



EL DISCURSO MEDIÁTICO DURANTE LA APROBACIÓN DE LA LEY NAIN-RETAMAL

Seminario de Investigación para optar al título de Periodista y al grado
de Licenciado en Comunicación Social

Matías Gazmuri Kruberg - Paula Valenzuela Rivera

PROFESOR GUÍA
Felipe Cisterna

SANTIAGO, 2023

ÍNDICE

CAPÍTULO I: Problematicación.....	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Pregunta de Investigación.....	4
1.3. Hipótesis.....	5
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos Específicos.....	5
CAPÍTULO II: Marco teórico.....	6
2.1. El carácter ideológico del discurso periodístico.....	6
2.2. Agenda Setting.....	7
2.3. Teoría del encuadre.....	8
CAPÍTULO III: Diseño Metodológico.....	10
3.1. Método de investigación.....	10
3.2. Tipo de estudio.....	10
3.3. Muestra.....	10
3.4. Instrumentos de investigación.....	11
3.5. Construcción de instrumentos.....	12
3.5.1. Análisis de contenido.....	12
3.5.2. Análisis de frame.....	13
CAPÍTULO IV: Aplicación de instrumentos.....	14
CAPÍTULO V: Análisis de Instrumentos.....	15
6.1. Análisis de frecuencia temporal.....	15
6.2. Análisis de contenido.....	16
6.2.1. Tipo de enfoque.....	16
6.2.2. Tendencia política.....	17
6.2.3. Tono emocional.....	18
6.2.4. Fuentes de información.....	18
6.2.5. Tipo de argumentos utilizados.....	19
6.3. Análisis de frame.....	20
6.3.1. Conflicto.....	20
6.3.2. Interés Humano.....	21
6.3.3. Moralidad.....	22
6.3.4. Responsabilidad.....	24
CAPÍTULO VI: Conclusiones.....	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	28

CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN

1.1. Descripción del problema

La idea de una ley que reforzara las facultades de Carabineros tiene sus primeras manifestaciones en noviembre de 2020 tras el asesinato del cabo segundo Eugenio Naín en la localidad de Padre Las Casas, región de La Araucanía.

Esto impulsó la creación por parte de parlamentarios de la derecha chilena de la llamada “Ley Naín”, la cual aumentaba las penas a quienes atentaran contra la integridad física de los policías, sin poder acceder a penas sustitutivas por estos delitos. Incluyendo además esta acción como agravante en los delitos contra el orden público previstos en la Ley de Seguridad del Estado.

Dos años más tarde, en octubre de 2022, el sargento segundo de 24 años, Carlos Retamal, falleció tras ser golpeado con un fierro en su cabeza mientras fiscalizaba una carrera clandestina de automóviles en San Antonio.

De ahí surgió la idea de la “Ley Retamal” que, además de buscar sanciones más duras para quienes atenten contra la vida de las policías, incluía la llamada “legítima defensa privilegiada” que agregaba, previo a cualquier investigación, una presunción legal que han actuado justificadamente en términos penales. Esta última norma fue catalogada por los sectores progresistas como el llamado “gatillo fácil”, ya que quitaba responsabilidad a la hora de usar sus armas de servicio.

Considerando que la Ley Naín fue presentada a fines de 2020 y la Ley Retamal dos años después, es un hecho que ninguna de estas leyes tuvo una priorización por parte de los gobiernos de turno. Esto es atribuible principalmente a que Carabineros de Chile cargaba con una imagen negativa tras los escándalos de corrupción de la última década y las violaciones a los Derechos Humanos durante las protestas de 2019.

Sin embargo, el asesinato de la Sargento Rita Olivares en marzo de 2023 en la comuna de Quilpué, pone en la palestra mediática la desprotección de las policías a la hora de enfrentar una delincuencia que venía con cifras cada vez mayores y con un aumento en sus niveles de violencia. Esto se sumó a que doce días antes, en Concepción fue asesinado el cabo primero Álex Salazar.

Tras ambos asesinatos, el Congreso sesiona de forma extraordinaria, se refunden ambos proyectos en una misma “Ley Naín-Retamal”, el Gobierno les pone suma urgencia y tras diez días de discusión se convierte en ley, todo acompañado de una fuerte arremetida mediática en torno a las altas cifras de delitos violentos, la desprotección de las policías y la necesidad de que tengan mayores facultades.

Cabe destacar que el día de la aprobación de su tercer trámite constitucional en la Cámara de Diputadas y Diputados, parlamentarios oficialistas anunciaron que acudirían al Tribunal Constitucional para proteger los derechos de los ciudadanos ante esta ley de “gatillo fácil”. Esta acción fue desestimada horas después tras el asesinato de un tercer policía, el cabo primero Daniel Palma quien fue baleado en el centro de Santiago mientras fiscalizaba un vehículo. El Presidente Boric promulgó la ley al día siguiente.

La aprobación de una ley de “gatillo fácil” como Naín-Retamal era inviable tan solo un par de meses antes de que fuese finalmente promulgada. Sin embargo, los medios de comunicación desempeñaron un papel clave en la promoción y construcción de una agenda de seguridad como máxima prioridad para la ciudadanía y, por ende ejercieron presión al Gobierno para que asumiera también esta agenda.

El encuadre dado a los asesinatos de tres policías entre marzo y abril de 2023 pudo contribuir a la creación del escenario propicio para la aprobación de una ley represiva con mayorías impensadas tan solo semanas antes y en tiempo récord.

El objetivo es examinar las estrategias discursivas utilizadas, los marcos interpretativos empleados y los elementos retóricos presentes en la cobertura mediática. Mediante este análisis se pretende evidenciar cómo el discurso mediático contribuyó a la construcción de un escenario favorable para la rápida promulgación de la Ley Naín Retamal.

1.2. Pregunta de Investigación

¿Cómo fue el discurso político que utilizaron los medios de comunicación en los titulares de noticias sobre los asesinatos de carabineros durante la tramitación de la Ley Naín-Retamal?

1.3. Hipótesis

El discurso político en los titulares de las noticias durante la aprobación de la Ley Naín-Retamal fue sensacionalista, dramático y exagerado. Buscaban generar una presión política en respuesta a la crisis social y la falta de protección policial vivida en los últimos años en Chile.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Describir el discurso político de los medios de comunicación reflejados en los titulares de las noticias sobre los asesinatos de carabineros durante la tramitación de la Ley Naín-Retamal.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las tendencias políticas de Emol, El Mostrador y La Cuarta a través de los titulares de las noticias sobre los asesinatos de carabineros y la Ley Naín-Retamal.
- Identificar las diferencias o similitudes de los discursos en los distintos medios de comunicación analizados.
- Determinar los tipos de encuadre que utilizaron los medios de comunicación en torno a los titulares durante la promulgación de la Ley Naín-Retamal.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 El carácter ideológico del discurso periodístico

La reflexión sobre la percepción del mundo y la construcción de la realidad ha evolucionado desde obras como "The Perception of Reality" de William James (1869) hasta "La construcción social de la realidad" de Berger y Luckmann (1966). Estos últimos exploran la diversidad de realidades sociales, centrándose en la realidad cotidiana y la interacción social.

Berger y Luckmann (1966) proponen que la realidad se construye a través del lenguaje. En esta construcción es la palabra la que juega un papel fundamental, en relación a que las palabras significan, representan o simbolizan algo que va más allá de las palabras mismas y lo logran de un modo pública y colectivamente comprensible (Searle, 1997, p. 77).

La realidad por tanto, es representada a partir de las categorías y descripciones que identifican ciertos hechos, objetos o experiencias. Potter (1998) plantea que lo que creemos del mundo se constituye en el lenguaje, a medida que las personas hablan, escriben y discuten sobre él. A partir de este punto es que hablaremos de "construcción" para referirnos a la forma en que una realidad social cobra existencia.

En la sociedad contemporánea, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción de esta realidad, convirtiéndose en una de las instituciones sociales con más presencia en la vida cotidiana de los individuos.

Para muchos sectores de la sociedad, se sigue entendiendo al discurso de los medios de comunicación como un conocimiento objetivo, imparcial, no político y libre de ideologías. Sin embargo, dicho discurso en realidad se construye a partir de una fuerza ideológica que no solo comunica los hechos, sino también los dota de sentido a través del análisis y comprensión de los mismos.

A partir de las visiones de teóricos de la comunicación, como Alsina (1993), Thompson (1993), Van Dijk (2000) y Verón (1995), se subraya que los medios, al enmarcar eventos como noticias de interés general, definen problemas sociales y enfocan la atención de la sociedad y la institucionalidad.

El carácter ideológico del discurso periodístico se manifiesta en la labor del editor y el equipo periodístico de seleccionar, presentar y manipular la información que transmiten al público. Estas decisiones son influenciadas por criterios políticos, económicos o empresariales, reflejando supuestos, creencias y valores de quienes producen el discurso periodístico en cada uno de los medios de comunicación.

Cada mensaje informativo lleva una carga ideológica inevitable, ya que los periodistas, como miembros de la sociedad, no pueden separarse de sus creencias y subjetividades. Estos productos discursivos no sólo cumplen una función informativa, sino que también construyen representaciones de la realidad y establecen relaciones de poder. A través del periodismo se define qué noticias son consideradas importantes, a quién benefician o perjudican, a quién conviene que se difundan, que se omita, etc. De esta manera, el periodismo desempeña un papel crucial en la construcción de la sociedad y la cultura.

2.2 Agenda Setting

La teoría de la Agenda Setting, desarrollada por McCombs y Shaw en 1972, sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en la importancia que la gente otorga a ciertos temas. En otras palabras, los medios no pueden decirnos qué pensar, pero sí sobre qué pensar.

Según esta teoría, los medios no solo informan, sino que también establecen la agenda pública, determinando qué temas son relevantes, afectando así la percepción de la gente sobre lo que es relevante o no en la sociedad.

La Agenda Setting se basa en la premisa de que "los medios de comunicación son una fuente importante de información sobre la sociedad y el mundo que nos rodea" (McCombs y Shaw, 1972). La cobertura mediática puede llevar a la percepción de que ciertos temas son más importantes de lo que realmente son, influyendo en la opinión pública y la toma de decisiones políticas y sociales.

Esta teoría se ha aplicado a diversos temas, incluyendo la delincuencia y la labor de las policías. Así, durante décadas la delincuencia ha sido tema recurrente en los noticiarios y medios de comunicación, y esta se intensifica especialmente cuando se trata de delitos violentos.

Como señala el criminólogo David Garland, "los medios de comunicación son una fuente importante de información sobre el crimen y la justicia para la mayoría de la gente" (Garland, 2001). Por lo tanto, la forma en que se cubre la delincuencia en los medios puede tener un impacto significativo en la percepción pública de este tema.

La forma en que se informa sobre la delincuencia puede influir en la formulación de políticas públicas. Si la cobertura mediática apunta a las soluciones y medidas preventivas puede fomentar que la sociedad se involucre más en la prevención del delito, mientras que si el enfoque está en los delitos violentos, se pueden terminar impulsando medidas punitivas, como la Ley Naín-Retamal.

La teoría de la Agenda Setting también destaca cómo los medios pueden generar una sensación de inseguridad, abogando por más facultades para las policías, o cuestionar el abuso de poder, abogando por medidas más estrictas de control. Estas visiones se reflejaron en las protestas de 2019 y en el debate sobre la Ley Naín-Retamal en 2023.

En resumen, la Agenda Setting es relevante para comprender la forma en que los medios cubren la delincuencia y la labor policial, influyendo en la percepción pública, la formulación de políticas y la seguridad ciudadana. Es importante tener en cuenta que la cobertura mediática de la delincuencia puede ser sesgada y tendenciosa, y que es necesario analizar críticamente la información que se recibe a través de los medios de comunicación.

2.3 Teoría del encuadre

La teoría del encuadre, también conocida como framing, analiza cómo los medios seleccionan y presentan ciertos aspectos de la realidad para influir en la forma en que las personas piensan y actúan. Es una herramienta esencial para entender cómo los medios de comunicación presentan la información al público e influyen en la forma en que el público percibe la información, pudiendo influir en la opinión pública sobre un tema en particular (Entman, 1993).

Los encuadres, según Gamson y Modigliani (1989), son "ideas centrales organizadoras que dotan de sentido a los acontecimientos relevantes", expandiendo su potencial simbólico al alinearse con la cultura.

Tuchman (1978) por su parte, compara la noticia con una ventana cuyo marco delimita la realidad a la que se tiene acceso, limitando la percepción de otras realidades y perspectivas, y centrando la atención en ese fragmento específico. Gitlin (1980) sostiene que a partir de la selección, el énfasis y la exclusión es que el encuadre se constituye, haciendo que nuestra atención se centre en unos mensajes (los incluidos en el frame) por sobre otros (excluidos del mismo).

Según Scheufele y Tewksbury (2007) el encuadre puede influir en la forma en que las personas procesan y recuerdan la información, y puede influir en la formación de actitudes y comportamientos. Entre los efectos que tiene el encuadre en las personas, está la influencia en la opinión pública sobre temas políticos y sociales

Por ejemplo, si la prensa se enfoca en la delincuencia violenta, esto puede llevar a la percepción de que la delincuencia es un problema más grave de lo que realmente es. Además, la forma en que se representan a los delincuentes en los medios puede influir en la percepción pública de este grupo. Como señala el sociólogo Stanley Cohen, los medios de comunicación juegan un papel importante en la creación y mantenimiento de estereotipos sobre los delincuentes (Cohen, 1972).

En lo que respecta a las atribuciones de las policías, los medios de comunicación también utilizan diferentes encuadres para presentar la información al público. El encuadre del "héroe" es común en la cobertura mediática de las acciones policiales. Según este encuadre, los policías son presentados como héroes que arriesgan sus vidas para proteger a la sociedad, lo que puede influir en la forma en que el público percibe a las instituciones policiales. En relación al contexto de la investigación, podemos ver como el encuadre de "héroe" también ha sido acompañado por el de "víctima".

En conclusión, la teoría del encuadre es una herramienta esencial para entender cómo los medios de comunicación seleccionan y presentan ciertos aspectos de los acontecimientos con el fin de influir en la forma en que las personas piensan, actúan y perciben la realidad. El encuadre a su vez puede tener efectos significativos en la opinión pública y la política pública, y puede influir en las decisiones que toman políticos y dirigentes.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación

En el presente estudio se utilizará un método de investigación cualitativo. El análisis cualitativo busca comprender y explorar fenómenos sociales y comunicativos desde una perspectiva interpretativa. Según Creswell (1998), la investigación cualitativa permite profundizar en la comprensión de los procesos sociales y comunicativos, capturando la subjetividad de los participantes y revelando significados e interpretaciones (Creswell, 1998).

La elección de un método de investigación cualitativa se fundamenta en la necesidad de comprender en profundidad la subjetividad de los medios de comunicación a la hora de abordar temáticas como los asesinatos de Carabineros durante inicios de 2023 y la discusión y posterior promulgación de la Ley Naín-Retamal, revelando los significados e interpretaciones de los mismos.

3.2. Tipo de estudio

Se llevará a cabo una investigación de tipo descriptiva. Esta metodología tiene como objetivo principal la recopilación, análisis y presentación de datos de manera detallada para describir, de manera precisa y completa, los fenómenos en el ámbito de la comunicación y los medios de comunicación.

La investigación descriptiva brinda la oportunidad de examinar de manera minuciosa la realidad de los medios de comunicación analizados, identificando patrones, características y particularidades en la forma en que estos temas son abordados. Además, permitirá adentrarnos en la construcción de una imagen clara y completa de la situación, lo que será fundamental para comprender en profundidad los aspectos comunicativos y sociales relacionados con nuestro objeto de estudio.

3.3. Muestra

El muestreo empleado será no probabilístico, específicamente un muestreo intencional. De acuerdo con Maxwell (2009), el muestreo intencional consiste en “escoger adrede situaciones, personas o actividades específicas a fin de proporcionar información de singular relevancia para las preguntas y objetivos de la investigación pero que no podría obtenerse por medio de otras opciones”.

En este caso, se seleccionarán de manera intencional titulares de los medios de comunicación La Cuarta, Emol y El Mostrador, para realizar un análisis cuantitativo de sus publicaciones respecto a Carabineros y la Ley Naín-Retamal. La selección de estos medios de comunicación se justifica debido a su reconocimiento y representatividad en el panorama mediático nacional. Además, reflejan a diferentes segmentos de la sociedad y muestran distintas perspectivas políticas e ideológicas.

En relación a los objetos de estudio, estos serán los titulares de noticias relacionadas a carabineros, en noticias que se hayan publicado entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2023, ambas fechas inclusive. El incluir estos tres medios, buscará capturar la diversidad de opiniones y enfoques presentes en el panorama mediático, lo cual enriquecerá el análisis y proporcionará una comprensión más amplia de la construcción discursiva en el contexto de la comunicación social.

3.4. Instrumentos de investigación

Para la presente investigación es pertinente realizar un análisis tanto de contenido como de frame. A través de ambos mecanismos se logrará recolectar y registrar la información, para examinar los textos y otras características semánticas con el objetivo de extraer información relevante y significativa para llevar a cabo el análisis.

Tal como señala Bardin (2013), “el análisis de contenido es una técnica que tiene por objetivo la obtención de indicadores cuantitativos o cualitativos, que permitan la inferencia de conocimientos relativos al objeto de análisis”, de esta manera se logrará estudiar y analizar el contenido de los titulares de los distintos medios de comunicación, principalmente en las noticias publicadas en un periodo clave para la aprobación de la Ley Naín-Retamal.

Posterior a esto, se realizará un análisis de frame, que como lo describe Entman, el proceso de “enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerla más prominente en un texto de comunicaciones, de manera tal que promueva un problema particular de definición, una interpretación causal, una evaluación moral, y/o una recomendación de tratamiento para el artículo descrito” (Entman, 1993, p. 52).

Consideramos crucial comprender los factores que determinan la prominencia en un texto comunicacional para poder incorporarlos en nuestro análisis. En este sentido,

el primer paso consiste en identificar las posiciones o perspectivas presentes en la construcción del texto, evaluando si se abordan opiniones a favor y en contra o si se privilegia una única postura. Este enfoque nos permitirá destacar la prominencia de ciertas visiones sobre otras en la presentación de la información y reconocer posibles tendencias sutiles en el encuadre. La aplicación del método de análisis de frame es esencial para desentrañar estos elementos, revelando cómo la estructura y presentación de la información influyen en la percepción del público.

3.5. Construcción de instrumentos

Como instrumentos se definió elaborar una matriz de análisis de contenido y matriz de análisis de frame. Ambos instrumentos se desarrollaron con el propósito de analizar los titulares de noticias relacionados tanto con los asesinatos de Carabineros a principios de 2023 como con la aprobación de la Ley Naín-Retamal.

3.5.1. Análisis de contenido

Se enfocó en cinco categorías: enfoque de la noticia, tono emocional, tendencia política, fuentes de información y tipos de argumento utilizados. Cada una se desglosa en indicadores que permiten clasificar y describir los diferentes elementos.

- Tipo de enfoque: Se verá cuál es el enfoque de cada titular, tomando como enfoques el político, social, judicial, de seguridad pública y de opinión pública.
- Tono emocional: Busca evaluar la carga emocional expresada en el titular, lo que permitirá determinar si estos son sensacionalistas, dramáticos o neutros.
- Tendencia política: Se analizará la tendencia política presente en cada titular, ya sean oficialistas, de oposición o neutros.
- Fuentes de información: Se centra en identificar las fuentes presentes en el titular, ya sean autoridades, políticos, integrantes de las Fuerzas Armadas, familiares o la comunidad y otros personajes públicos.
- Tipos de argumentos utilizados: Aquí, se explorarán los tipos de argumentos utilizados en los titulares, como la apelación a la emoción, el testimonio de expertos, principios éticos, ejemplos concretos o estadísticas.

Estas categorías serán fundamentales para poder analizar de buena manera los titulares seleccionados y cumplir con los objetivos de la investigación.

3.5.2. Análisis de frame

El análisis de frame se construirá a partir de la propuesta de Semetko y Valkenburg (2000), quienes identifican cinco tipos de frame dentro de la noticia.

- Frame de conflicto: Es aquel que enfatiza los conflictos entre personas o instituciones presentes dentro de la noticia. En términos concretos nos preguntaremos si el titular presenta algún conflicto y si reprocha a alguien en específico.
- Frame de interés humano: Este frame contiene un ángulo emocional en la presentación del tema o problema. Enmarcar las noticias en un frame de interés humano es una forma de personalizar las noticias, escenificando y hasta “emocionalizando” las mismas, para así capturar y mantener el interés de la audiencia. En concreto nos preguntaremos si los titulares muestran un lado humano.
- Frame de moralidad: Agrega al hecho noticioso principios morales, determinando cómo deben comportarse las personas ante determinados hechos y mostrando un punto de vista de *lo bueno y lo malo*. En términos concretos se preguntará si los titulares dan un mensaje moral y cómo comportarse.
- Frame de responsabilidad: Presenta el tema de manera tal que la responsabilidad sea atribuida a un individuo o a un grupo determinado. En términos concretos nos preguntamos si el titular presenta una solución al problema, qué tipo de solución y quién la propone.

Existe una quinta categoría levantada por Semetko y Valkenburg denominada frame de consecuencias económicas. Esta informa justamente de este tipo de consecuencias que el hecho podría tener en las personas o en el país. Dentro del análisis esta categoría no arrojó resultados relevantes por lo que definimos descartarla del informe final.

Finalmente, las cuatro categorías restantes sirven para poder identificar de qué modo los medios construyen su marco de referencia. Y, a partir de ambos análisis, podremos llegar a conclusiones específicas respecto a los objetivos de nuestra investigación.

CAPÍTULO IV: Aplicación de instrumentos

Para poder realizar la aplicación de ambos instrumentos, tomamos como fuente de información la plataforma de noticias de la Hemeroteca Digital de la Biblioteca del Congreso Nacional.

En dicha plataforma, realizamos una búsqueda de los conceptos “*carabinero*” y “*carabineros*” en los medios EMOL, La Cuarta y El Mostrador, entre los días 1 de marzo y 30 de abril de 2023, ambas fechas inclusive. Una vez realizada dicha búsqueda, se procedió a un primer análisis para definir qué titulares entraban o no en el marco de la investigación.

En total se recolectaron 377 titulares de noticias que cumplían con los criterios seleccionados. A continuación mostramos las frecuencias por cada uno de los medios de comunicación:

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Total general	152	69	156	377

Los resultados de la aplicación del análisis a nivel global, se desglosan de la siguiente manera:

Tipo de enfoque

- Judicial: 60 titulares
- Opinión Pública: 36 titulares
- Político: 151 titulares
- Seguridad: 68 titulares
- Social: 62 titulares

Tono emocional

- Dramático: 50 titulares
- Neutro: 256 titulares
- Sensacionalista: 71 titulares

Tendencia política

- Neutro: 237 titulares
- Oficialista: 93 titulares
- Oposición: 62 titulares

Fuentes de información

- Autoridad: 89 titulares
- Familia/Comunidad: 63 titulares
- Fuerzas Armadas: 49 titulares
- Personaje Público: 80 titulares
- Políticos: 96 titulares

Tipos de argumentos utilizados

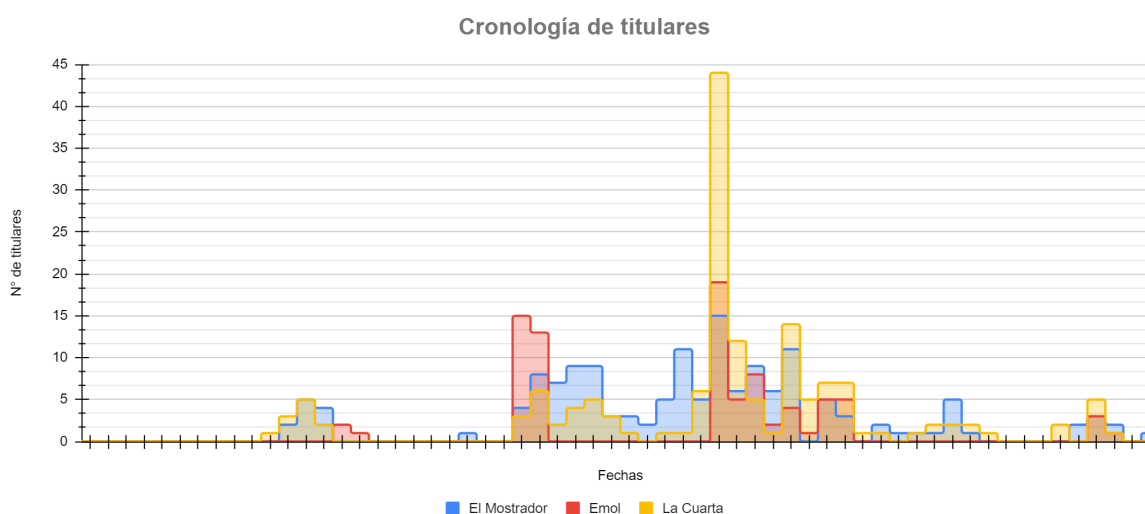
- Apelación a la emoción: 99 titulares
- Ejemplos concretos: 161 titulares
- Principios éticos: 45 titulares
- Referencias históricas: 1 titular
- Testimonio de expertos: 35 titulares

CAPÍTULO V: Análisis de Instrumentos

El análisis de los instrumentos se realizará a partir de tres etapas principales. La primera, a través de un gráfico de frecuencia temporal, donde se vea la cantidad de notas publicadas por cada uno de los medios en las fechas que comprende el estudio. La segunda, el análisis de contenido a partir de las categorías construidas (enfoque, tono, tendencia política, fuentes y tipos de argumento). Finalmente, un análisis de frame, donde se tomaron los titulares publicados durante el peak de la coyuntura, el 6 de abril de 2023, y fueron analizados a la luz de los frames presentados por Semetko y Valkenburg (2000).

5.1. Análisis de frecuencia temporal

En relación a las fechas y semanas clave del estudio, a partir del siguiente gráfico podemos identificar los distintos peaks que existieron durante la cobertura de la investigación y los diferentes matices entre los distintos medios.



El primer peak se da entre el 14 y el 17 de marzo, con el asesinato del cabo primero Álex Salazar. A continuación, el 26 de marzo se desata el segundo gran peak con el asesinato de la sargento Rita Olivares. Este peak se extiende ininterrumpidamente durante casi un mes, hasta el 21 de abril, en donde carabineros deja de estar en los titulares de los medios seleccionados. El punto máximo de titulares relacionados se da el 6 de abril, tras la aprobación de la Ley Naín-Retamal y el asesinato del cabo Daniel Palma. Finalmente entre el 25 y el 28 de abril vuelven a aparecer discretamente los titulares en el contexto del Día del Carabinero.

En el caso de **Emol**, se ve como toma la primera ofensiva durante la coyuntura específica del asesinato de la sargento Rita Olivares (26 y 27 de marzo), con titulares orientados principalmente a un enfoque en la falta de seguridad. Posterior a eso abandona el tema, para volver a tomarlo con fuerza a partir del 6 de abril con el asesinato del cabo Daniel Palma, y durante los días posteriores, principalmente en torno a la búsqueda de los sospechosos de dicho crimen.

En relación a **La Cuarta**, si bien existe una leve cobertura frente al asesinato de la sargento Olivares, la explosión la vemos el 6 de abril en el contexto del asesinato del cabo Palma. Ese día se publican prácticamente un tercio de los titulares totales analizados de este medio durante el período. Aquí se ve un bombardeo muy duro en torno a la crisis de seguridad desatada y con fuertes críticas hacia el gobierno. Finalmente, existe un pequeño peak durante el 10 de abril con noticias que giran en torno a un joven herido a bala por carabineros en lo que fue la primera aplicación en la calle de la recién aprobada Ley Naín-Retamal.

En relación a la cobertura de **El Mostrador**, se puede observar como el peak inicial no está marcado con el asesinato de la sargento Olivares, sino que tiene su punto más alto durante los días posteriores, específicamente entre el 27 y el 30 de marzo.

Esta situación se da porque la cobertura del medio es de un tinte más político y por tanto, los titulares de esos días, más allá del enfoque en la seguridad, giraron en torno a la suspensión de la semana distrital del Congreso para abordar la agenda, además de las negociaciones y debates que se dieron en torno a la Ley Naín-Retamal. Esto se ve muy bien reflejado el 4 de abril, día de la aprobación de la Ley Naín-Retamal, cuando el medio tiene un peak en solitario.

5.2. Análisis de contenido

Para el análisis de contenido, se consideraron 377 titulares en total: 152 de El Mostrador, 69 de Emol y 156 de La Cuarta.

5.2.1. Tipo de enfoque

En relación al tipo de enfoque utilizado por los medios en los titulares investigados, se observa una clara mayoría en el enfoque político y a continuación una segunda línea con los enfoques de seguridad, social y judicial prácticamente empatados.

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Judicial	19 (12,5%)	11 (15,9%)	30 (19,2%)	60
Opinión Pública	9 (5,9%)	5 (7,2%)	22 (14,1%)	36
Político	99 (65,1%)	20 (29,0%)	32 (20,5%)	151
Seguridad	16 (10,5%)	22 (31,9%)	30 (19,2%)	68
Social	9 (5,9%)	11 (15,9%)	42 (26,9%)	62
Total	152	69	156	377

En el caso de El Mostrador tiene un muy marcado enfoque político (65,1%) y en menor medida aborda un enfoque judicial y de seguridad (12,5% y 10,5% respectivamente).

Respecto a Emol, sus principales enfoques son de seguridad y político. Mientras que en el caso de La Cuarta, si bien el enfoque social es el principal, le siguen muy de cerca tanto el político, judicial y de seguridad en una muestra mucho más variada que los otros dos medios. En ninguno el enfoque de opinión pública es mayoritario.

En resumen, se observa de manera evidente los enfoques desde el que cada uno de los medios abordó la coyuntura policial. El Mostrador con una línea marcadamente política, Emol mezclando la política con la seguridad y La Cuarta desde lo social termina cubriendo todas los enfoques planteados.

5.2.2. Tendencia política

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Oficialista	58 (38,2%)	15 (21,7%)	20 (12,8%)	93
Neutro	79 (52,0%)	59 (85,5%)	99 (63,5%)	237
Oposición	15 (9,9%)	10 (14,5%)	37 (23,7%)	62
Total	152	69	156	377

En relación a la tendencia política, los tres medios tienen una mayoría de titulares con una neutralidad al respecto. En mayor medida Emol (85,5% de sus titulares), seguido de La Cuarta (63,5%) y finalmente El Mostrador (52,0%).

No obstante, las posiciones oficialistas y de oposición también están presentes, siendo El Mostrador quien más presenta titulares oficialistas (38,2%) mientras que La Cuarta lidera los titulares con tendencia opositora al gobierno (23,7%). Llama la

atención que en el caso de Emol, periódico normalmente vinculado a la derecha y los grupos conservadores del país, existan más notas oficialistas que de oposición.

En resumen, se evidencia, cómo pese a que si bien existen posiciones y tendencias políticas en cada uno de los medios de comunicación investigados, finalmente en términos explícitos, se intenta marcar siempre un tono neutro por encima de cualquier posicionamiento concreto.

5.2.3. Tono emocional

En relación al tono emocional, tanto Emol como El Mostrador, manifiestan un tono más bien neutro, mientras que en La Cuarta predomina el tono sensacionalista.

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Dramático	0 (0%)	7 (10,1%)	43 (27,6%)	50
Neutro	152 (100%)	54 (78,3%)	50 (32,1%)	256
Sensacionalista	0 (0%)	8 (11,6%)	63 (40,4%)	71
Total	152	69	156	377

Con respecto a La Cuarta, la tonalidad predominante es la sensacionalista (40,4%) seguida del neutro (32,1%) y el dramático (27,6%). Siendo este medio el que más oscila entre las distintas tonalidades emocionales.

Si bien Emol tiene casi un 80% de sus titulares con tono neutro, destaca por sobremanera el hecho que la totalidad de titulares analizados de El Mostrador ocupen esta tonalidad.

5.2.4. Fuentes de información

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Autoridad	42 (27,6%)	19 (27,5%)	28 (17,9%)	89
Familia/Comunidad	9 (5,9%)	6 (8,7%)	48 (30,8%)	63
Fuerzas Armadas	9 (5,9%)	26 (37,7%)	14 (9,0%)	49
Personaje público	17 (11,2%)	0 (0%)	63 (40,4%)	80
Políticos	75 (49,3%)	18 (26,1%)	3 (1,9%)	96
Total	152	69	156	377

En relación a las fuentes de información utilizadas por los medios de comunicación, se observa que a nivel general existe una transversalidad de las fuentes. Si bien el

protagonismo aparente se lo llevan los políticos (25,5%) y las autoridades (23,6%), cuando se entra al análisis minucioso de cada medio la situación cambia.

El Mostrador tiene tres cuartos de sus titulares con fuentes de autoridades y políticos, llegando estos a ser fuente de prácticamente la mitad de sus notas.

En el caso de Emol son las fuentes vinculadas a las Fuerzas Armadas las que encabezan la lista (37,7%), seguidas de autoridades (27,5%) y políticos (26,1%). Cabe destacar que ningún titular está vinculado a fuentes de personajes públicos.

Lo contrario al caso de La Cuarta, en donde el 40,4% de las fuentes utilizadas son personajes públicos no vinculados ni a la política ni a las policías, sino más bien a la televisión y el espectáculo. Cabe destacar que los familiares y la comunidad cercana a las víctimas son la segunda fuente más utilizada por este medio con un 30,8%.

En resumen, si bien las cifras generales podrían mostrar un escenario más bien ecuánime, en el detalle se evidencia cómo cada uno de los medios refleja a través de sus fuentes el discurso que buscan posicionar. Por una parte, tienes un medio altamente politizado como El Mostrador, pasando por Emol con su foco en las Fuerzas Armadas, para terminar con el discurso *light* de La Cuarta que pone el foco en las víctimas y las figuras televisivas.

5.2.5. Tipo de argumentos utilizados

Medio	El Mostrador	Emol	La Cuarta	Total
Apelación a la emoción	11 (7,2%)	11 (15,9%)	79 (50,6%)	101
Ejemplos concretos	65 (42,8%)	56 (81,2%)	50 (32,1%)	171
Estadísticas	12 (7,9%)	0 (0%)	0 (0%)	12
Principios éticos	36 (23,7%)	2 (2,9%)	14 (9,0%)	52
Testimonio de expertos	28 (18,4%)	0 (0%)	13 (8,3%)	41
Total	152	69	156	377

En relación a los tipos de argumentos utilizados por los medios, se observa que a nivel global tanto los ejemplos concretos como la apelación a la emoción son los dos argumentos más utilizados.

Ahora bien, pasando al análisis específico de cada medio, se refleja como en El Mostrador los titulares se basan principalmente en argumentos de ejemplos concretos (42,8%) pero seguido por argumentos de principios éticos (23,7%) y de testimonio de expertos (18,4%).

En el caso de Emol, prácticamente la totalidad de sus titulares se basan en ejemplos concretos con 81,2% seguido de un 15,9% de titulares que apelan a la emoción. Cabe destacar la nula ocupación de testimonio de expertos en este medio.

Finalmente, en el caso de La Cuarta, la mitad de sus titulares están basados en una apelación a la emoción, siendo los ejemplos concretos el segundo argumento más utilizado. Es importante mencionar que ninguno de los medios en esta coyuntura ocupa las estadísticas como argumento para sus notas, salvo El Mostrador en escasos titulares.

En definitiva, se ve como La Cuarta basa sus argumentos en la emocionalidad, mientras que Emol lo hace a partir de ejemplos concretos. El Mostrador en este caso, si bien mayoritariamente presenta titulares argumentados en ejemplos concretos, les suma argumentos éticos y testimonios de expertos.

5.3. Análisis de frame

Para el análisis de frame, se consideraron como muestra las notas publicadas el 6 de abril de 2023. Este día fue el peak de publicación de notas de los tres medios analizados. Bajo estas condiciones se analizaron 44 titulares de La Cuarta, 19 titulares de Emol y 15 titulares de El Mostrador.

5.3.1. Conflicto

Para analizar el conflicto dentro de los frames de los medios analizados, se consideró el caso de la polémica con la periodista del canal de televisión Mega, Paulina de Allende-Salazar. Ella durante una transmisión en vivo cubriendo el asesinato del cabo Palma, se refirió a este como *paco* en vez de carabinero, lo que provocó que el mando de Carabineros la vetara de estar en el punto de prensa y provocó que a la larga fuera despedida del canal donde trabajaba.

Mega despide a periodista Paulina de Allende-Salazar tras referirse a cabo fallecido como "paco" en transmisión en vivo (El Mostrador).

Mega despide a periodista que calificó de "paco" a carabinero fallecido: "Actuación (...) transgrede la línea editorial" del canal (Emol).

En el caso de El Mostrador y Emol, se observa como el titular busca describir la situación en términos más bien objetivos, si bien Emol suma un extracto de la declaración emitida por el canal, sigue siendo más bien una descripción. No obstante, cuando se ven los titulares de La Cuarta, se evidencia la búsqueda de aumentar la polémica, tanto por el foco en la indignación de los televidentes, como posteriormente en las cuñas que saca de otros personajes de la televisión o la política al respecto, todos protagonistas de la derecha chilena.

Trató de "paco" al cabo Palma: el comentario de Paulina de Allende-Salazar que indignó a televidentes (La Cuarta).

Excusas por ese horror: animadores del Mucho Gusto reaccionan a criticado "lapsus" de Paulina de Allende-Salazar (La Cuarta).

El odio y resentimiento te sale del alma...: Camila Flores barrió con Paulina de Allende-Salazar por tratar de "paco" a cabo Palma (La Cuarta).

Es una marxista sin criterio: El furioso desahogo de Patricia Maldonado contra Paulina de Allende (La Cuarta).

En este ejemplo concreto, se ve como La Cuarta busca posicionar y aumentar un conflicto en que la periodista sufrió una censura por un lapsus y la utilización de un chilenismo. El espacio que se le da a voces críticas manifiesta de manera explícita la búsqueda de un frame de conflicto alrededor de la situación.

5.3.2. Interés Humano

Este frame propone un ángulo emocional en la presentación de la problemática, buscando de esta forma capturar y mantener el interés de la audiencia. Si se considera el episodio del asesinato del cabo Palma, es sin lugar a dudas La Cuarta el medio analizado que más moviliza este lado humano. Con titulares que apuntan principalmente a la vida familiar del policía asesinado, con testimonios de familiares y cercanos.

Amaba ser carabinero: muere Daniel Palma, cabo baleado en la cabeza durante fiscalización en Santiago (La Cuarta).

Esperaba un nuevo hijo con su pareja carabinera: la historia de Daniel Palma, cabo asesinado en Santiago (La Cuarta).

Se casó en julio con cabo Palma y queda viuda a los 27 años: la historia de carabinera Darline Vergara (La Cuarta).

Los otros dos medios, si bien tienen titulares que apelan al lado humano, al privilegiar cuestiones como el enfoque político o el tono neutro por sobre otros elementos no tiene un frame tan evidente como La Cuarta.

En señal de unidad, Presidente Boric y exmandatarios Lagos, Bachelet y Piñera asisten a responso de cabo Daniel Palma (El Mostrador).

La entrevista que dio a TVN el cabo Palma antes de ser asesinado: "Amamos nuestro trabajo y lo hacemos con cariño" (Emol).

En ocasiones se puede confundir mostrar un lado humano y emocional, con caer en la emocionalidad, el dramatismo y/o el sensacionalismo. En el caso de los titulares de El Mostrador y Emol, se observa como se muestra efectivamente un lado humano, sin embargo en los titulares revisados de La Cuarta, más allá de la intención con la que se hace, se cae efectivamente en titulares morbosos y de una emocionalidad exacerbada.

5.3.3. Moralidad

En el caso del frame de moralidad, este aborda el titular a partir de principios morales, determinando lo que está bien y lo que está mal, e incluso recomendando cómo deben comportarse los protagonistas de los hechos.

Dentro de este frame se encuentran dos dimensiones principales. La primera con aquellos titulares que buscan determinar lo que está bien y lo que está mal, y la segunda con los titulares que ponen el énfasis en cómo deben comportarse los personajes ante ciertas situaciones.

¡Glorificaron al 'Matapacos' y a la '1a Línea'!: el furioso descargo de Luksic tras crimen del cabo Daniel Palma (La Cuarta).

En este ejemplo del diario La Cuarta se ve reflejada la primera dimensión, ya que a través del titular se busca posicionar *lo malo* de una situación. A partir de una cuña del multimillonario Andrónico Luksic, se posiciona un discurso que vincula hechos

del estallido social de 2019 (primera línea y figura del *perro matapacos*) con los asesinatos sufridos por la policía en 2023.

Es un hecho que está mal que asesinen a Carabineros, pero a partir del titular se puede inferir que también está mal reivindicar una caricatura como la del *perro matapacos* o no condenar de manera directa a la primera línea. Sin dejar de mencionar adjetivos como “*furioso descargo*” que utilizan para exagerar el titular.

En relación a la segunda dimensión, se observa una serie de titulares en los tres medios, en donde se da énfasis al comportamiento que debieran tener los protagonistas.

Hermano de carabinero asesinado: "No es posible que las personas que están a cargo de cuidarnos no tengan respaldo" (Emol).

En este titular de Emol, se ve como el hermano del cabo Palma cuestiona el hecho que las policías no tengan respaldo e implícitamente aboga porque el sistema político se haga cargo de la crisis y les otorgue mayores facultades y herramientas.

Senador Chahuán recula por solicitud de renuncia de subsecretario Vergara y ahora asegura que "está puesto a prueba" (El Mostrador).

Por otra parte, en el caso de este titular de El Mostrador, se toma la cuña donde el Senador de RN dice “*poner a prueba*” al subsecretario Vergara, con una clara intención de pautar desde la oposición el comportamiento del personero de gobierno sobre la crisis de seguridad que vivía el país.

Uno espera el liderazgo del Presidente: José Luis Repenning criticó duramente a Gabriel Boric (La Cuarta).

Finalmente, en este titular de La Cuarta, se observa como el periodista José Luis Repenning confronta directamente con el Presidente Boric al mencionar que “*espera su liderazgo*”.

En resumen, ya sea a partir de buscar determinar lo que está bien o mal, o de definir cómo hay que comportarse, los medios a través de los titulares posicionan definiciones morales.

5.3.4. Responsabilidad

El frame de responsabilidad busca que ciertas personas o grupos específicos sean responsables de alguna temática en particular. De manera más específica, se aborda si en el titular se ofrece una solución a algún problema, qué tipo de solución propone y quién es quien entrega la solución.

Gobierno adelanta medidas y promulgación de Ley Naín-Retamal tras homicidio de cabo primero Daniel Palma (El Mostrador).

En el titular emitido por el medio El Mostrador, se puede observar cómo, a raíz del nuevo asesinato de un carabinero, el Gobierno busca soluciones inmediatas haciéndose responsable de la problemática. La atribución de responsabilidad la tiene en este caso el Gobierno y la solución consiste en adelantar acciones concretas para resguardar y proteger a Carabineros.

Gobierno promulga Ley Nain-Retamal a menos de 24 horas de ser aprobada: Apruebo Dignidad no acudirá al TC (Emol).

En el ejemplo presentado por Emol, se evidencia que el titular efectivamente procura solucionar un problema, ya que el Gobierno promulga en tiempo record una ley que había sido objeto de debate en el Congreso durante semanas. En este caso, la atribución de responsabilidad recae en el Gobierno que aprueba la ley pese a sus observaciones, lo que se ve reflejado en los parlamentarios oficialistas que no presentan objeciones en el TC.

Debemos actuar con urgencia....: el mensaje del ex-Presidente Piñera tras asesinato de cabo Palma (La Cuarta).

En el caso expuesto por La Cuarta, se evidencia que el titular busca soluciones y asignar responsabilidad, tras el tercer homicidio que enluta a Carabineros, indica que "se debe actuar con urgencia" y la carga de responsabilidad se dirige hacia el ex-Presidente Piñera.

CAPÍTULO VI: Conclusiones

En esta investigación, se analizaron los titulares de 377 noticias publicadas en los medios EMOL, La Cuarta y El Mostrador, en torno a los asesinatos de carabineros y la aprobación de la Ley Naín-Retamal por el Congreso Nacional durante marzo y abril de 2023.

El análisis se desarrolló en torno a dos instrumentos de investigación: un análisis de contenido, en donde se revisaron diversas variables tales como el tipo de noticia, el tono emocional, la tendencia política, las fuentes de información y los tipos de argumentos utilizados. Y por otra parte un análisis de frame, en donde se tomaron las categorías propuestas por Semetko y Valkenburg (2000), es decir, frame de conflicto, de interés humano, de moralidad y de responsabilidad.

Si bien, la investigación estaba apuntada a describir el discurso político de los medios reflejado en los titulares sobre los asesinatos de carabineros durante la tramitación de la Ley Naín-Retamal. La hipótesis principal planteaba que el discurso político reflejado en dichos titulares fue sensacionalista, dramático y exagerado. Y que a su vez, buscaba generar una presión política en respuesta a la crisis social y la falta de protección policial vivida en los últimos años en Chile.

Al calor de los resultados analizados, se puede afirmar que la hipótesis se cumple de manera parcial. No se cumple en términos que los discursos presentes en los titulares no fueron exagerados, ya que la situación de asesinatos de policías reflejó efectivamente una crisis de seguridad existente. A su vez, si bien existieron titulares de tipo sensacionalistas y dramáticos, se circunscribe más bien a medios de ese corte, como La Cuarta, no así en medios como Emol o El Mostrador.

Por otra parte, si se cumplió el enunciado que afirma que lo que se buscaba era ejercer presión política. Sin ir más lejos, se terminó promulgando en pocos días, una ley que a todas luces habría generado mucho debate en otro contexto.

En relación a las tendencias políticas de los tres medios analizados, podemos concluir que en términos explícitos ninguno de los tres medios reflejó una tendencia política concreta. No obstante La Cuarta se posiciona como un medio sumamente ideológico que, a través de su lenguaje y estructura más popular y coloquial, busca encauzar un mensaje mucho más conservador que a simple vista no se ve.

Ahora bien, si nos vamos específicamente a los discursos de los distintos medios, podemos concluir que cada uno se ciñó a un perfil específico.

Así, El Mostrador se muestra como un periódico con una línea marcadamente política, de tono 100% neutro, lo que se repite en su tendencia política, aunque tiene más titulares oficialistas que de oposición. Basa sus argumentos en ejemplos concretos, principios éticos y el testimonio de expertos, y sus fuentes son principalmente políticos y autoridades.

En relación a Emol, mezcla un enfoque político con el de seguridad y sus principales fuentes son autoridades y políticos pero también un fuerte componente de las fuerzas armadas. Su tendencia política es más bien neutra y sorprende con una ecuanimidad entre titulares oficialistas y de oposición. Sus argumentos se basan en ejemplos concretos y tiene un tono neutro en más del 80% de sus titulares.

Finalmente, La Cuarta es el medio que más sorprende. A su tono principalmente sensacionalista e incluso a veces dramático, se suman unos argumentos basados principalmente en la emocionalidad y unas fuentes circunscritas a familiares de las víctimas y figuras televisivas. Aunque su tendencia política explícita es neutra tiene una clara mayoría de titulares de oposición, presentando un enfoque inicial desde lo social, a partir del cual termina abordando prácticamente todas las demás temáticas.

Por último, con respecto a los tipos de encuadre de los medios analizados, podemos concluir también con los perfiles de cada uno al respecto.

En el caso de El Mostrador, su fuerte es el frame de responsabilidad, posicionando los titulares que busquen soluciones a las problemáticas, por ejemplo, a partir de la acción del Gobierno. También apunta algunas veces a un frame de moralidad, sobre todo en términos políticos a la hora de indicar lo que debe o no hacer algún personaje. Si bien presenta frames de interés humano y de conflicto, lo aborda siempre en términos objetivos y sin abusar de ellos.

Por su parte Emol, tiene un fuerte uso del frame de moralidad, abordando cómo deben comportarse los actores políticos y sociales. En términos del frame de responsabilidad, si bien buscan titulares en los que se busquen soluciones, no pierden la oportunidad de golpear al oficialismo. Al igual que El Mostrador los frames de conflicto e interés humano son abordados pero de manera objetiva.

Finalmente en La Cuarta tenemos como protagonistas a los frames de conflicto y de interés humano. Ambos se combinan presentando titulares que muestran una emocionalidad exacerbada, a ratos incluso morbosa, y con conflictos en escalada y que desde el medio son impulsados para que crezcan. Cabe mencionar también que se utiliza constantemente el frame de moralidad para dictar cátedra de lo que está bien y lo que está mal, muchas veces mezclado con los mismos frames anteriores, de conflicto y de interés humano.

El hallazgo más relevante de esta investigación es la constatación que los medios con una tendencia política más explícita y que generan una línea ideológica más dura, son justamente aquellos con una fachada en principio más “*inocente*”. En este caso el diario La Cuarta, con su lenguaje coloquial y popular, aparenta abordar temas menos relevantes, pero termina siendo el medio que más posiciona el discurso ideológico de las clases dominantes.

Finalmente, una vez visto lo anterior, tanto en términos de las tendencias políticas, los discursos de los medios, y los frames y encuadres utilizados, se propone como una hipótesis más efectiva y precisa la siguiente:

El discurso político reflejado en los titulares de las noticias sobre los asesinatos de carabineros durante la tramitación de la Ley Naín-Retamal no fue exagerado aunque hubieron episodios sensacionalistas y dramáticos, no obstante los medios buscaban generar una presión política hacia la crisis de seguridad, aunque la gravedad de los acontecimientos fue superior a las aspiraciones de la prensa.

En conclusión, esta investigación es un ejercicio interesante para poner a prueba tanto la teoría del encuadre como la misma agenda setting. Si bien, el asesinato de tres policías en 20 días constituyó una coyuntura que desbordó cualquier capacidad de los medios de controlar la agenda, la búsqueda de generar una presión política estuvo presente de todas maneras. No fue exclusivamente por la prensa que el Congreso aprobó en días una polémica ley que había estado durmiendo durante años, pero sin lugar a dudas la forma en la que se abordaron los hechos, los encuadres que la prensa utilizó y el bombardeo mediático que existió durante esas semanas, fue clave para que ello así ocurriera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belch, G. E. y Belch, M. A. (2018) *Publicidad y promoción: una perspectiva de comunicación integral*, México, McGraw-Hill.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1966) *La construcción social de la realidad*. Harmondsworth. Penguin Books.
- Bernal, S. y Chillón, L. (1985) *Periodismo informativo de creación*, Barcelona, Mitre.
- Cohen, S. (1972) *Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers*, Londres, MacGibbon and Kee.
- Creswell, J. W. (1998) *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*, Londres, Sage.
- Entman, R. (1993) *Framing: Toward a clarification of fractured paradigm* en *Journal of Communication*, vol. 3, n° 43, pp. 51-58.
- Gamson, W. y Modigliani, A. (1989) *Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach* en *American Journal of Sociology*, vol. 1, n° 95, pp. 1-37.
- Garland, D. (2001) *La cultura del control: Crimen y orden social en la sociedad contemporánea*, Barcelona, Gedisa.
- Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the newleft*, Berkeley, University of California Press.
- Goffman, E. (2006) *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*, España, Siglo XXI.
- Gubrium, J. F. y Holstein, J. A. (2009) *Analyzing narrative reality*, Longres, Sage.
- Hacking, I. (2001) *¿La construcción social de qué?*. Barcelona. Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación*, México, McGraw-Hill Education.

- Iyengar, S. y Kinder, D. (1987) *News that matters: Television and american opinion*, Chicago, University of Chicago Press.
- James, W. (1869) *The perception of reality*. Nueva York. Dover Publications.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) *Fundamentos de Marketing*, México, Prentice Hall.
- Krippendorff, K. (1997) *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós.
- Lakoff, G. (2007) *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*, Madrid, Editorial complutense.
- Lawrence Neuman, W. (2006). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Londres: Pearson.
- Maxwell, J. A. (2019) *Diseño de investigación cualitativa*, Barcelona, Gedisa.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972) *The Agenda-Setting function of Mass Media en Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nº 2, pp. 176-187.
- McQuail, D. (1985) *Sociology of Mass Communication en Annual Reviews of Sociology*, 11, pp. 93-111.
- Merriam, S. (2009) *Qualitative research: a guide to design and implementation*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Potter, J. (1998) *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona. Paidós.
- Price, V. y Tewksbury, D. (1997) *News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing*. en *Progress in communication sciences*, pp. 173-212.
- Reiner, R. (2007) *Law and order: an honest citizen's guide to crime and control*, Cambridge, Polity.
- Rodrigo Alsina, M. (1993) *La construcción de la noticia*. Barcelona. Paidós.

- Scheufele, D. A. y Tewksbury, D. (2007) *Framing, Agenda Setting and Priming: the evolution of Three Media Effects Models* en *Journal of Communication*, vol. 1, n° 57, pp. 9-20.
- Schütz, A. (1945) *El problema de la realidad social*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Searle, J. (1997) *La construcción de la realidad social*. Barcelona. Paidós.
- Semetko, H. y Valkenburg, P. (2000) *Framing European politics: A content analysis of press and television news* en *Journal of communication*, vol. 50, n° 2, pp. 93-109.
- Thompson, J. (1993) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México. Universidad Autónoma de México.
- Tuchman, G. (1978) *Making news*, Nueva York, Free Press.
- Van Dijk, T. (2000) *¿Cómo se lleva una minoría a los titulares? Minorías étnicas en la prensa* en *Racismo y análisis crítico de los medios*, pp. 125-173. Barcelona. Paidós.
- Verón, E. (1995) *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires. Universidad de Buenos Aires.
- Lawrence Neuman (2000) *Métodos de investigación social: enfoques cualitativos y cuantitativos*.