún era veterinario y piloto”. Las Últimas Noticias.

Santiago de Chile, 05 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.lun.com/default.aspx?dt=2013-01-05>

“Ataque incendiario acaba con la vida de matrimonio en Vilcún”. Diario La Cuarta.

Santiago de Chile 05 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://papeldigital.info/lacuarta/index.html?2013010501#>

“Atentado incendiario en Vilcún cobró la vida de dos conocidos agricultores de la zona”.

Pulso Diario, IX región. 04 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.pulsodiario.cl/archives/12956>

“Comunidades mapuche militarizadas tras muerte de matrimonio Luchsinger”. El

Ciudadano. Santiago de Chile, 04 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.elciudadano.cl/2013/01/04/62387/fuerte-represion-en-comunidades-mapuche-en-estos-momentos/>

“Matrimonio muere calcinado en atentado terrorista en la Araucanía: detienen a machi”. La

segunda. Santiago de Chile, 04 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.la2da.cl/default.aspx?dt=2013-01-04>

“Matrimonio muere tras el ataque de encapuchados a un fundo” . El Austral de la

Araucanía. IX región. 05 de Enero 2013. [En línea]. Consultado 10 de Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.australtemuco.cl/impresa/2013/01/05/papel/>

“Terroristas matan a matrimonio Luschinger en atentado incendiario. “zona roja” del conflicto mapuche se transforma en epicentro de guerrilla rural en Chile”. Diario EL Gong. La Araucanía, IX región. 04 de Enero 2013. [En línea]. Consultado el 10 Noviembre 2014. Disponible en: <http://www.elgong.cl/portada/13017-terroristas-matan-a-matrimonio-luschinger-en-atentado-incendiario-zona-roja-del-conflicto-mapuche-se-transforma-en-epicentro-de-guerrilla-rural-en-chile>

ANEXOS

Diarios nacionales	Estrategias de credibilidad	Estrategias de captación	Polifonía de voces
LA SEGUNDA Portada  Quemaron casa de los Luchsinger-Mackay en La Araucanía... Atacante detenido es "machi"... Píñera y altos mandos policiales viajaron a la zona... Indignación entre agricultores Matrimonio muere en ataque extremista	Presenta una postura en contra del conflicto denotado por un posicionamiento <u>de compromiso</u> frente a la noticia. Presencia de juicios evaluativos "ataque extremista" *Posicionamiento en contra	Manifiesta una actitud <u>dramatizadora</u> , promueve un sentimiento de angustia y miedo. *Postura en contra	Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.
Titular de la noticia: "Matrimonio muere calcinado en atentado terrorista en la Araucanía: detienen a machi"	Presenta una postura en contra del conflicto denotado por un posicionamiento <u>de compromiso</u> frente a la noticia. Presencia de juicios evaluativos "atentado terrorista" *Posicionamiento en contra	En contra: Manifiesta una actitud <u>dramatizadora</u> , promueve un sentimiento de angustia y miedo. Considera al matrimonio con la posición de victimario y se infiere culpabilidad de mapuches.	Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.
Imagen : Noticia muestra casa incendiada y gente de instituciones (PDI, Carabineros y autoridades) alrededor de la casa.	Se asume una posición de <u>compromiso</u> mediante imágenes que muestran el trabajo de las autoridades e instituciones.	Se promueve una actitud <u>dramatizadora</u> , mediante un sentimiento de angustia, temor y preocupación.	Los discursos reproducidos de instituciones guardan relación directa con la imagen mostrada. El discurso polifónico se sustentan en la multimodalidad de imágenes.

Lead y cuerpo	Posición de compromiso *Posición en contra	Se promueve una actitud <u>dramatizadora</u>, mediante el uso de sustantivos como “terror”, “muerte”.	Discurso reproducido por figuras de autoridad: -Sebastián Piñera, Andrés Chadwick Gustavo González(director de carabineros), matrimonio Lushinger, Mackay. Presidente de la multigremial. Intendente de la Novena región. . Referencias a instituciones: -PDI, Ley antiterrorista, Carabineros de Chile, Ministerio de Agricultura. Presencia de discursos directos e indirectos.
LUN  Titular: “Agricultor muerto en Vilcún era veterinario y piloto”	La portada no tiene relación con la noticia. El enunciador asume un <u>compromiso</u> con la noticia y se respalda en el sujeto aludido. *Posición contraria	La portada no tiene relación con la noticia. Asume actitud dramatizadora.	La portada no tiene relación con la noticia. Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.

IMAGEN: La imagen presentada muestra un dormitorio de la casa completamente destrozado y quemado.	El grado de <u>compromiso</u> se respalda en una imagen que se asocia a lo emotivo- afectivo.	Se promueve una actitud <u>dramatizadora</u>, mediante un sentimiento de angustia, temor y preocupación. Esto se avala en la imagen, la cual muestra un dormitorio quemado	
Lead y cuerpo	El enunciador asume un <u>compromiso</u> con la noticia y se respalda en el sujeto aludido.	Actitud <u>dramatizadora</u>. (<u>compasión</u>)	Se presenta la intromisión de discursos directos (Pablo Marisi, Jorge Andrés Lushinger, Yerko Diener, fiscal Alberto Chiffelle).
EL CIUDADANO Portada  Comunidades mapuche militarizadas tras muerte de matrimonio Luchsinger 4 JANUARI, 2013 10:01 ¿QUÉ TIENE UNA PRIMA, JUSTICIA Y ODIO?, PORTADA, PUERLOS, REGIONES, REPRESIÓN	La portada no tiene relación con la noticia.	La portada no tiene relación con la noticia.	La portada no tiene relación con la noticia.
Titular : “Comunidades mapuche militarizadas tras muerte de matrimonio Lushinger”	Se asume un grado de <u>compromiso</u> con la noticia, pero a favor de los mapuches. *Posición a favor	Actitud polémica.	Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.

Imagen: La única imagen que se muestra es la de un helicoptero de carabineros. En el interior se ubica un carabinero apuntando con una metralleta.		Actitud polémica	
Lead y cuerpo	El cuerpo de la noticia se estructura en apartados, todos asumen un <u>compromiso</u> con la causa mapuche	Actitud polémica	Ministerio público, fiscal Alberto Chilleffe, Sabas Chaguán, Presidente Sebastián Piñera, Mónica Quezada (Mamá de Matías Catrileo), INDH, Jorge Arrate, Organizaciones mapuches, Mijael Carbone, Emilio Taladriz. *Mayor presencia de discursos directos.
Werner Luchsinger y su esposa mueren durante grave atentado incendiario en La Araucanía 1771 259 1 0 30609 Ver más 	La noticia no contempla portada	La noticia no contempla portada	La noticia no contempla portada.
Titular: “Werner Luchsinger y su esposa mueren durante grave atentado incendiario en La Araucanía”	Manifiesta una posición enunciativa <u>neutra</u> frente a la noticia.	No hay actitud polémica ni dramatizadora.	Se presenta la voz de un único sujeto enunciator.

Imagen : Se presentan dos imágenes donde muestra un plano general de la casa quemada.			
Lead y cuerpo	Posición enunciativa neutra, no manifiesta cercanía ni distancia con la noticia.	No hay actitud polémica ni dramatizadora.	Organizaciones mapuches,
La Cuarta 	La portada no tiene relación con la noticia.	La portada no tiene relación con la noticia	La portada no tiene relación con la noticia.
Titular: “Ataque incendiario acaba con la vida de un matrimonio en Vilcún”	Posición enunciativa neutra.	Actitud polémica	Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.

Imagen: se presentan 3 imágenes; plano general de la casa incendiándose, la imagen del presidente Sebastián Piñera y la PDI allanando una casa.			
Lead y cuerpo:	Posición enunciativa de compromiso. Posición contraria a la causa mapuche.	Actitud dramatizadora	Fiscal Alberto Chiffelle, organizaciones mapuches, Hernán Solís (PDI), Presidente Sebastián Piñera.

DIARIOS LOCALES EL AUSTRAL DE LA ARAUCANÍA 	Posición de enunciativa de compromiso. *Posición contraria	Actitud dramatizadora. Sentimientos de terror, angustia, conmoción.	Se presenta la voz de un único sujeto enunciator.
Titular: “Matrimonio muere tras el ataque de encapuchados a un fundo”	Posición enunciativa neutra	Actitud polémica	Se presenta la voz de un único sujeto enunciator.
Imagen: Se presenta la imagen de la PDI observando el incendio.			
Lead y cuerpo	Posición enunciativa neutra.	Actitud dramatizadora (sentimiento de angustia, conmoción, terror)	Jorge Andrés Lushinger, fiscal Miguel Ángel Velásquez, organizaciones mapuches, Hernán Solís, Carlos fuente (vecino de la zona), Heinz Gildemester, Hector Urban, Francisco Ljubetic (fiscal especializado), *Mayor presencia de discursos directos.

PULSO DIARIO 	El diario no presenta portada	El diario no presenta portada	El diario no presenta portada
Titular: “Atentado incendiario en Vilcún cobró la vida de dos conocidos agricultores de la zona”	Posición enunciativa de neutra. *No presenta una postura ni a favor ni en contra del conflicto.	Actitud polémica	Se presenta la voz de un único sujeto enunciador.
Imagen: Plano general de la casa incendiándose.			
Lead y cuerpo	Posición enunciativa neutra	Actitud ni polémica ni dramatizadora.	Fiscal Miguel Angel Velasquez *Solo se encuentran discursos directos

Diario “El Gong” TERRORISTAS MATÁN A MATRIMONIO LUSCHINGER EN ATENTADO INCENDIARIO. “ZONA ROJA” DEL CONFLICTO MAPUCHE SE TRANSFORMA EN EPICENTRO DE GUERRILLA RURAL EN CHILE VIERNES, 04 DE ENERO DE 2013 10:19 PIÑERA CONTRAATACA  Acompañado de los ministros del Interior y Seguridad Pública, Andrés Chadwick, y de Agricultura, Luis Mayol, además del General Director de Carabineros, Gustavo González, y del director de la PDI, Marco Vásquez, el Presidente de la República, Sebastián Piñera, llegó hoy a la Araucanía para analizar en terreno, junto a las autoridades locales, las medidas que se tomarán tras el atentado incendiario que costó la vida del agricultor Werner Luschinger y su esposa Vivianne McKay, en Villún.	El diario no presenta portada	El diario no presenta portada.	El diario no presenta portada.
Titular: Terroristas matan al matrimonio Luschinger en atentado incendiario. “Zona roja” del conflicto mapuche se transforma en epicentro de guerrilla rural en Chile”.	A favor : Posición enunciativa compromiso *Posicionamiento a favor de los mapuches.	Actitud polémica	
Imagen: Las imágenes mostradas corresponden a grupos de autoridades políticas.			
Lead y cuerpo de la noticia	Posición enunciativa de compromiso a favor de la causa mapuche.	Actitud polémica	Organizaciones mapuches, Intendente Molina, representante del presidente, María Isabel Fourcade. *Presencia de discursos indirectos.