

UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y HUMANIDADES  
INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA DE PERIODISMO

PROFESOR PATROCINANTE:  
GLADYS MUJICA ARREDONDO  
INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Análisis de las herramientas persuasivas en los mensajes  
periodísticos de los titulares y bajadas de la sección Reportajes  
del diario de circulación nacional, “El Mercurio de Santiago”.**

Tesis para optar al Título de  
Periodista y al Grado de Licenciado  
en Comunicación Social.

Maritza del Pilar Martínez Paredes  
Jorge Alejandro Sanhueza Parra  
VALDIVIA – CHILE  
2006

## **Dedicatoria**

Este trabajo de análisis para optar al Título de Periodista y Licenciado en Comunicación Social se la dedico en primera instancia a Dios y en segundo lugar a mis papas Alfredo y Lidia, quienes han sido de vital importancia en esta larga, pero a la vez, corta estadía por la universidad. Sin el apoyo de ellos no me encontraría en estas instancias. Ellos saben que son mi esperanza para luchar, y decirles que ya vendrán tiempos mejores para todos... (se los aseguro).

Además, no puedo dejar de agradecer a mi hermano Jaime por todo el apoyo moral y financiero (aprecio más el moral), que me brindó en los momentos en que parecía decaer. Del mismo modo agradecer a mi hermanita Claudia, quien en más de alguna oportunidad me hizo ver la vida con más perspectivas de la que estaba acostumbrado. Gracias a esto y con el apoyo de mis cercanos he visto poco a poco cumplir cada una de las metas que me propuse cuando parecía que esto era una meta que jamás iba a lograr cumplir.

Esta tesis también va dedicada a mí mismo, ya que como la mayoría sabe, no fue nada fácil en distintos aspectos de mi vida (que en estos instantes no vale la pena enumerar), los que gracias a la ayuda de mi fuerza interna, pude sobrellevar y concretar en el tiempo estipulado.

Creo que en estas instancias es necesario reconocer también a las personas que me dieron el apoyo para que demostrara las capacidades que tengo a la hora de ejercer en lo profesional.

En fin, son tantas las personas a quienes me gustaría agradecer en estos momentos que no me alcanzaría los espacios de esta tesis. Sin embargo, a través

de estos papeles quiero darles muchísimas gracias por todo el apoyo y la confianza entregada a esta humilde pero esforzada persona.

Un beso para todos aquellos que confiaron en mí...

**Jorge Alejandro Sanhueza Parra**

## **Dedicatoria**

Esta tesis para convertirme en periodista se la dedico a mi familia, en especial a mis padres, Doralisa y Sergio por todo su apoyo en este camino para ser una profesional, que es lo que ellos siempre han querido. Siempre me han apoyado en todo lo que he querido hacer y sé que lo seguirán haciendo... los quiero mucho.

También se lo dedico a Sandra, mi hermana, porque sin ella creo que no podría haber estado estos años lejos de mi casa. A pesar de todas las peleas, siempre fuiste un gran apoyo y sé que lo seguirás siendo.

Gracias a todos y también a los amigos que encontré en estos años... gracias a Jorge por aguantarme en esta difícil tarea de hacer la tesis... gracias a la Violeta por su apoyo, aunque sea a la distancia y todos los amigos que hice en el camino y que me acogieron (Mabel, Xime, Janita, Pame... a todos gracias).

Por último, aunque no menos, importante gracias a Dios por la fuerza para salir adelante y seguir con esto, a pesar de muchos problemas que tuve y que puedo tener... Gracias.

**Maritza del Pilar Martínez Paredes**

## Índice

<b>1. Resumen</b> .....	7
<b>2. Introducción</b> .....	9
<b>3. Objetivos</b> .....	13
<b>4. Marco Teórico</b> .....	14
<b>4.1</b> Construcción de la realidad.....	14
<b>4.2</b> Comunicación.....	19
<b>4.3</b> La Agenda Setting.....	19
<b>4.4</b> La Persuasión en la Psicología.....	21
<b>4.4.1</b> <i>La información persuasiva</i> .....	24
<b>4.4.2</b> <i>La comunicación persuasiva</i> .....	26
<b>4.5</b> Programación Neurolingüística.....	27
<b>4.5.1</b> <i>Programa de Enriquecimiento Instrumental</i> .....	29
<b>4.6</b> Retórica Aristotélica.....	31
<b>4.7</b> Mapas Cognitivos.....	33
<b>4.8</b> Medios de Comunicación.....	35
<b>4.8.1</b> <i>El Poder de los Medios</i> .....	36
<b>4.9</b> Periodismo Interpretativo (Rol del periodista).....	37
<b>4.9.1</b> <i>Género Reportajes</i> .....	38
<b>4.9.2</b> <i>Los Titulares en la prensa</i> .....	40
<b>4.9.3</b> <i>Bajadas en los textos periodísticos</i> .....	41
<b>4.10</b> Medios de comunicación en Chile.....	42
<b>4.10.1</b> <i>Historia del diario El Mercurio</i> .....	43

4.10.2 Grupo Edwards y sus medios.....	47
4.10.3 Línea Editorial de El Mercurio.....	48
<b>5. Metodología de la Investigación.....</b>	<b>50</b>
<b>6. Diseño Metodológico.....</b>	<b>53</b>
<b>7. Tabla resumen de ejemplares analizados.....</b>	<b>55</b>
<b>8. Resumen en gráficos del análisis realizado.....</b>	<b>56</b>
<b>9. Tabla representativa de categorías y subcategorías.....</b>	<b>70</b>
<b>10. Conclusiones.....</b>	<b>71</b>
<b>11. Anexos; Análisis de titulares y bajadas.....</b>	<b>79</b>
<b>12. Anexos; Fotografías de portadas.....</b>	<b>191</b>
<b>13. Bibliografía.....</b>	<b>199</b>

## **1. Resumen**

La presente tesis para optar al título de Periodista y Licenciado en Comunicación Social versa sobre análisis de titulares y bajadas de la sección Reportajes del diario El Mercurio, ya que se quiso apreciar y determinar de qué forma trabajan los medios de comunicación escritos, específicamente el mencionado, para persuadir o conducir la opinión de las personas consumidoras de información.

De esta forma se analizaron 30 ejemplares desde 2000 hasta 2005. Además fueron escogidos aleatoriamente, para no discriminar *a priori* algún hecho noticioso impactante y mediáticamente potente.

Para tal efecto se dispuso de determinados conceptos como lo son la memoria emotiva, los mapas cognitivos, la retórica aristotélica (Acerca del emocionar, Acerca del convencer, la elocución y la disposición de los elementos), la Programación Neurolingüística y el Programa de Enriquecimiento Instrumental PEI (Operaciones cognitivas, el contexto, la representación, la secuencia, Nivel de complejidad, Nivel de abstracción y Nivel de eficacia).

Además fueron analizados bajo las perspectivas de la intención que puede haber en los titulares y bajadas. Es así como se analizaron estas sub categorías: *optimista, pesimista, conservador y liberal*.

Se evaluó desde el *estilo periodístico*, el cual fue medido por las corrientes periodísticas más frecuentes en la línea editorial de este medio. En este sentido las sub categorías son: estilo informativo, interpretativo y de opinión.

Por último, se utilizó como categoría a *los eufemismos* (modo expresivo que suaviza, lo que dicho crudamente, resultaría molesto, hiriente, desagradable o mal sonante), y la utilización de palabras claves (vocablos que remiten a las personas a determinados conceptos o símbolos).

## **2. Introducción**

El área problema en el que se encuentra el presente análisis está inmerso dentro de lo que se denomina Psicología de la Comunicación.

En este sentido, la psicología de la comunicación estudia las formas de persuasión que pueden llegar a realizar los medios de comunicación de masas, por medio de determinadas herramientas persuasivas.

En variadas oportunidades las personas no se dan cuenta que están siendo influidas de una u otra manera, con el fin de llegar a un posible cambio de actitudes. No sólo al leer prensa o informarse por los medios de comunicación; sino también la vida, la cotidianeidad, la publicidad, entre otras. Todas ellas versan sobre la persuasión o conducción de la opinión para que de esta forma el mensaje emitido sea recibido satisfactoriamente. Sin embargo, lograr determinar si el público, efectivamente, es persuadido por un determinado medio es casi imposible, ya que la persuasión es bastante difícil de medir.

Cabe destacar además, que existen muchos instrumentos de medición de la persuasión que hacen los medios de comunicación social, como es el caso del Modelo de Persuasión de Elaboración Probable. Sin embargo, para desarrollar este modelo, hay que verificar y comprobar los resultados de la persuasión, cosa que está de más, puesto que este trabajo solamente se trata de un análisis de herramientas de persuasión en un determinado medio.

Por lo contrario se tendría que aludir más enfáticamente a la conducción de la opinión. En pocas palabras significa cómo y de qué forma los medios de comunicación de masas, tratan (a través de su contenido informativo y temático)

de captar de la mejor forma posible la atención de los lectores; además de cambiar actitudes y comportamientos del destinatario. Esto refiere estrictamente a la construcción social de la realidad.

Además, es menester señalar que uno de los atractivos y que en cierta medida sustenta esta tesis es la típica frase, muy conocida por todos, “El mercurio miente”, lo que hace en cierta forma tener algunos indicios de los principales hechos que acontecen en este medio. Sin embargo, y a pesar de esto, la idea del presente estudio no es determinar si lo hace o no. Más bien, es ver y analizar cuáles son las diversas herramientas persuasivas de que se valen para lograr conducir la opinión del público destinatario.

Otro punto bastante interesante que muchos saben, es que El Mercurio no es un diario popular y que llegue a todos los estratos de la sociedad. En este sentido, cabe destacar que sin discriminar estratos sociales y condiciones socio económicas, es bastante interesante apreciar de qué forma trata este medio de persuadir a un público mayoritariamente docto y un poco más entendido en cuanto a las informaciones que percibe, pues todo el mundo sabe que el público objetivo de este medio- y por el cual están focalizados- es el que se conoce en publicidad como el estrato socioeconómico ABC1.

Esto dejaría entrever además, todo aquello que existe tras la línea editorial de este medio. Asimismo la selección temática que existe tras este cuerpo noticioso y además de qué forma se plasma la visión de su propietario, Agustín Edwards en el planteamiento de las informaciones que son entregadas a las personas.

Un punto que hace que este diario sea más interesante y atractivo para su público lector es el estilo periodístico que posee, ya que éste, y específicamente esta sección (la sección Reportajes) es de carácter interpretativa complementadas con entrevistas, en donde una de las principales condiciones es la interpretación de los hechos, además de narrar los acontecimientos. Esto, además de la línea editorial del medio podría dejar entrever una leve, pero a la vez decisiva selección temática y de contenido antes de que los artículos sean publicados los domingo, y por ende, antes de que sean entregados al público.

Para lograr todos estos objetivos que se plantean los medios, es necesario que se utilicen ciertas herramientas, que nos permitan identificar de qué elementos se valen estos medios para lograr su cometido.

Es necesario, entonces, hablar de la Retórica Aristotélica, la Programación Neurolingüística (PNL) y el Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI). Cada uno de ellos dará luces para identificar y conocer a este medio y lo que por ende se propone realizar con el público destinatario, o sea, determinar cuáles son los principales objetivos que tiene este medio para llegar a las personas.

En conclusión, este problema de investigación trata del análisis de la persuasión en los mensajes periodísticos de los titulares y bajadas de la sección Reportajes del diario de circulación nacional El Mercurio. Este análisis se pretende desarrollar en un marco de 30 ejemplares, para así evitar que sean discriminados *a priori* por algún hecho específico.

Esta investigación será de carácter aleatorio. El tiempo en el que se basará para elegir los determinados cuerpos noticiosos es de cinco años a la fecha (2000-

2005). De esta forma hay un gran número de ejemplares que se podrían utilizar para ser medidos.

### **3. Objetivos**

#### **1. Objetivo General**

- Analizar el uso de las herramientas de persuasión en un medio de prensa escrito de circulación nacional. Caso estudio: 30 ejemplares elegidos aleatoriamente entre 2000 y 2005 del Cuerpo de Reportajes del diario El Mercurio.

#### **2. Objetivos Específicos**

- Determinar cuáles son las herramientas persuasivas más utilizadas en la elaboración de los mensajes periodísticos del medio analizado (sección Reportajes, Diario El Mercurio).
- Indagar en el uso de la Programación Neurolingüística (PNL) como sistema de representación.
- Determinar cuál es la selección temática más recurrente a la hora de cubrir los acontecimientos.
- Demostrar la línea editorial del medio, teniendo en cuenta, la inclinación ideológica de su principal propietario.

## **4. Marco teórico**

El marco teórico está principalmente basado en una serie de investigaciones y teorías de persuasión.

Sin embargo, la presente discusión bibliográfica recopilará la visión de todos aquellos autores que se necesitan para construir la base conceptual para desarrollar el análisis de que se tratará el presente estudio.

### **4.1. La construcción de realidad:**

La realidad es algo que le pertenece a cada persona, puesto que ésta es individual. Sin embargo, las personas poseen referencias en común, las que han sido adquiridas por el hecho de compartir experiencias. Sin embargo, hay quienes postulan que los medios de comunicación, especialmente algunos, trabajan sobre la base de construir nuevas realidades al público destinatario de la información.

Si lo llevamos a la realidad y a lo más próximo se podría ver la presencia de este acto que positiva o negativamente realizan los medios. Por ejemplo: el foro panel que se dictó en la Universidad Austral de Chile, acerca de la construcción social de los Medios de Comunicación, el caso, Acción por los Cisnes, en la visita del Presidente Ricardo Lagos a la ciudad, para firmar el documento en el que Valdivia se podría convertir en nueva región. Esta noticia fue cubierta por distintos medios. Sin embargo, aquello que fue presentado ante la opinión pública, distaba en demasía con lo que realmente había sucedido. Es este sentido, se puede afirmar que los Medios de Comunicación tienen la capacidad de construir la realidad de las personas, independiente si lo que pasó es realmente así.

Esto queda demostrado, puesto que las personas están predispuestas y determinadas a entender nuevas informaciones cuando se les entrega un mensaje, el que según la eficacia de éste, puede ser recibido o rechazado.

*“Los psicólogos sociales contemporáneos preocupados por el estudio de la influencia mediática se han centrado en el concepto de actitudes, o la predisposición general de las personas para evaluar a otras, objetos y temas, ya sea favorable o desfavorablemente. El constructo de actitud consiguió su posición preeminente en post de la influencia social debido a la suposición de que la actitud de una persona es una importante variable mediadora entre la adquisición de, por una parte, nueva información, y por la otra, cambio de comportamiento (...)*

*Durante los últimos 50 años se han desarrollado numerosas teorías de cambio de actitud y modelos de relación conocimiento- actitud- conocimiento. Los análisis contemporáneos acerca del efecto de persuasión de los mass media se han centrado en las variables que determinan cuándo los mass media son o no efectivos y cuáles son los procesos subyacentes por medio de los cuales se inducen los cambios mediáticos”- Bryant y Zillman, 1996: 18,19.*

Es precisamente lo que se desea analizar y ver de qué forma y cuáles son las herramientas de que se valen los medios de comunicación de masas, específicamente el diario citado para lograr su objetivo. No se pretende ver posibles resultados. Vale decir, si la selección temática que este medio traspasa a los receptores del medio, es o no adquirida por los lectores, habría que hacer un estudio bastante acabado para llegar a determinar si este medio influye directamente en el comportamiento y actitudes de los lectores.

Los medios masivos tienen en su calidad de supervisor un irrefutable, aunque limitado poder de influencia, con posibilidades de crear climas favorables al desarrollo, de contribuir al cambio de normas y actitudes sociales, y de enfocar la atención de las personas mostrando alternativas y oportunidades, como lo señala Ferreira (2005) en su libro *Los medios masivos en la democracia*. Este autor afirma además que es bastante raro que los medios de comunicación produzcan cambios por sí solos, a menos que la misma sociedad lo permita. Además menciona que el acto de comunicar puede efectivamente ser un complemento hacia un determinado cambio, ya sea positivo o negativo dependiendo estrictamente del contexto en que éste se encuentre.

*“La vieja y repetida tesis de la prensa como “perro guardián” o un “cuarto poder” es pues un hecho matizado, sujeto a toda clase de factores y condicionamientos difíciles de prever y conceptuar”-* Ferreira, Leonardo, 2005: 1,2.

Sin embargo, una gran cantidad de autores señalan que los medios de comunicación efectivamente persuaden o conducen la opinión de las personas a través de la psicología de la comunicación, utilizando un sin número de *técnicas* para acercar el pensamiento del medio hacia el público.

Como señala Manuel Ángel Vásquez en su libro *La semiótica de la cultura y la construcción del imaginario social*, el periodismo escrito constituye una forma de institucionalización de los procesos de construcción social de la realidad, el que surge como respuesta a necesidades sociales.

Señala además que la actividad del periodismo se inicia de manera generalizada sobre todo en Europa, en un tiempo en que se hacía imprescindible tener un conocimiento de la realidad que no se daba de manera inmediata.

*“Los periodistas surgen como mediadores sociales, como extensiones del conocimiento que no nos es dado alcanzar por nuestra imposibilidad de ubicuidad y por nuestras limitaciones temporales. El periodista dispone del tiempo del que nosotros no disponemos, mira allí donde no llegan nuestros ojos, y nos transmite, convertidos en palabras, constataciones y acontecimientos que pasarán a formar parte de nuestro escenario mental. Pero su tiempo no es nuestro tiempo, ni sus ojos nuestros ojos ni -sobre todo- su horizonte comprensivo y vital, los nuestros. Él reconstruye claves para interpretar los hechos, que nuestra limitada competencia interpretativa no es capaz de alcanzar”. Vázquez, 2002: 1.*

Según Vázquez, los periodistas seleccionan los sucesos que estiman pertinentes y relevantes, de acuerdo al interés social. El periódico se convierte en una mediación con el mundo. Es por esto que no es extraño que el periodismo pase a ser un instrumento de salvación, ofreciendo la figura del informador como la de un héroe o la de un villano. Precisamente es lo que este medio trata de dar a conocer a la opinión pública, ya que a través de la selección temática, se presenta a la opinión pública los temas que a priori han sido seleccionados.

Con respecto a este tema, Bryant y Zillman (1996) señalan que nuestras imágenes de la realidad social provienen de los medios de comunicación y que éstos son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda informativa.

*“A través de su práctica diaria de estructuración de la realidad social y política, los medios informativos influyen en el agenda-setting de los asuntos sociales a través de los cuales se organizan las campañas políticas y las decisiones de los votantes”.Bryan, Zillman, 1996: 16,17.*

Vásquez señala además que sólo existe socialmente aquello que adquiere presencia en los medios de comunicación, en los ámbitos en que los medios ejerzan su influencia. Esto hace correr el riesgo de influencias dictatoriales y sectarias en los medios de comunicación. A través de esto se puede apreciar que para generar estas influencias los medios de comunicación recurren a determinadas herramientas de persuasión, las cuales son ocupadas con la finalidad de conseguir adeptos para los medios y de una u otra forma tratar de influir en el pensamiento de las mismas.

Una estrategia para generar influencias en las personas es la forma de la escritura (la escritura creativa). Quizás una de las principales estrategias consiste en tener a ciertas personas claves (símbolos) que ayuden a estimular y vincular procesos de pensamiento.

*“También podemos dirigir nuestras asociaciones a percepciones que implican diferentes sistemas representativos, y diferentes marcos temporales, agregando otros inductores después de las palabras conectivas y perspectivas. Por ejemplo, al añadir las palabras `porque veo eso` nos centraremos en nuestra propia perspectiva visual. Si agregamos las palabras `porque él dijo eso` nos conducirá a otra perspectiva y modalidad representativa”- Dilts, Epstein, 1997: 283,284.*

Asimismo, Miquel Rodrigo Alsina señala que efectivamente son los propios periodistas los que generan o producen la construcción de la realidad en las personas.

*“Podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad*

*pública y socialmente relevante. Estas competencias se realizan en el interior de aparatos productivos especializados: los mass media”- Rodrigo, Alsina, Miquel, 1989: 30.*

#### **4.2 La comunicación:**

Definir qué es comunicación es bastante ambiguo en estos tiempos, ya que cada día surgen modelos y métodos distintos por los cuales se puede lograr comunicar. Sin embargo, hay definiciones universales como que la comunicación es un acto inherente al hombre, que le ayuda a conocer más de sí mismo, de los demás o del medio que lo rodea, mediante el envío y la recepción de mensajes.

Además la comunicación, como tal, es un proceso que ha sido ampliamente debatido por teóricos, generando lo que hoy se conoce como Teorías de la Información. Entre ellos Shannon y Weaver, D' Flaur y Humberto Eco, entre otros, los que dieron como resultado distintos paradigmas que se pueden sintetizar en lo siguiente: Emisor, Código, Mensaje, Receptor, Canal, Interferencia, Retroalimentación.

#### **4.3 La agenda- setting:**

Muchos de los medios, junto con construir las realidades de las personas, se valen de una agenda para proponer cuáles son los temas específicos que a los lectores les interesan. En este sentido, son los mismos medios los que deciden qué es lo que se debe mostrar y representar a las personas. O sea, representan a nuestros ojos y nuestros oídos. Sin embargo, muchas veces las cosas que plantean los medios a las personas no son lo que estas personas desean conocer.

En este sentido los medios se creen con el poder de dar a conocer una “realidad”, que no es tal, porque ya ha sido filtrada por una ardua selección temática.

*“El concepto de agenda- setting se estudió inicialmente dentro del contexto tradicional de la comunicación de masas y el comportamiento del votante. Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad. A través de su práctica diaria de estructuración de la realidad social y política, los medios informativos influyen en la agenda- setting de los asuntos sociales alrededor de los cuales se organizan las campañas políticas y las decisiones de los votantes”.*

Bryant Zillman, 1996: 16,17.

Según Bryant y Zillman a diario los periodistas manejan las noticias o informaciones de determinadas maneras. En primer lugar, eligen qué noticias van a develar y cuáles no. Acto seguido, deben evaluar los informes de los que disponen. Señala además que en un diario cualquiera, alrededor del 75% de las noticias se desestiman a primera vista y nunca se transmiten al público. Los periódicos no cuentan con el espacio suficiente para imprimir todas las informaciones. Sin embargo, como señalan los autores, no todo el material que será publicado recibe el mismo tipo de tratamiento al momento de ser presentado al público. Los periódicos por ejemplo, expresan claramente la relevancia periodística de una noticia, según su colocación, titular y extensión.

*“El establecimiento de una agenda- setting apunta que la transmisión de estos temas relevantes es uno de los aspectos más importantes de la comunicación de masas. Los medios informativos no sólo determinan, en gran manera, nuestra concienciación sobre el mundo en general por medio de su*

*entrega de elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo, sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen”.- Bryant, Zillman, 1996: 16,17.*

#### **4.4 La persuasión en la psicología:**

La psicología es la primera rama que ha utilizado la persuasión para lograr los objetivos propuestos. Sin embargo, también la psicología de la comunicación ha dado el pie para que los grandes medios, a través de los mensajes subliminales, traten de hacer llegar un pensamiento o una postura al público. Es por esto que la persuasión ha sido de vital importancia a la hora de lograr traspasar mensajes a la opinión pública.

Según los autores, Morales y Huici (2000) el primer abordaje a la persuasión en Psicología Social se hizo en un grupo de Investigación de la Universidad de Yale, en donde se logró determinar que para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y la conducta, tiene que cambiar previamente los pensamientos o creencias del receptor del mensaje. Por lo que el proceso de persuasión es concebido como un conjunto de etapas con elementos claves. La eficacia de un mensaje persuasivo depende del efecto que produzcan en el receptor cuatro elementos claves: la fuente, el contenido del mensaje, el canal comunicativo y el contexto. Estos efectos se ven condicionados por las características de los receptores, como su grado de susceptibilidad ante la persuasión. Los efectos psicológicos que se pueden producir en el receptor son cuatro: atención, comprensión, aceptación y retención.

Por otra parte los autores también plantean que hay una teoría de la respuesta cognitiva, la que señala que cuando un receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que la fuente dice con sus conocimientos, sentimientos y actitudes previas respecto del tema en cuestión, lo que genera respuestas cognitivas. Si los pensamientos van en dirección opuesta, no habrá persuasión. Los receptores no son persuadidos por la fuente o por el mensaje, sino por sus propias respuestas ante lo que la fuente y el mensaje dicen.

Además plantea la existencia del modelo de elaboración probable propuesta por Petty y Cacioppo (1981) el cual se centra en los procesos responsables del cambio de actitud cuando se recibe un mensaje. Según este modelo, cuando recibimos un mensaje, disponemos de dos estrategias para decidir si lo aceptamos o no. Se trata de la ruta central y la ruta periférica. *“La primera estrategia, denominada ruta central, ocurre cuando se realiza una evaluación crítica del mensaje, se trata de llegar a una actitud razonada, bien articulada y basada en la información recibida... La segunda estrategia, denominada ruta periférica, ocurre cuando la gente no tiene la motivación o la capacidad para realizar un proceso tan laborioso de evaluación del mensaje”*. Morales y Huici, 2000: 5.

Según estos autores, la probabilidad de elaboración depende de dos factores: motivación y capacidad. Estas variables consideradas en la persuasión pueden influir en los juicios de cuatro maneras: sirviendo como argumentos apropiados para dilucidar los méritos de un objeto o posición, sesgando el procesamiento de la información relevante para la actitud, sirviendo como una señal periférica o influyendo en la motivación y capacidad.

Además se han encontrado asociadas a las fuentes con mayor poder persuasivo dos principales características: credibilidad y atractivo.

*“La credibilidad de una fuente depende básicamente de la competencia y sinceridad con que es percibida. La competencia se refiere a si el receptor considera que la fuente tiene conocimiento y capacidad para proporcionar información adecuada. La competencia con que una fuente es percibida depende, a su vez, de numerosas características. En general las fuentes más atractivas a los ojos de la audiencia poseen un mayor poder persuasivo, lo cual puede deberse a diversas razones. En primer lugar, una fuente atractiva puede determinar que se le preste atención al mensaje; en segundo lugar, el atractivo de la fuente puede influir en la fase de aceptación; en tercer lugar, el atractivo puede incrementar la credibilidad de la fuente”.* Morales y Huici, 2000: 6.

Los aspectos más importantes que se han investigado del mensaje son: mensajes emotivos, mensajes basados en el miedo y la amenaza, mensajes unilaterales y bilaterales, calidad y cantidad de los argumentos, información estadística o basada en ejemplos, conclusión explícita o implícita y efectos de orden.

*“McGuire (1996) propuso un modelo sobre la relación entre características del receptor y susceptibilidad de persuasión. Según este autor, el cambio de actitud viene determinado fundamentalmente por dos procesos: la recepción del mensaje y la aceptación. Las características del receptor a veces tienen efectos contrarios sobre cada uno de estos componentes”.* Morales y Huici, 2000: 6.

Según Morales y Huici, el modelo de elaboración probable predice que los argumentos sólidos y de alta calidad afectarán más a los sujetos que están más

implicados, en cambio, la credibilidad de una fuente producirá un mayor cambio de actitud en quienes se sientan poco implicados.

La distancia existente entre el contenido del mensaje y el receptor es un elemento que mediatiza el impacto del mensaje persuasivo. Las personas tienden a buscar y recibir mensajes que concuerden con sus creencias y actitudes y evitan exponerse a mensajes que los contradigan (exposición selectiva).

*“Cuanto mayor es el conocimiento que el receptor tiene del tema y más articulado está este conocimiento, esto es, cuanto más fuerza tiene la actitud, más difícil es persuadirle”*. Morales y Huici, 2000: 6.

La distracción en el individuo influye negativamente en la recepción del mensaje persuasivo, puede suceder que los niveles de distracción bajos o moderados incrementan el cambio de actitud. En cambio si la distracción aumenta más allá, entonces la recepción puede verse afectada y el cambio de actitud disminuir.

#### **4.4.1 La información persuasiva:**

Sin lugar a dudas, los medios de comunicación apelan a tratar de persuadir a las personas. Sin embargo, esta conducción de la opinión no se podría llevar a cabo, sin que la información que proviene de estos medios venga manipulada.

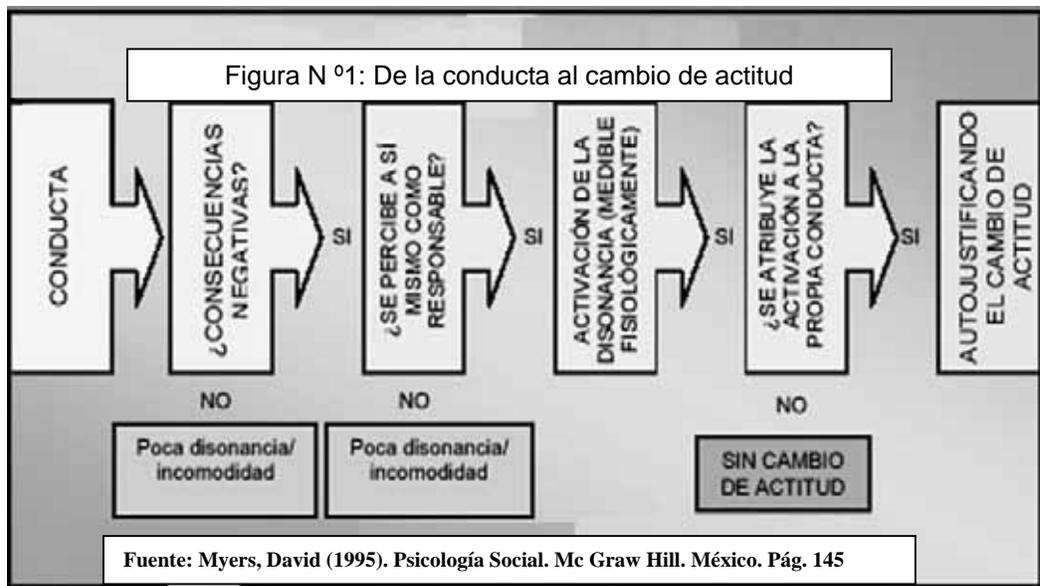
*“La comunicación periodística también tiene un carácter persuasivo. La persuasión es un concepto bastante difícil de definir. Fenwich y Lezama en el texto ‘Teoría de la persuasión’ estiman que esta forma de comunicación se caracteriza por el intento de la conducción de la opinión. Por lo mismo, la persuasión constituye una acción psicológica. Esta acción o persuasión tiene por misión crear,*

sostener, o cambiar la imagen. La imagen de la verdad debe ser adaptada a las características de su eventual destinatario". Torres 1975:51,52.

Lo anterior ejemplifica que para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y la conducta tiene que cambiar previamente los pensamientos o las creencias del receptor del mensaje.

Esto es importante, pues demuestra que los medios de comunicación efectivamente persuaden al público destinatario con las informaciones que proporcionan los principales cuerpos informativos. Además deja en claro que las verdades deben estar adaptadas y condicionadas por y para cada público específico.

Figura 1



Este gráfico representa en cierta medida el proceso que se lleva a cabo internamente desde que se recibe la información hasta el cambio de actitud.

Es así como se pretende analizar la sección *Reportajes* del diario *El Mercurio*, en donde se verá si esta verdad está condicionada para el tipo de público que lee este medio y si es así, de qué forma lo hace.

#### **4.4.2 La comunicación persuasiva:**

En toda comunicación es necesaria la comprobación de que el mensaje fue correctamente recibido, a través de algún indicio por parte del receptor. Pero existe otro tipo de comunicación que va más allá, ya que desea además obtener una cierta respuesta de su receptor. Esta comunicación debe ser necesariamente persuasiva, y su principal objetivo es convencer.

Mucho antes de la era de la comunicación masiva, el término retórica se utilizaba para referirse al arte del uso del lenguaje cuando éste pretendía influir en los juicios y en la conducta de los demás.

Los medios de comunicación, haciendo uso de una combinación estratégica de estos mensajes pueden lograr una gran capacidad de persuasión.

Melvin De Fleur (citado en Valdebenito 2002) señala que existen tres maneras en que los medios pueden influir las decisiones de los individuos.

*“El contenido de la comunicación masiva puede reforzar las pautas existentes y conducir a las personas a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la sociedad. Los medios pueden crear nuevas convicciones compartidas con respecto a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa. Los medios pueden, eventualmente, cambiar normas preexistentes y, por lo tanto, llevar a la gente de una forma de comportamiento a otra”. Valdebenito, 2002: 24,25.*

Según Kathleen Reardon (1991), en primer lugar la distinción más importante entre comunicación y persuasión es siempre una actividad conciente. Una condición necesaria, pero insuficiente de la persuasión, que no se puede aplicar a la comunicación, es la percepción por el individuo que una conducta

ajena es incoherente, ineficaz respecto de una serie de pautas. La segunda condición de la persuasión es la percepción de una amenaza en contra de los propios objetivos, basta que a los ojos de un individuo justifique un intento de modificar la conducta de otro o de otros. La tercera diferencia entre persuasión y comunicación se refiere al concepto de sí. Asimismo, los persuasores no tratan de cambiar la conducta de otros, salvo que ese cambio tenga implicaciones para sus propios conceptos.

*“La persuasión es la actividad de demostrar y de intentar modificar la conducta de por lo menos una persona mediante la interacción simbólica. Es una actividad consciente y se produce cuando se registra una amenaza contra los objetivos de una persona y cuando la fuente y el grado de esta amenaza son suficientemente importantes como para justificar el costo del esfuerzo que entraña la persuasión”.*  
Reardon, 1991: 30,31.

#### **4.5 La Programación Neurolingüística:**

Esto se refiere a la programación que los seres humanos tienen a modo de computadora en el cerebro, el que perfectamente puede ser modificado a través de representaciones que se manifiestan en las personas, lo que las sumergen en sus mapas cognitivos. A esto es a lo que apelan los medios de comunicación, ya que a través de esta selección temática y la realidad que se les presenta ante sus ojos, tratan de cambiar en cierta forma los conocimientos adquiridos por experiencias de vida.

Específicamente, los medios de comunicación apelan a cambiar las representaciones de las personas para mostrar determinadas realidades siempre

incorporando nuevos elementos e informaciones a este cerebro programado para adquirir nuevos conocimientos.

Para lograr captar la atención del público consumidor de información los medios de comunicación apelan a distintas herramientas. Uno de ellas es la Programación Neurolingüística (PNL).

*“La PNL versa sobre la interrelación dinámica entre los tres procesos básicos mediante los cuales construimos nuestros modelos de mundo. El aspecto lingüístico de la PNL tiene que ver con el hecho de que, como seres humanos, hemos desarrollado sistemas de comunicación sumamente complejos, sobre todo en lo que respecta al lenguaje”.* Dilts y Epstein, 1997: 43.

Asimismo, los autores señalan que la PNL se refiere al modo en que el sistema neurológico y del lenguaje forman las estructuras que construyen los modelos de mundo.

De esta forma Sambrano (1997) señala que la PNL se puede caracterizar por:

1. La PNL tiene la habilidad de ayudar al ser humano a crecer, trayendo como resultado una mejor calidad de vida.
2. Presenta un enfoque práctico y potente para lograr cambios personales debido a que posee una serie de técnicas que se asocian entre sí para lograr una conducta que se quiere adquirir.
3. Se concibe como una poderosa herramienta de comunicación, influencia y persuasión, puesto que, a través del proceso de comunicación se puede dirigir el cerebro para lograr resultados óptimos.

4. Es esencialmente un modelado. Los especialistas que desarrollaron la PNL estudiaron a quienes hacían las cosas de manera excelente, encontraron cuál era su fórmula y proporcionaron los medios para repetir la experiencia.
5. La PNL es una actitud. La actitud de " voy a lograrlo" con unas enormes ganas indetenibles.
6. Va más allá de un simple conjunto de herramientas. Se origina a partir de la Lingüística, la Terapia Gestalt, la Semántica General, Análisis Transaccional, Dominio Corporal, Cognitivo y Emocional.

#### **4.5.1 Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI):**

Dentro de la PNL se puede encontrar el Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI), el cual es definido como *“un método cuyo objetivo esencial es el de aprender a aprender. Por esta razón el método concierne a los medios y los procesos que conducen a la elaboración de nuevas representaciones; dicho de otra manera, a cómo adquirir conocimientos. El PEI se apoya en el principio de existencia de un Mapa Cognitivo. Cada uno posee una organización propia de su mapa cognitivo, hecho de saberes anteriores y de relaciones entre los mismos.* Cudicio, 1992: 24, 25,26.

El PEI versa sobre los mapas cognitivos, además establece varios niveles, a través de los cuales se definen y se aplican. Estos niveles son los siguientes, según Cudicio.

El Contexto: depende en gran medida de la proximidad cultural, educativa y personal que tienen las personas. Si determinadas materias están demasiado

alejadas del contexto, los rendimientos obtenidos no pueden ser considerados significativos.

**La Representación:** Modalidades o lenguaje en las cuales se traduce el acto mental. Los rendimientos de la gente están influidos por la representación de la tarea a realizar o del problema a resolver. Es muy posible comprender “fácilmente” un problema codificado en el lenguaje matemático y abordar “difícilmente” el mismo problema presentado bajo una forma diferente. Por lo tanto, en un proceso de evaluación no se retiene como significativos los rendimientos solicitados por una única modalidad.

**La Secuencia:** La tarea a realizar es estudiada y evaluada por el individuo en función de la estrategia que emplea para organizar, clasificar, manipular las informaciones.

**Las Operaciones Cognitivas:** Se trata de identificar cuáles operaciones son implementadas a lo largo de la prueba. Algunas de ellas pueden ser muy simples: comparar, identificar y otras más complejas. Pensamiento analógico, pensamiento transitivo, etc.

**El Nivel de Complejidad:** Se analiza el acto mental en función del número de unidades de informaciones que contiene y del grado de familiaridad o de novedad respecto del sujeto.

**Nivel de Abstracción:** Distancia entre el acto mental y el objeto o el acontecimiento al cual se refiere. Por ejemplo aparear objetos que están a la vista requiere un nivel de abstracción inferior a aquel utilizado para analizar relaciones entre objetos o relaciones.

Nivel de Eficacia: Se trata de medir la rapidez y la precisión con las cuales es realizada la prueba, pudiendo diferenciar eficacia y capacidad del sujeto.

#### **4.6 La Retórica Aristotélica:**

La retórica es utilizada para persuadir a las personas utilizando determinadas palabras para expresar una determinada información. La finalidad de la retórica es provocar un efecto en el destinatario. Esto lo realiza a través de diversas herramientas para lograr variadas reacciones, las que pueden ser emocionar con lo que se ha planteado y convencer de algo que se desea mostrar o manifestar.

*“La retórica aristotélica se basa en el principio de lo verosímil, en demostrar mediante el razonamiento aquello que la gente cree posible. Para ello se vale de una lógica intencionalmente poco rigurosa, de la lógica que dicta el sentido común, de una lógica expresada por la siguiente regla aristotélica: más vale un verosímil imposible que un imposible inverosímil”.* López, Parada, Simonetti, 1997: 20,27.

La Retórica Aristotélica posee diferentes ramificaciones y son las siguientes:

Acerca del Convencer: Para convencer se requiere de un aparato lógico de pruebas que permitan persuadir al público mediante el poder del razonamiento. En este caso no se consideran las características anímicas del público, sino sólo su capacidad de razonar.

Acerca del Emocionar: Esto constituye el acto psicológico del arte de la retórica, pues se pretende adaptar el discurso a las características de la personalidad del público. Para lograr conmover es necesario pensar el mensaje según la disposición, carácter y pasiones del público, con el fin de escoger las pruebas apropiadas para persuadir.

Disposición: Una vez que se han descubierto los argumentos lógicos y psicológicos apropiados para persuadir es necesario determinar el lugar y orden que éstos ocuparán en el discurso. El orden en que se ubicarán las pruebas constituyen el aspecto formal de éste.

La Elocución: Se trata de elegir las palabras adecuadas para expresarse, de adornar el discurso con expresiones tales que los argumentos sean más persuasivos. Ésta constituye la parte estética del discurso y está centrada en el lenguaje propiamente tal.

Los medios pueden a través de los titulares y bajadas presentar determinadas realidades que pueden llegar a convencer de algo a los públicos destinatarios.

Sin embargo, lo más frecuente en los medios de comunicación, sobre todo, en los escritos, es el elemento de emocionar. Aquí se pone en juego netamente a la Programación Neurolingüística, pues constituye lo propiamente psicológico del arte de la retórica.

Muchos titulares para emocionar recurren a experiencias en común vividas por las personas. Es común que los medios escritos apelen a comenzar las notas con nombre o hechos referentes a otras cosas, como son el caso de los nombres de las películas o asociando elementos que realmente motivan a los grupos.

El libro “La Persuasión en la comunicación” (Reardon, 1991) trata del poder de los Medios de Comunicación Social para hacer creer a los lectores algo que no es. Es así como este texto apela a que la persuasión está presente en todo orden, pues en la vida cotidiana es algo recurrente entre las personas, las que no son capaces de darse cuenta que están siendo engañadas.

Según el autor, a partir de esto, los medios se valen para persuadir a los receptores de la comunicación y muchos de ellos no parecen saber o darse cuenta que están siendo manipulados o engañados.

#### **4.7 Mapas cognitivos**

Como mapa cognitivo se puede definir lo que las personas poseen como conocimiento previo por las experiencias vividas, y depende de eso que los individuos escarben a través de esto para relacionar conceptos, argumentos, y así generar una nueva experiencia, y por ende, una nueva representación de la realidad.

Según el autor De Castro (1999), los mapas cognitivos son los caminos de la mente que guían a las personas por determinados espacios mentales.

*“Investigadores que han trabajado sobre la memoria de las personas hablan de un multialmacén para indicarnos que no se trata de un cajón de sastre o un desván de objetos amontonados. La estructura multialmacén establece tres estancias; una primera, de carácter sensorial, dotada de muy escasa permanencia. La denominación más generalizada para las dos restantes estancias ha sido de memoria a corto plazo y a largo plazo. La memoria que invade nuestra*

*vida diaria es la que llamamos a largo plazo; de ella se alimenta nuestra conducta cotidiana*". De Castro, 1999: 2.

Este autor además señala que existen muchas circunstancias en que las personas sin darse cuenta utilizan la memoria a largo plazo. Por ejemplo, en ese comportamiento habitual y cotidiano de leer un periódico se acude a la memoria del léxico, de personajes, de instituciones, etc.

*"Sin advertirlo y gracias a ello se nos hace inteligible y comprensible la página periodística. Otro tanto pudiéramos decir del programa radiofónico o televisivo, en donde tendríamos que añadir una memoria de los sonidos y fonemas con los que activamos la memoria del léxico*". De Castro, 1999: 2

Las personas recurren a la memoria emotiva para relacionar determinados mensajes que son entregados por los productores de la información. Y además los medios de comunicación cuando quieren lograr un determinado objetivo, muchas veces recurren a esta memoria, con el fin de, en primera instancia captar la atención, para después entregar la carga semántica.

El texto *Studyng Emotion in the Laboratory*, de Jordi Màs Manjon señala que cuando la mente percibe emotivamente se le denomina actividad coordinada de los factores específicos de la inteligencia emocional. La de carácter interno es la memoria emotiva.

*"Podemos a partir de estas premisas determinar que los factores específicos vinculados a la emotividad, son inductores de la memoria emotiva, que provoca de modo directo o indirecto la respuesta como adquisición de la experiencia*". Manjon, 2002: 2.

#### **4.8 Medios de Comunicación:**

Quizás una de las características más importantes y sobresalientes de los medios de comunicación es que actualmente y casi en todo el mundo, éstos están siendo influidos por determinados grupos políticos y económicos, siendo éstos los que generan la noticia y quienes también las producen.

Otro punto que es interesante y que relaciona estrechamente a los medios es que ya no están enfocados en trabajar para la gente, o sea, mantenerlos informados por el hecho social de hacerlo, sino más bien, se han transformado en empresas, en verdaderos negocios, los cuales trabajan para poder generar divisas y recursos.

Los medios masivos de comunicación (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, Internet) tienden cada vez más a agruparse en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos. Las empresas mediáticas se ven tentadas de formar grupos para reunir a todos los medios de comunicación tradicionales, pero además a todas las actividades de lo que podríamos denominar los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y la información.

*“Estas tres esferas antes eran autónomas: por un lado, la cultura de masas con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos esencialmente mercantiles; por el otro, la comunicación, en el sentido publicitario, el marketing, la propaganda, la retórica de la persuasión; y finalmente, la información con sus agencias de noticias, los boletines de radio o televisión, la prensa, los canales de*

*información continua, en suma, el universo de todos los periodismos”.- Ramonet, 1998: 1.*

#### **4.8.1 El poder de los medios:**

Relacionado con el poder que muchas veces manejan a los Medios de Comunicación, hay quienes señalan que existen grupos de poder que se ven en cierta medida beneficiados o perjudicados por estos Medios de Comunicación Masiva.

Además no cabe duda el poder que revisten los medios en la opinión pública. Cualquier antecedente, noticia o evento de importancia que surge en cualquier territorio, es difundido por los medios de comunicación. Punto importante también, es la legitimidad que provocan los medios en la opinión pública, puesto que si algo no aparece en la prensa no existe. En este sentido lo que aparece como parrilla programática o temática en los medios es a lo que realmente la gente le da validez.

Hay quienes dicen que los medios de comunicación son la entidad más poderosa en Chile, según la afirmación de una encuesta realizada a miembros de elite nacional por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). La elite chilena ve en los mass media una amenaza a sus intereses, aunque también una oportunidad de acción e intervención.

*“La calificación de poder que ocupan los medios está por sobre el gobierno, los grandes grupos económicos, la Iglesia, el Banco Central, las Fuerzas Armadas o los partidos políticos. La percepción de la élite chilena tiene varias lecturas posibles, influidas por los mismos medios y su mediatización de la realidad social.*

*La élite teme a los medios por su capacidad de ponerla en un “pie forzado” y presionarla en pos de mayor transparencia. Los fantasmas del caso Spiniak y de las cámaras ocultas sin duda que han contribuido en esta aprensión respecto a los medios, pero se trata de una percepción un poco abultada por la mediatización de las relaciones sociales y políticas”. Walder, 2005: 3.*

Actualmente existen muy pocos científicos sociales que piensan que los mass media tienen el poder de exaltar a enormes grupos de personas. Sin embargo, los avances tecnológicos han posibilitado que los comunicadores tengan acceso a un gran número de receptores del mensaje

*“En nuestros días se invierten millones de dólares anualmente en un intento de cambiar las actitudes sociales acerca de los candidatos políticos, los productos de consumo, las prácticas sanitarias y de seguridad y la acción social. En la mayoría de estos casos el objetivo final es el de influir sobre el comportamiento humano”. Bryant y Zillman, 1996: 20*

Según los autores el éxito de las campañas mediáticas de los medios de comunicación depende de que las comunicaciones transmitidas sean efectivas para cambiar las actitudes del público en la dirección deseada y que las actitudes modificadas influyan en los comportamientos humanos

#### **4.9 El periodismo Interpretativo (un rol del periodista):**

En la actualidad son muchos los medios que utilizan al periodismo interpretativo como una herramienta para difundir o entregar el mensaje al público destinatario. La mayoría de los medios lo utiliza para ahondar más en una noticia, lo que permite un mayor involucramiento por parte del periodista y el lector. Este

género permite además la utilización de una serie de elementos que en el periodismo informativo son muy difíciles de utilizar, como por ejemplo: la descripción de ambiente, la utilización de ciertos eufemismos y adjetivos que no impliquen necesariamente opinión en el texto.

Al revés del reportero común y corriente, el periodista que hace interpretación tiene, precisamente, por principal tarea interpretar. Es decir, ambiciona darle suficientes pistas al lector para que éste entienda –generalmente una vez por semana- la mañana noticiosa.

*“Es algo distinto, como puede apreciarse comparando en el resumen dominical de noticias de un diario como El Mercurio y las informaciones de una revista como Qué Pasa. El primero es una sobria acumulación de hechos, precisando generalmente la fecha en que ocurrió cada uno de ellos y –si la hay- su secuencia cronológica. En cambio en el semanario el tratamiento es totalmente distinto. En lo externo, porque hay un uso más libre del idioma, recurriendo con frecuencia a los adjetivos, y en lo interno, porque se está apuntando hacia algo”.*  
Santibáñez, 1995: 29.

Esta diferencia condiciona el trabajo del redactor o periodista. Mientras el reportero de radio trata de acumular la mayor cantidad de información en el menor tiempo posible, el redactor de revistas semanales tiene generalmente más tiempo y su objetivo es siempre más preciso y concreto.

#### **4.9.1 El género de Reportaje:**

Sin lugar a dudas este género corresponde a uno de los más amplios, puesto que se deben tocar o profundizar todas las aristas posibles encontradas en

el proceso investigativo. También un reportaje proviene de una selección temática bastante acabada. Así que se puede determinar ciertas características del medio, a partir de los reportajes emitidos.

*“En sentido amplio, reportaje equivale a información. Todo trabajo informativo que no sea la estricta noticia, el artículo literario o de opinión o la crónica, es reportaje. Incluso la propia noticia, desarrollada, puede dar lugar a diversos informes. Es este sentido amplio, encajado en la significación etimológica, reporta todo el que nos dice o cuenta algo –salvo el caso del relato literario, en el que se narran o refieren hechos o sucesos imaginarios, no reales”.*  
Vivaldi, 1987: 65,66

Además podría ser definido como un relato periodístico esencialmente informativo, objetivo en cuanto a la forma de estar redactado. Preferentemente en estilo directo, el que da cuenta de un hecho de interés actual y humano. O también, una narración informativa de forma literaria, realizada según la personalidad del periodista.

Según Leñero y Marín (1986) el reportaje es el más amplio de los géneros periodísticos, ya que en él caben todos los demás. Es un género que puede tener semejanzas con la noticia, la entrevista, la crónica, y además el ensayo, la novela corta y el cuento. Los reportajes se elaboran para ampliar complementar y profundizar en una noticia y para explicar un problema, argumentando una tesis y narrando sucesos.

*“Un reportaje así se asemejaría a la noticia en cuanto al propósito de informar, y se diferenciaría de ella por la serie de detalles noticiosamente secundarios pero interesantes que descubriría. También se diferenciaría en que,*

*aquí, los personajes podrían presentarse con mayor viveza. Esta preocupación descriptiva se acercaría al cuento o la novela, pero sería diferente por el hecho de que el reportaje trabaja siempre con situaciones y seres reales”.* Leñero y Marín 1986, 43,44.

#### **4.9.2 Los titulares en la prensa:**

Corresponden a uno de los cuerpos más importantes junto con el lead, ya que dan la idea global de lo que va a decir la información.

Hay quienes postulan que una de las cosas más importantes es el epígrafe, el título y la bajada, o sea, esta primera macro estructura o proposición temática. Puesto que se apela al tiempo de los lectores, ya que muchas veces por la escasez de éste, no alcanzan a leer los textos completos. La idea es que al leer el titular entiendan la información (pirámide invertida).

Según Gómez Mompart (1982) los titulares son el primer nivel informativo y del que depende que los lectores sigan o no leyendo tanto el periódico como las noticias. El titular siempre debería guardar fidelidad al cuerpo noticioso que acompaña y jamás debe olvidarse de la garra, ya que un buen título hace leer el artículo. El titular está destinado a dar una visión breve de la noticia y a incitar a leer el texto.

El título debe anticipar la noticia y no agotarla y causar una cierta atención por parte del público. Un título es ya una información y también una opinión.

*“La manipulación, irremediable también para los periodistas, adquiere un mayor realce si cabe a la hora de titular que en el momento de escribir cualquier información o noticia. La síntesis a que obliga cualquier título, el mensaje*

*(resumen) de lo quiere transmitir y la estructura y estilo que deben adornar la titulación (para llamar la atención del lector) conforman un hacer –un manipular- que condicionan lo que un tanto pomposamente bastantes periodólogos han convenido en llamar ‘el arte de titular’- Gómez, 1982: 9,10.*

Este mismo autor señala que la titulación guarda consonancia con diversos factores y, en función de los mismos, los titulares en prensa se componen de una u otra forma.

En primer lugar se compone del momento, ya que un titular debe tener presente el momento en que el acontecimiento se ha producido y en el que entrará en contacto con el público. En segundo lugar depende del medio, debido a que cada medio tiene su propio estilo de titulación. También depende de la orientación del medio, de los principios ideológicos políticos y socio culturales. Otro no menos importante es que el título depende del género periodístico y sus formas en que se escribe en el medio (entrevista, crónica, crítica, reportaje).

Además depende de la lengua y la tradición periodística. También depende de la sección en la cual se esté escribiendo en el medio y de la página, ya que se ha perdido la costumbre de diferenciar los titulares de las páginas impares, debido a que las primeras atraen más la vista de los lectores.

#### **4.9.3 Bajadas en los textos periodísticos:**

Según los autores Leñero y Marín las bajadas son el llamado de atención con que los medios anuncian la noticia.

*“En los impresos se presentan en caracteres en imprenta de mayor tamaño que la información propiamente dicha y recogen de ella lo más sobresaliente, lo de*

*mayor impacto. El reportero nunca las escribe. Hacerlo es tarea del jefe de redacción del diario o revista". Leñero y Marín, 1986: 60*

Sin embargo, en la actualidad ha cambiado y son los mismos periodistas los que deben escribir los títulos y bajadas. En este sentido se podría determinar y de acuerdo a lo expuesto por los autores que las bajadas de los textos periodísticos corresponden al titular de la información que se va a presentar. La bajada en sí puede significar un resumen de la información que se va a tratar en el cuerpo noticioso, para que así, los lectores puedan darse una idea en pocas palabras de qué se tratará la noticia.

Otra acepción es que es una prolongación del título, vale decir, viene a complementar lo que éste por falta de espacio no pudo expresar.

La bajada corresponde a un segmento del cuerpo noticioso bastante importante. Sin embargo, en la actualidad son pocos los medios que la utilizan en las informaciones diarias.

#### **4.10 Medios de Comunicación en Chile:**

Los medios de comunicación tanto en Chile, como en el mundo, están bajo el alero de los grandes poderes económicos, políticos y religiosos. Los medios en Chile se caracterizan por pertenecer a un dúopolio, considerado uno de ellos, el más importante y poderoso del país.

*“La prensa escrita, el más antiguo entre los modernos medios de comunicación, surge en Chile en el siglo pasado como expresión de ciertos grupos políticos que buscan influir en la conducción de la naciente República. La vinculación entre los medios escritos y el campo político se mantiene durante*

*buena parte del presente siglo. De hecho, hasta 1973 cada partido relevante del sistema político chileno posee directamente un diario o una revista, o se vincula a alguno de ellos". Sunkel y Geoffroy, 2001: 29.*

El Golpe Militar de 1973 produjo de inmediato profundas modificaciones en la prensa. La más inmediata fue la clausura de la prensa política y la paralización del sistema a una lógica de control político. Durante los años 80 el régimen militar mantuvo esa lógica de control, pero lo fundamental es que el sector privado logró afianzar su predominio sobre el conjunto del sistema de prensa.

#### **4.10.1 Historia del diario El Mercurio:**

Para poder llegar al fondo y analizar a cabalidad este estudio de los titulares y bajadas en el presente medio, es necesario saber cómo se formó esta gran cadena noticiosa e informativa y cuáles son los principales antecedentes que la han transformado en una empresa de las comunicaciones.

La llegada de la imprenta a Chile y la promulgación de la libertad de prensa en 1811 permitió la aparición del periódico más antiguo de habla hispana y que se publica actualmente en el mundo. Se trata de El Mercurio de Valparaíso, fundado en 1827 por Félix Vicuña y su socio estadounidense Thomas Wells.

En 1829 Wells quedó como único propietario y lo dirigió hasta 1833, cuando retorna a su país, dejando el diario en manos del argentino José Luis Calle, quien lo dirigió por cinco años. Luego de este período fue adquirido por Bernardo Pery Etchart hasta 1840

*“El siguiente propietario fue el tipógrafo español Manuel Rivadeneira y a partir de 1842 Santos Ternero, quien fue, según palabras de Benjamín Vicuña*

*Mackenna 'El verdadero fundador de El Mercurio como diario político, social y cosmopolita'. En 1864 Santos Ternero cede la empresa a sus hijos Orestes y Recaredo. Al año siguiente este último compra la parte de su padre y de su hermano, dotando en 1870 de un edificio propio para el diario y se asocia con Camilo Letelier". Valdebenito, 2002:91*

En 1880 el diputado del Partido Nacionalista Agustín Edwards Ross compró El Mercurio de Valparaíso en 100 mil pesos y construyó un nuevo edificio.

Al fallecer Edwards Ross 1897 legó a sus tres hijos Agustín, Carlos y Raúl Edwards Mc Clure el diario.

*"Posteriormente Carlos y Raúl cedieron a su hermano mayor todos los derechos que tenían sobre la empresa y Agustín pasó a ser el único propietario de ésta. Años más tarde, la empresa se constituyó en sociedad anónima, pero el señor Edwards mantuvo siempre la calidad de accionista principal y el poder para intervenir directamente en los rumbos del diario". Silva, 1958: 346.*

A comienzos del siglo XX surge la inquietud de expandir de manera más rápida y directa sus publicaciones fuera de las fronteras de Valparaíso, por lo que el 1 de junio de 1900 se fundó el diario El Mercurio en Santiago.

En 1902 crea el diario "Las Últimas Noticias", para incluir las noticias de la tarde, que no alcanzaban a aparecer en El Mercurio.

*"Gracias a las modernas máquinas de que disponía la empresa, ésta innovó técnicamente, enriqueciendo sus páginas con amplios servicios de información nacional e internacional y contando con la colaboración de las principales plumas del país. Además, imita el modelo norteamericano, que tiene un formato en el que*

*lo informativo es lo principal, quedando la propaganda doctrinaria a las páginas editoriales*". Blomeier, Donoso, Hormazábal, Lorenas y Sandoval, 1999: 112.

Dos años más tarde, la empresa se emplaza en una gran casa en calle Compañía esquina Morandé, donde permanecerá 81 años.

En el año 1941 muere Edwards Mc Clure y su hijo Agustín Edwards Budge asume como presidente de la empresa, quien falleció en 1956. Dos años más tarde toma el mando de la presidencia de la empresa su hijo mayor Agustín Edwards Eastman, quien lo continúa dirigiendo en la actualidad.

Edwards Eastman nació en París en 1927, estudió en Heatherdown School de Londres entre 1930 y 1938 y en el Grange School de Santiago entre 1939 y 1943. Luego ingresó a la Escuela de Derecho de la Universidad de Chile.

*"Cabe destacar que en el año 1970 se inaugura la columna Tribuna en la página editorial de El Mercurio. Su propósito es reunir los artículos de especialistas en diversos temas sin excluir ninguna tendencia e ideología. Los que escriban para Tribuna no deberían observar otra norma que la de evitar polémicas personales. El primer día escriben Patricio Aylwin Azócar y Fernando Maturana Erbeta".* El Mercurio, 1994:51

Durante esta gestión El Mercurio S.A. ha realizado una serie de modernizaciones tecnológicas y empresariales y ha incrementado la cadena de diarios regionales. En este mismo período, la empresa cambió sus oficinas centrales en Santiago, desde el edificio de Compañía a las actuales dependencias de Avenida Santa María 5542 en Vitacura.

En 1973, la cadena periodística constituía sólo un tercio de la circulación de los periódicos existentes ese año. Durante 1973 y 1988, el grupo Edwards

aumentó su participación proporcional en el mercado, lo que significa que controla más de la mitad de la circulación diaria de ejemplares en el país. De esta forma se convierte en el principal dueño individual de periódicos. Además, este grupo se encuentra relacionado con una amplia gama de empresas vinculadas a diferentes rubros comerciales como seguros, bancos, servicios e inversiones.

*“El Mercurio, La Segunda y Las Últimas Noticias están a cargo de sociedades que pertenecen a Agustín Edwards Eastman, quien también es el presidente y accionista mayoritario de los ocho diarios de la Sociedad Periodística El Norte S.A.; tres de la empresa El Mercurio de Valparaíso; dos en Concepción y los siete diarios de la Sociedad Periodística Araucanía S.A. Además, le pertenece Publicaciones Lo Castillo, que publica la revista Dato Aviso y cadena Radio Digital F.M”.* Díaz, Fabiola, 2003: 114,115.

#### **4.10.2 Grupo Edwards y sus principales medios**

PROPIEDAD	MEDIOS
Grupo Edwards	El Mercurio
El Mercurio S.A	Las Ultimas Noticias
Comercial El Canelo y Compañía Limitada	La Segunda
Comercial Canelo S.A	
Agustín Edwards	
El Mercurio de Valparaíso S.A	El Mercurio de Valparaíso
	La Estrella de Valparaíso
	El líder de San Antonio
Empresa Periodística El Norte S.A	La Estrella de Arica
	La Estrella de Iquique
	La Estrella del Norte
	El Mercurio de Antofagasta
	El Mercurio de Calama
	La Estrella del Loa
	La Prensa de Tocopilla
	El Diario de Atacama
	El Diario El Sur (Concepción)
	Crónica (Concepción)
Sociedad Periodística Araucanía	Renacer de Arauco
	Renacer de Angol
	El Austral de Temuco
	El Austral de Valdivia
	El Austral de Osorno
	El Llanquihue de Pto Montt
	La Estrella de Chiloé

Fuente: extracto proporcionado por Bernardita Ramírez en su trabajo "La propiedad de la prensa en Chile como factor delimitante de la libertad de expresión", Escuela de Periodismo, Universidad Austral de Chile, 1999.

#### **4.10.3 Línea editorial de El Mercurio:**

En el ambiente de las comunicaciones y más aún en el medio periodístico, es casi una frase popular “El Mercurio miente”, ya que se sabe cuál es la línea editorial de este medio, y cuáles son las tendencias políticas que en él existen.

*“Cuando Agustín Edwards decide no publicar una noticia que puede ser perjudicial para él, para su grupo económico o para el régimen en que se sustenta, más de la mitad de los lectores de diarios en Chile se quedan sin leer la información. El impactante párrafo con que tres periodistas chilenos inician el libro Para entender al “Decano”, que fuera requisado en 1987 durante el régimen anterior, muestra con claridad el poder que tiene el consorcio periodístico más grande que existe en Chile”. Blomeier, Donoso, Fernández, Hormazábal, Lorenas y Sandoval, 1999:112.*

La tradición empresarial de la familia Edwards ha marcado una influencia importante sobre la línea editorial del diario, lo que se expresa a través de la historia en el favorecimiento hacia la actividad empresarial y económica del país.

El Mercurio juega un rol trascendental en la sociedad chilena, no sólo como medio de comunicación. Esto se refleja en la influencia política y cultural. El Mercurio históricamente se ha encargado de construir una imagen de sí mismo como órgano liberal. Es el diario de mayor gravitación política y económica en el país y se caracteriza por poseer una línea editorial conservadora. Se identifica fuertemente con la derecha política, defendiendo el régimen militar entre 1973 y 1989. Sin embargo, y a pesar de lo conservador de este medio, en más de alguna oportunidad de ha visto envuelto en ciertas complicaciones con los reportajes tratados y publicados. Este es el caso del ex candidato presidencial Sebastián

Piñera, el cual fue prácticamente descubierto por una periodista en complicidad con la Policía de Investigaciones por el caso de la compra de prácticamente una isla en el archipiélago de Chiloé.

*“No debe sorprender, entonces, que El Mercurio se conciba a sí mismo como un diario libre e independiente. Sin embargo, El Mercurio en su autodefinición va más allá de esto. Como lo presentó su ex director Arturo Fontaine en 1977, este diario se atribuye, también la calidad de barrera moral muy importante en la lucha contra el terrorismo”.* Reyes, Ruiz, Sunkel, 1986:29.

Es indudable la influencia de El Mercurio en la sociedad chilena, sobre todo en la clase alta y media. Es uno de los medios más importantes del país en términos de circulación e influencia nacional, y representa una forma periodística utilizada en todo el mundo: la prensa de elite.

En su existencia, este diario, ha dado cabida a los hechos noticiosos más relevantes del siglo pasado y de éste y a los más brillantes pensadores y destacados profesionales de la prensa escrita. Desde su creación ha intentado aportar al crecimiento y desarrollo de la economía, cultura, política y educación, elevando el nivel de la información y la calidad de la comunicación social en el país.

## **5. Metodología de la Investigación**

La metodología de investigación en el presente análisis para optar al título de periodista y el grado académico de Licenciado en Comunicación Social considera un análisis de contenido que se llevó a cabo en el diario El Mercurio, específicamente en la sección Reportajes. Esta sección se publica los domingos y que tiene un carácter de circulación nacional.

El presente análisis trata de una investigación de tipo descriptiva, pues, lo que se buscó fue describir determinadas variables que se presentan a lo largo del proceso investigativo.

Es decir, estas variables son las categorías y subcategorías que se van a medir en el transcurso de este análisis, como por ejemplo la Programación Neurolingüística, el Programa de Enriquecimiento Instrumental y la Retórica Aristotélica, además de señalar la intención que tiene el titular y la bajada a la hora de llegar al público destinatario.

Se trata además de un caso estudio, pues se analizó el diario El Mercurio. En un aspecto cuantitativo y como universo se puede señalar que se analizaron 30 ejemplares, desglosando de ellos, las principales herramientas de persuasión o de conducción de la opinión que utiliza específicamente este medio.

El universo en el cual se trabajará es el diario El Mercurio. Es por esto que en este estudio se realizó un análisis a ediciones aleatorias.

Al ser tres decenas de ejemplares, el espectro de medición es tan amplio que se tomó un rango de tiempo de cinco años a la fecha. Vale decir desde el 2000 hasta el año 2005.

Como se dijo anteriormente se aplicó el análisis a 30 ejemplares elegidos al azar. Posteriormente se realizó un análisis para determinar cómo y de qué forma se utilizan elementos o las herramientas persuasivas en este y por este medio.

Además es necesario señalar que se escogió este universo, pues como se publica los días domingo, se puede manifestar una cierta selección temática en el contenido de la información. En este sentido hay una semana para que periodistas y editores hagan el trabajo de filtro de la información.

El diseño metodológico que se planteó es el mismo que se utilizó para titulares y bajadas. El análisis se hizo en forma conjunta, pues, las herramientas persuasivas o de conducción de la opinión son las mismas que se utilizan en ambos.

Además es necesario destacar que se apreció la relación que existe entre las unidades de análisis con el cuerpo noticioso o contenido del reportaje en cuestión. De esta manera se pudo apreciar si este medio, a través del título o bajada plantea una información que no tiene relación con el resto de la información. Si es así este medio lo utilizaría para persuadir o captar la atención del público con algún determinado fin.

Respecto de la medición de ejemplares con las respectivas variables, se utilizarán gráficos y tablas que resumirán la información otorgada por los ejemplares analizados, para hacer más expedita la información.

Otro punto de vista que posibilita que se lleve a cabo la posible persuasión en los lectores es la intención económica, de línea editorial y/o ideológica que

puede tener el medio, para que las personas destinatarias y consumidoras de información consuman más este producto que está en el mercado.

Con respecto a esto, cabe señalar que desde mucho tiempo Chile está dominado por duopolios informativos, los que manejan en gran parte las informaciones que se les entregan a las personas. En este sentido, las posibles realidades que son contadas a las personas están mediadas por dos grandes visiones. Sin embargo, hay que recordar que existen en la actualidad medios “alternativos”, los que son una opción para los lectores de las informaciones que se presentan.

Si se habla de los grandes medios se puede decir que por un lado está Copesa y por el otro El Mercurio, los que por los antecedentes proporcionados corresponden a empresas informativas. Estos duopolios necesitan vender sus productos y para ello, recurren a determinadas técnicas que más adelante se lograrán identificar plenamente.

## 6. Diseño Metodológico

### **Unidades de análisis**

Titulares y Bajadas de la sección Reportajes de El Mercurio

- **Categoría 1:** **intención persuasiva:** *Intención de persuadir.*
- **Categoría 2:** **presencia de Retórica Aristotélica.**
  - **Subcategorías:** - **Emocionar:** *apelar a la emoción del lector.*
  - **Convencer:** *convencer de algo.*
  - **Elocución:** *elegir las palabras adecuadas para persuadir.*
  - **Disposición:** *disposición de los elementos persuasivos.*
- **Categoría 3: Programación Neurolingüística y PEI**
- **Subcategorías:** - **Contexto:** *proximidad cultural.*
  - **Representación:** *modalidad en lo cual se traduce el acto mental*
  - **Secuencia:** *estrategia que se emplea para organizar, clasificar y manipular las informaciones.*
  - **Operaciones cognitivas:** *qué operaciones se implementan.*
  - **Nivel de complejidad:** *acto mental en función del número de unidades informativas.*
  - **Nivel de abstracción:** *distancia entre el acto mental y el objeto.*
  - **Nivel de eficacia:** *rapidez y precisión*
- **Categoría 4: Intención de titulares y bajadas**
- **Subcategorías:** - **optimista:** *información de tipo jovial*
  - **pesimista:** *aspecto negativo en la entrega noticiosa*
- **Categoría 5: Presencia de ideología**
- **Subcategorías:** - **conservador:** *defensores de los valores tradicionales*
  - **liberal:** *interpretación de hechos*
- **Categoría 6: Estilo periodístico**
- **Subcategorías:** - **informativo:** *estilo formal*
  - **Interpretativo:** *interpretar los hechos*
  - **Opinión:** *utilización de puntos de vista*
- **Categoría 7: Utilización de palabras claves:** *palabras claves que insinúan persuasión*
- **Categoría 8: Utilización de eufemismos:** *embellecimiento o disfrazamientos de Las palabras.*
- **Categoría 9: Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto.**

**Resúmenes en tablas y gráficos del análisis  
realizado a 30 ejemplares de la sección Reportajes  
del diario de circulación nacional El Mercurio de  
Santiago.**

## 7. TABLA RESUMEN DE EJEMPLARES ANALIZADOS

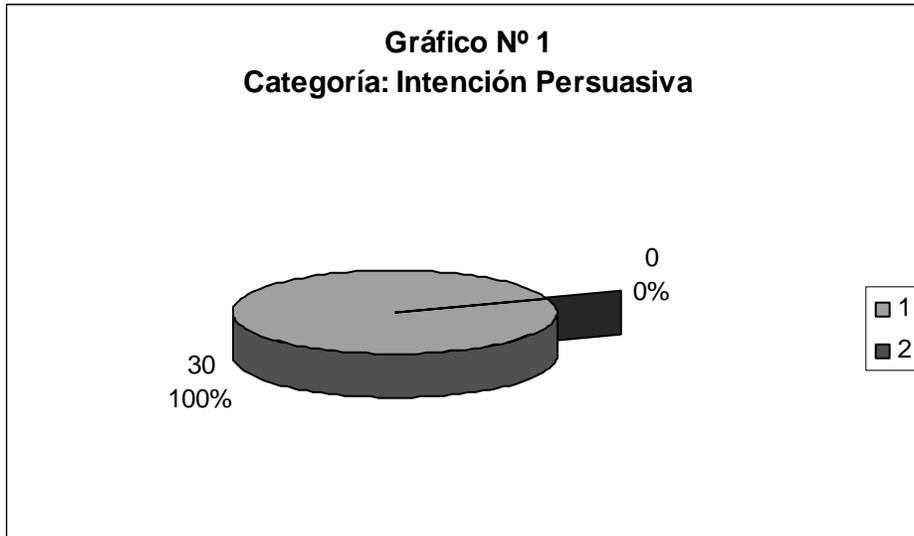
### Ejemplares Analizados

Categorías y subcategorías	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Intención Persuasiva (*)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Retórica Aristotélica (*)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x
Emocionar (**)						x						x		x										x			x			
Convencer (**)			x		x		x	x	x		x				x	x	x	x	x			x		x	x					x
Elocución (**)	x	x	x						x				x			x				x	x		x	x	x		x	x		x
Disposición (**)	x			x	x	x		x	x	x	x		x		x		x	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x
PNL (*)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
PEI (*)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Contexto (**)	x	x	x	x	x		x	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Representación (**)	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x			x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Secuencia (**)	x				x			x	x					x			x		x		x		x	x	x	x	x	x	x	x
O. Cognitivas (**)				x						x	x		x				x	x		x										
Complejidad (**)						x																								
Abstracción (**)		x				x			x																					
Eficacia (**)												x										x							x	x
Optimista (**)		x	x		x							x		x	x												x			
Pesimista (**)																					x									
Conservador(**)	x					x	x	x		x				x		x	x	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x
Liberal (**)	x			x	x			x	x		x		x									x				x		x		
Informativo (**)		x	x			x	x			x		x		x		x							x	x	x		x		x	
Interpretativo (**)	x			x	x			x	x		x		x		x		x		x	x	x					x			x	
Opinión (**)																														
P. Claves (*)	x	x		x	x	x	x	x	x		x	x		x		x	x		x	x	x					x		x	x	
Eufemismos (*)	x		x		x					x	x		x								x			x						
R. con Texto (*)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

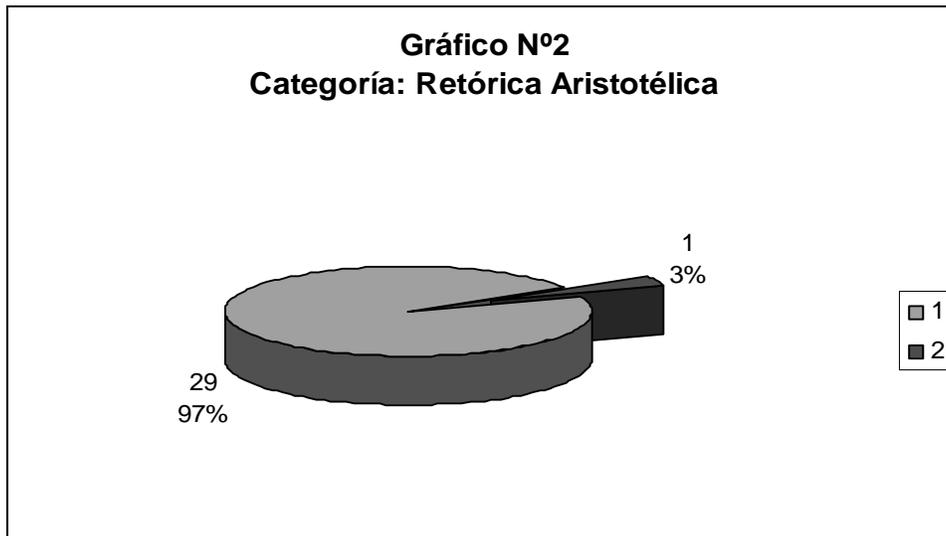
(\*): Corresponde a las categorías sobre las que se realizó el análisis

(\*\*): Corresponde a las subcategorías sobre las que se realizó el análisis

**8. RESUMEN EN GRÁFICOS DEL ANÁLISIS REALIZADO A 30 EJEMPLARES**  
**DE LA SECCIÓN REPORTAJES DEL DIARIO EL MERCURIO**

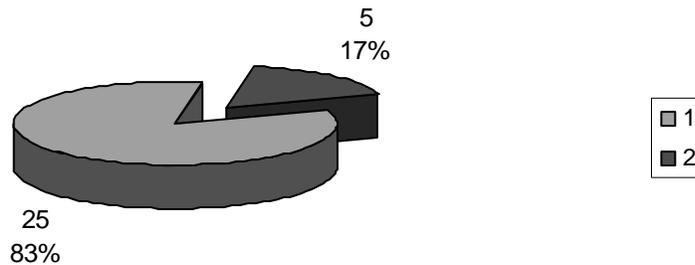


Este gráfico representa que en el 100% del universo de ejemplares analizados se encuentra presente la categoría de Intención Persuasiva. Vale decir, 30 ejemplares.



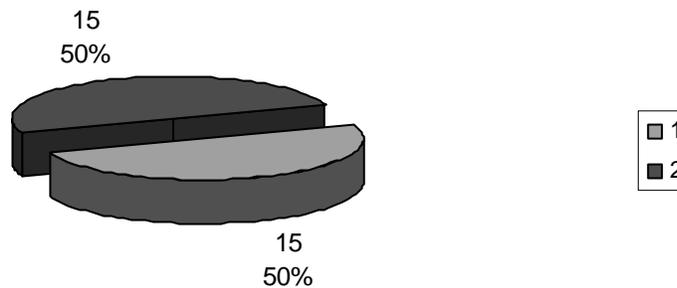
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la categoría de Retórica Aristotélica. El N° 1 corresponde al 3%, lo que equivale a un ejemplar que no se encuentra dentro de esta categoría. El N° 2 corresponde al 97%, lo que equivale a 29 ejemplares que cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 3**  
**Subcategoría: Acerca del Emocionar**



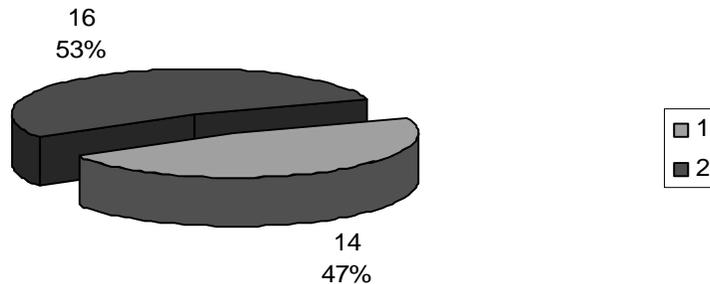
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Del Emocionar, que corresponde a la categoría Retórica Aristotélica. El N° 1 corresponde al 83%, lo que equivale a 25 ejemplares que se encuentran dentro de esta subcategoría. El N° 2 corresponde al 17%, lo que equivale a 5 ejemplares que no cumplen con esta subcategoría.

**Gráfico N° 4**  
**Subcategoría: Acerca del Convencer**



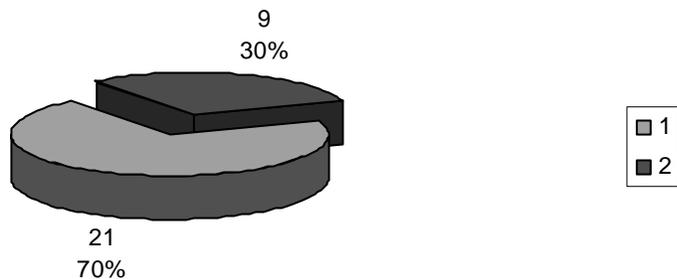
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Del Convencer, que corresponde a la categoría de la Retórica Aristotélica. El N° 1 corresponde al 50%, lo que equivale a 15 ejemplares que se encuentran dentro de esta subcategoría. El N° 2 corresponde al 50%, lo que equivale a 15 ejemplares que no cumplen con esta subcategoría.

**Gráfico N° 5**  
**Subcategoría: Elocución**

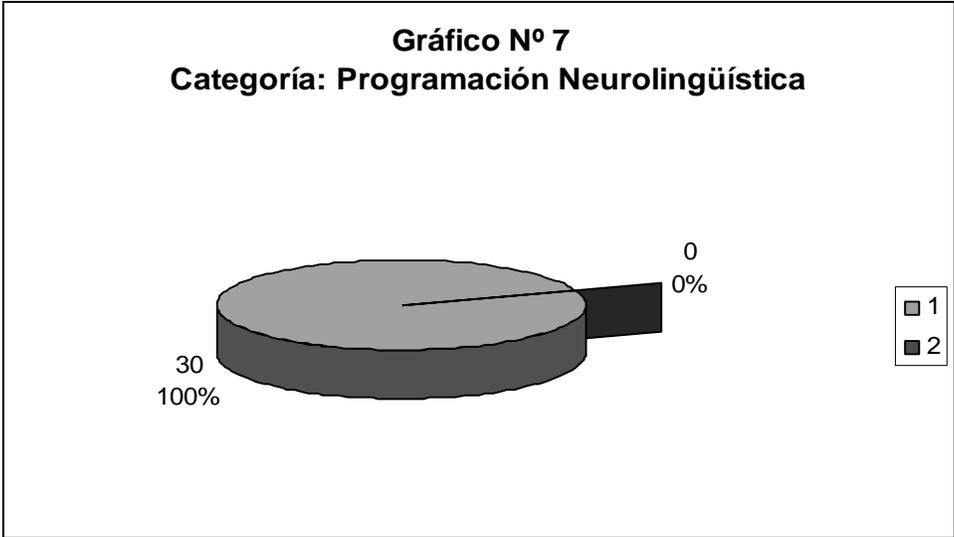


Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Elocución, que corresponde a la categoría Retórica Aristotélica. El N° 1 corresponde al 47%, lo que equivale a 14 ejemplares que se encuentran dentro de esta subcategoría. El N° 2 corresponde al 53%, lo que equivale a 16 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

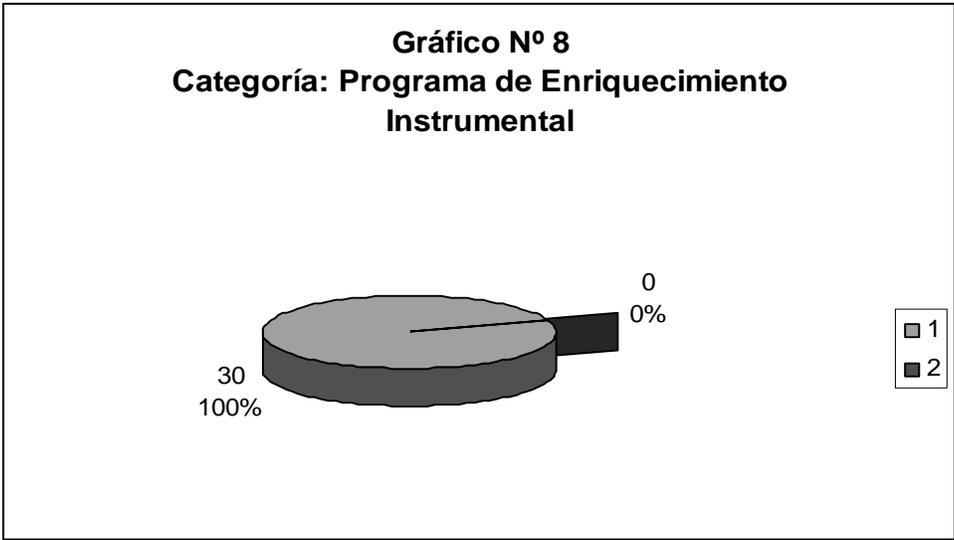
**Gráfico N° 6**  
**Subcategoría: Disposición**



Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Disposición, que corresponde a la categoría de Retórica Aristotélica. El N° 1 corresponde al 70%, lo que equivale a 21 ejemplares que cumplen con esta subcategoría. El N° 2 corresponde al 30%, lo que equivale a 9 ejemplares que no cumplen con esta subcategoría.

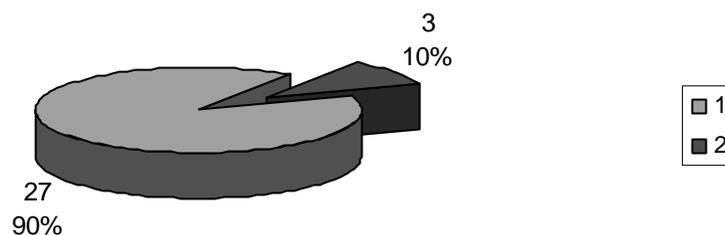


Este gráfico representa que en el 100% del universo de ejemplares analizados se encuentra presente la categoría de Programación Neurolingüística. Vale decir, 30 ejemplares.



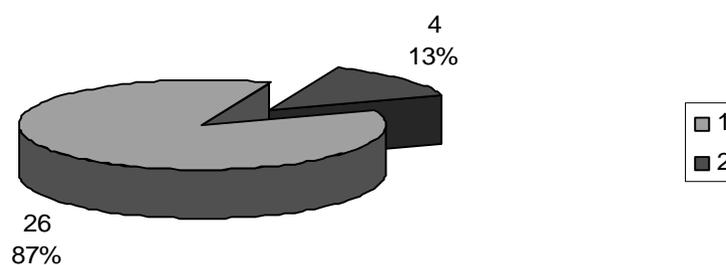
Este gráfico representa que en el 100% del universo de ejemplares analizados se encuentra presente la categoría de Programa de Enriquecimiento Instrumental. Vale decir, 30 ejemplares.

**Gráfico N° 9**  
**Subcategoría: Nivel de Contexto**



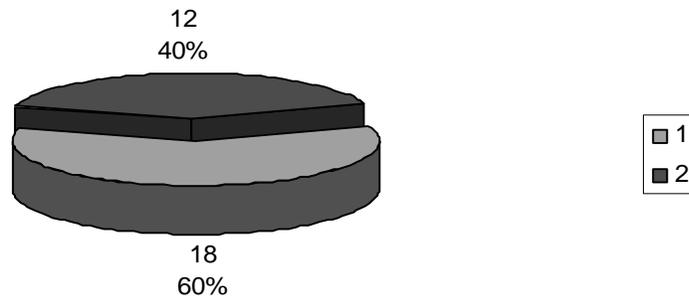
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Contexto, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 90%, lo que equivale a 27 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 10%, lo que equivale a 3 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 10**  
**Subcategoría: Nivel de Representación**



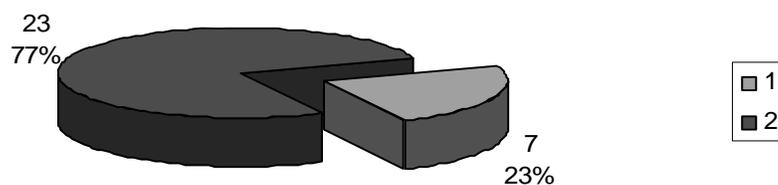
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Representación, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 87%, lo que equivale a 26 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 13%, lo que equivale a 4 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 11**  
**Subcategoría: Nivel de Secuencia**



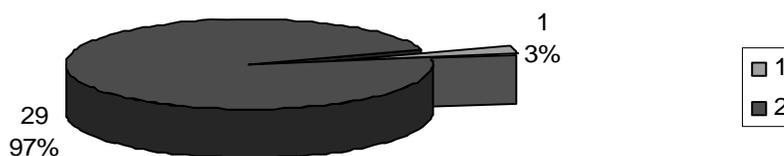
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Secuencia, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 40%, lo que equivale a 12 ejemplares que no cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 60%, lo que equivale a 18 ejemplares que cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 12**  
**Subcategoría. Nivel de Operaciones Cognitivas**



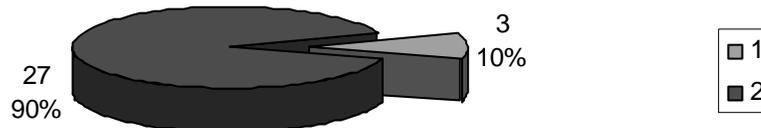
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Operaciones Cognitivas, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 23%, lo que equivale a 7 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 77%, lo que equivale a 23 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 13**  
**Subcategoría: Nivel de Complejidad**



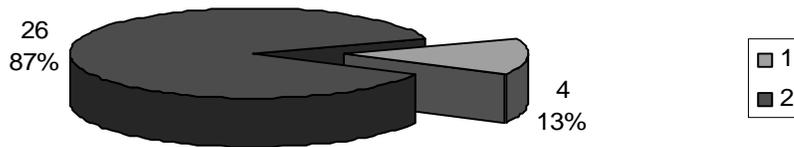
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Complejidad, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 3%, lo que equivale a 1 ejemplar que cumple con esta categoría. El N° 2 corresponde al 97%, lo que equivale a 29 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 14**  
**Subcategoría: Nivel de Abstracción**



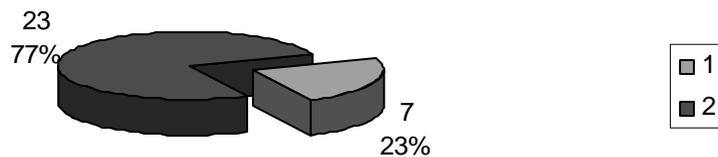
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Abstracción, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 10%, lo que equivale a 3 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 90%, lo que equivale a 27 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 15**  
**Subcategoría: Nivel de Eficacia**

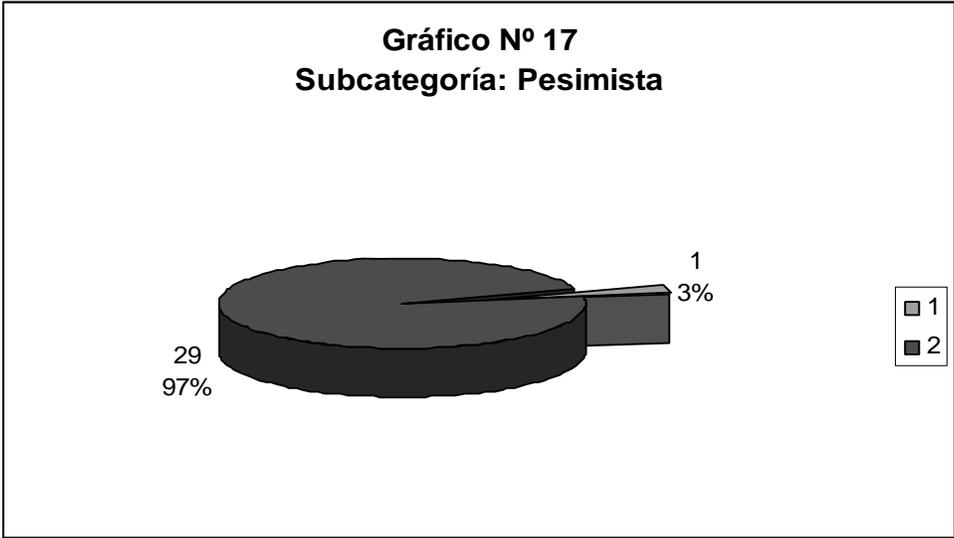


Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Nivel de Eficacia, que corresponde a la categoría Programa de Enriquecimiento Instrumental. El N° 1 corresponde al 13%, lo que equivale a 4 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 87%, lo que equivale a 26 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

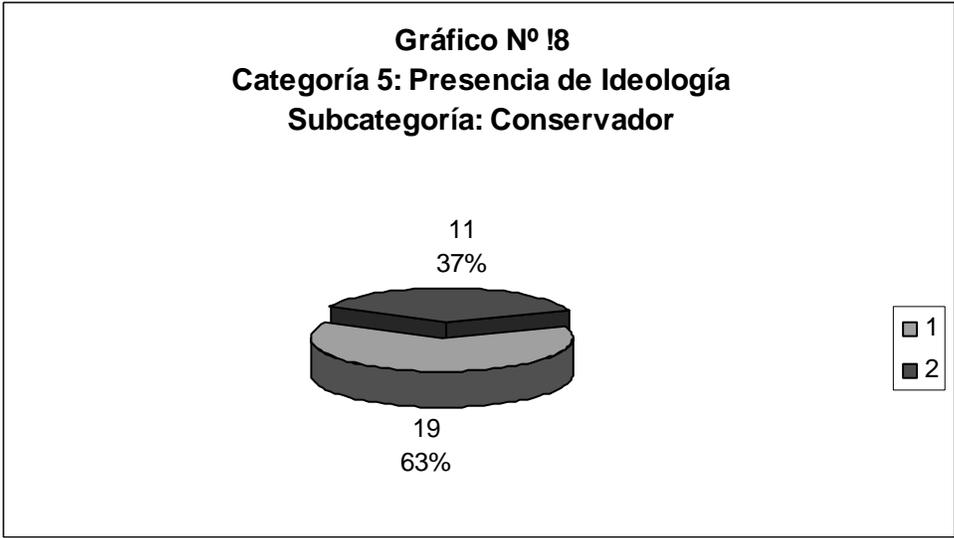
**Gráfico N° 16**  
**Categoría 4: Intención de los titulares y bajadas**  
**Subcategoría: Optimista**



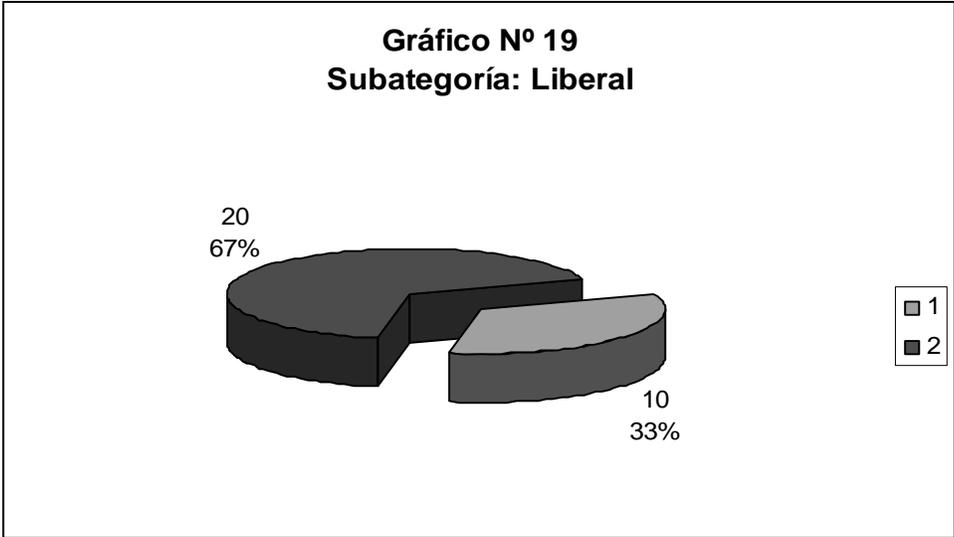
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Optimista, que corresponde a la categoría de Intención de Titulares y Bajadas. El N° 1 corresponde al 23%, lo que equivale a 7 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 77%, lo que equivale a 23 ejemplares que no cumplen con esta categoría.



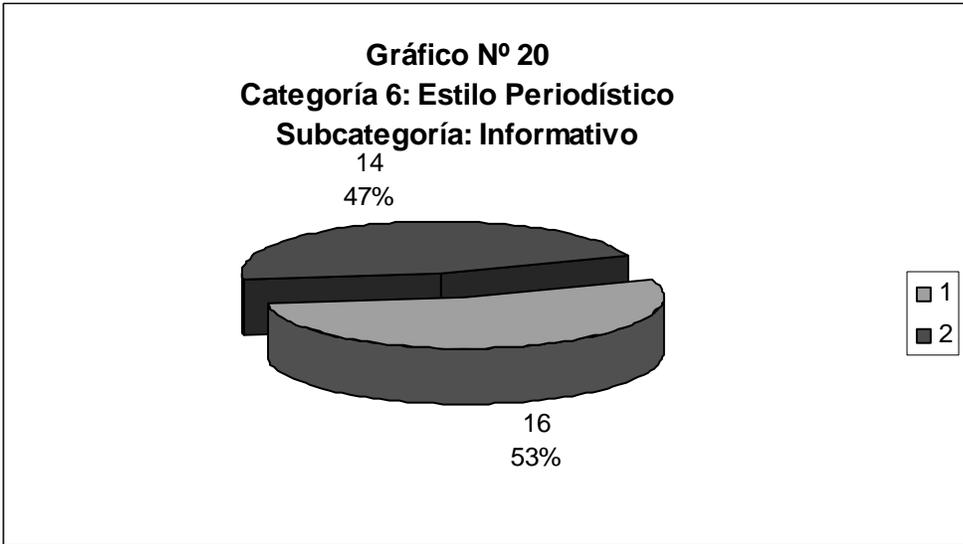
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Pesimista, que corresponde a la categoría de Intención de Titulares y Bajadas. El N° 1 corresponde al 3%, lo que equivale a 1 ejemplar que cumple con esta categoría. El N° 2 corresponde al 97%, lo que equivale a 29 ejemplares que no cumplen con esta categoría.



Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Conservador, que corresponde a la categoría de Intención de Titulares y Bajadas. El N° 1 corresponde al 63%, lo que equivale a 19 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 37%, lo que equivale a 11 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

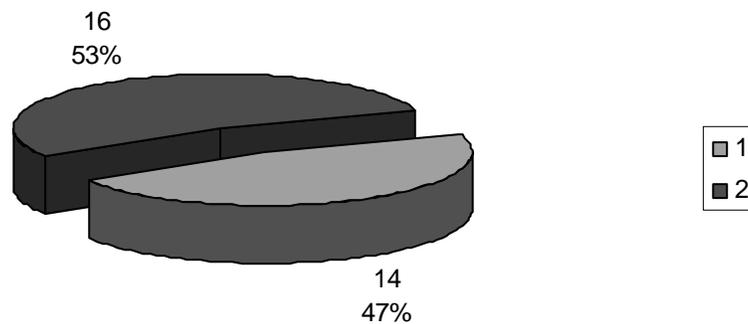


Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Liberal, que corresponde a la categoría de Intención de Titulares y Bajadas. El N° 1 corresponde al 33%, lo que equivale a 10 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 67%, lo que equivale a 20 ejemplares que no cumplen con esta categoría.



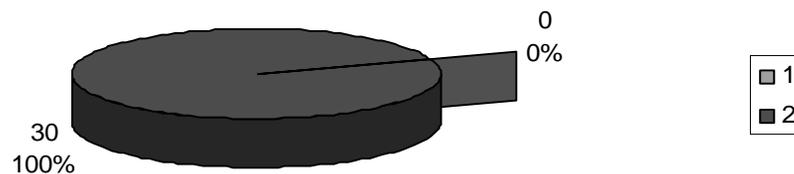
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Periodismo Informativo, que corresponde a la categoría de Estilo Periodístico. El N° 1 corresponde al 53%, lo que equivale a 16 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 47%, lo que equivale a 14 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 21 Subcategoría: Interpretativo**



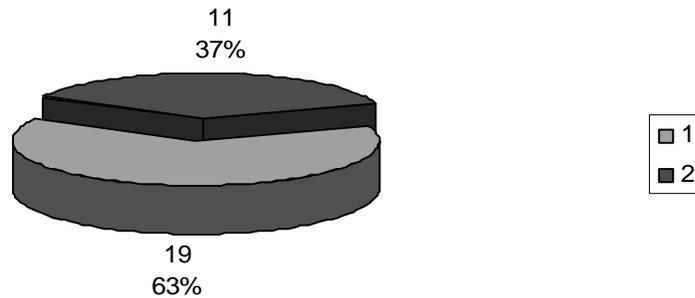
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la subcategoría Periodismo Interpretativo, que corresponde a la categoría de Estilo Periodístico. El N° 1 corresponde al 47%, lo que equivale a 14 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 53%, lo que equivale a 16 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 22 Subcategoría. Opinión**



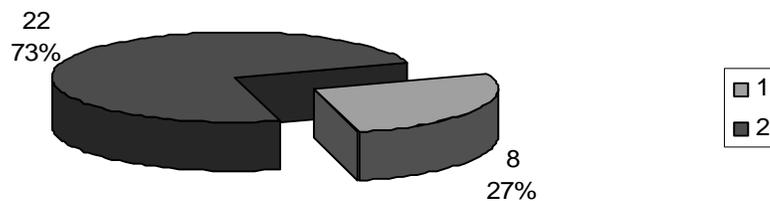
Este gráfico muestra los ejemplares que no cumplen con la subcategoría de Periodismo de Opinión, que corresponde a la categoría de Estilo Periodístico. El N° 1 corresponde al 0%, lo que equivale a 0 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 100%, lo que equivale a 30 ejemplares.

**Gráfico N° 23**  
**Categoría: Palabras Claves**



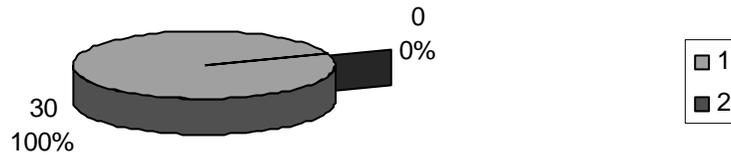
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la categoría de Palabras Claves. El N° 1 corresponde al 63%, lo que equivale a 19 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 37%, lo que equivale a 11 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 24**  
**Categoría: Eufemismos**



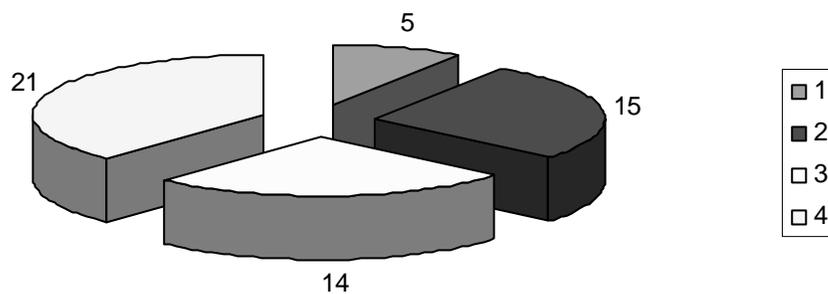
Este gráfico muestra los ejemplares que cumplen con la categoría de Eufemismos. El N° 1 corresponde al 27%, lo que equivale a 8 ejemplares que cumplen con esta categoría. El N° 2 corresponde al 73%, lo que equivale a 22 ejemplares que no cumplen con esta categoría.

**Gráfico N° 25**  
**Categoría: Relación de la Información de los Titulares y Bajadas con el texto**



Este gráfico representa que en el 100% del universo de ejemplares analizados se encuentra presente la categoría Relación de la Información de los Titulares y Bajadas con el Texto. Vale decir, 30 ejemplares.

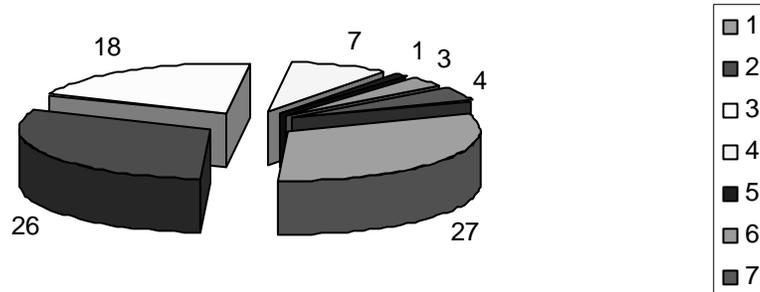
**Gráfico N° 26**  
**Subcategorías de la Retórica Aristotélica más utilizadas**



Este gráfico representa a las subcategorías de la Retórica Aristotélica más utilizadas por este medio en el presente análisis. El número 1 corresponde a la categoría Acerca del Emocionar, la que se encuentra presente en 5 ejemplares. El número 2 corresponde a la subcategoría Acerca del Convencer, la que se encuentra presente en 15 ejemplares. El número 3 corresponde a la subcategoría de Elocución, la que se encuentra presente en 14 ejemplares analizados. El número 4 corresponde a la subcategoría de la Disposición, la que se encuentra presente en 21 ejemplares analizados.

- *Cabe destacar que algunas de las subcategorías se encuentran presentes en más de un ejemplar.*

**Gráfico N° 27**  
**Subcategorías o niveles más utilizados en el Programa de Enriquecimiento Instrumental**



Este gráfico representa a las diversas subcategorías o niveles del Programa de Enriquecimiento Instrumental. El número 1 corresponde al Nivel de Contexto, el que se encuentra presente en 27 ejemplares analizados. El número 2 corresponde al Nivel de Representación, el que se encuentra presente en 26 ejemplares analizados. El número 3 corresponde al Nivel de Secuencia, el que se encuentra presente en 18 ejemplares analizados. El número 4 corresponde al Nivel de Operaciones Cognitivas, el que se encuentra presente en 7 ejemplares analizados. El número 5 corresponde al Nivel de Complejidad, el que se encuentra presente en un ejemplar analizado. El número 6 corresponde al Nivel de Abstracción, el que se encuentra presente en 3 ejemplares analizados. El número 7 corresponde al Nivel de Eficacia, el que se encuentra presente en 4 ejemplares analizados.

- ***Cabe destacar que algunas de las subcategorías se encuentran presentes en más de un ejemplar.***

**9. TABLA REPRESENTATIVA DE CATEGORÍAS/SUBCATEGORÍAS Y LA CANTIDAD DE EJEMPLARES PRESENTES EN ELLAS.**

<i>Categorías y subcategorías</i>	<i>Cantidad en número de ejemplares presentes en cada categoría</i>
<i>Intención Persuasiva (*)</i>	30
<i>Retórica Aristotélica (*)</i>	29
<i>Acerca del Emocionar (**)</i>	5
<i>Acerca del Convencer (**)</i>	15
<i>Elocución (**)</i>	14
<i>Disposición (**)</i>	21
<i>Prog. Neurolingüística (*)</i>	30
<i>Prog. Enriquecimiento Instrumental (*)</i>	30
<i>Nivel de Contexto (**)</i>	27
<i>Nivel de Representación (**)</i>	26
<i>Nivel de Secuencia (**)</i>	18
<i>Nivel de Operaciones Cognitivas (**)</i>	7
<i>Nivel de Complejidad (**)</i>	1
<i>Nivel de Abstracción (**)</i>	3
<i>Nivel de Eficacia (**)</i>	4
<i>Optimista (**)</i>	7
<i>Pesimista (**)</i>	1
<i>Conservador (**)</i>	19
<i>Liberal (**)</i>	10
<i>Informativo (**)</i>	16
<i>Interpretativo (**)</i>	14
<i>Opinión (**)</i>	0
<i>Utilización Palabras Claves (*)</i>	19
<i>Utilización de Eufemismos (*)</i>	8
<i>Relac. de la Información de Titulares y Bajadas con el texto (*)</i>	30

**(\*):** Corresponde a las categorías sobre las que se realizó el análisis

**(\*\*):** Corresponde a las subcategorías sobre las que se realizó el análisis

## **10. Conclusiones**

Con respecto al primer objetivo en el que se plantea determinar cuáles son las herramientas persuasivas más utilizadas en la elaboración de los mensajes periodísticos del medio analizado (sección Reportajes, Diario El Mercurio), se puede concluir que efectivamente en la mayoría de los casos se trabaja sobre las representaciones de mundo y de sociedad que tienen las personas sobre algún determinado acontecimiento.

Esto quedó demostrado en varios análisis, sobre todo en lo concerniente a Michelle Bachelet y su proceso de tortura durante el régimen militar. Además de aquellos hitos que han marcado a las personas, como son las muertes de mujeres en la comuna de Alto Hospicio y el atentado al World Trade Center (9/11) de Estados Unidos en 2001.

Asimismo, este medio supo referirse estrictamente y relacionar todos los referentes en común que tienen los lectores para lograr que se capte la información. En este sentido se entrega información, la cual está relacionada con el valor que le es otorgado por las personas a ese objeto. Éste se encuentra apoyado por las experiencias personales (individuales y colectivas) sobre sucesos acaecidos.

Además, cabe señalar que quienes trabajan la información de este medio deben ser bastantes astutos e inteligentes para presentar la selección temática e informativa, para llegar a gran parte de la población, ya que las representaciones de cada persona, no son iguales entre sí. O sea, lo que para una puede ser representativo, para otra no lo es.

Apoyada por los *mapas cognitivos* se encuentra bastante explícita la *memoria emotiva*, ya que gran parte de los títulos y bajadas, trabajan o versan sobre la memoria emotiva de los lectores. En este sentido, temas como lo acontecido en Chile desde 1973, la pedofilia y los escándalos de la Iglesia Católica, causan una cierta incertidumbre (a la vez interés) por parte de las personas, ya que a través de las experiencias de vida, estos temas pueden llegar a mover lo más profundo del alma de las personas.

Otro punto es que efectivamente este medio (y la gran mayoría de éstos) generan y aportan a *construir la realidad* de las personas, ya que lo que se plantea en las informaciones, son precisamente la que los medios quieren dar a conocer. Esto además está apoyado porque la gran mayoría de los medios no tienen la capacidad editorial para tratar todos los temas noticiosos que ocurren diariamente. En este sentido hay una gran cantidad de información que no es utilizada para ser desarrollada, lo que a la larga marca a las personas y señala qué y cuáles informaciones van a llegar hacia los lectores (agenda setting).

Cabe destacar además que la *retórica aristotélica* es un elemento bastante importante a la hora de presentar la información, pues, apela a distintas actitudes que pueda llegar a tener el Ser Humano, como lo es el *Emocionar, el Convencer, la Disposición y la Elocución*. Estas herramientas son utilizadas para mostrar temas relacionados con las muertes de personas en una determinada localidad, los antecedentes que se tienen de la Iglesia Católica, los casos en que los sacerdotes se han visto involucrados en asuntos de pedofilia y los temas relacionados con la política, específicamente, los que aluden a la actual

Presidenta de Chile, Michelle Bachelet, los que actúan para emocionar a las personas; sobre todo al género femenino.

Con respecto al segundo objetivo en el que se plantea Indagar en el uso de la Programación Neurolingüística (PNL) como sistema de representación se puede señalar que la herramienta persuasiva más utilizada es la *PNL*, la que se encuentra apoyada por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental*. En este sentido se pudo determinar que no hubo ningún ejemplar que no contara con la PNL y por ende con algunos de sus niveles, siendo los más importantes, *el Nivel de Representación, Nivel de Contexto y el Nivel de Secuencia*.

Asimismo se pudo identificar que hay una baja utilización de los *Niveles de Complejidad* y del *Nivel de Abstracción*, ya que la mayoría de los 30 ejemplares apelan al de *contexto y representación* para lograr captar la atención e interés del público consumidor de información. En este sentido se puede señalar que los niveles mencionados no hacen remitirse a las personas hacia los objetos mencionados. También el *Nivel de Complejidad* se encuentra escasamente utilizado, ya que como son analizadas las portadas y la información que se contenga en éstas, es casi imposible que este nivel se encuentre presente, ya que la información debe ser precisa y concisa.

Respecto a la función de la PNL como sistema de representación se puede decir que efectivamente este medio trata de presentar una realidad predeterminada por el medio, a través de la construcción de la realidad. Es aquí donde los niveles entran en juego, ya que es función de éstos presentar la información hacia los lectores. En oportunidades esta información es completamente informativa y neutral. Sin embargo, hay oportunidades (sobre todo

en política y religión), en donde se puede apreciar, a través de la información otorgada, que hay una cierta manipulación de ésta y una cierta *línea ideológica y editorial* sutilmente plasmada.

Con relación al tercer objetivo en el que se plantea determinar cuál es la selección temática más recurrente a la hora de cubrir los acontecimientos se puede concluir que los temas más recurridos en esta muestra de la sección reportajes corresponden estrictamente al quehacer político y religioso, ya que la gran mayoría de los temas, tienen que ver con éstos, ahondándolos desde las perspectivas que se encuentran vigentes o instaladas en el tapete noticioso nacional.

Es necesario señalar además, que como esta sección (*Reportajes*) se publica los domingo, se logró determinar que hay una selección temática bastante importante en los acontecimientos cubiertos noticiosamente. Se trata de hechos que se encuentran en la palestra noticiosa, los que son actuales y mirados desde una perspectiva que caracteriza a este medio. En este sentido hay bastantes ejemplos: la pedofilia en los sacerdotes, las elecciones presidenciales y todo aquello referente a los personeros políticos y de gobierno.

Relacionado con esta selección temática se pudo determinar que se encuentra plenamente apoyada por la agenda setting, la que en cierta medida marca la pauta de la información diaria y noticiosa. Generalmente se encuentra contemplada la política y el ámbito policial. Es debido a esto que curiosamente las portadas que más venden en los diarios son precisamente estos últimos (salvo en la actualidad en que la farándula ha ganado terreno con respecto al interés de la sociedad).

Respecto del último objetivo en el que se plantea demostrar la línea editorial del medio, teniendo en cuenta, la inclinación ideológica de su principal propietario se pudo concluir que se deja entrever una cierta línea editorial de la empresa a la cual pertenece este medio. Si bien, no se trata de una línea editorial estricta en cuanto a la segmentación de la población, se trata de una línea ideológica (conservadora y de derecha), ya que cuando son presentados temas relacionados con la política, específicamente, con la oposición, hay una cierta adhesión por parte de este medio. Se pudo identificar un cierto favoritismo hacia la figura de Joaquín Lavín, ya que como se sabe, éste profesa la misma creencia cristiana Católica con influencia Opus Dei que el propietario de este medio, Agustín Edwards.

Al realizar este trabajo de análisis para optar al título de Periodista y Licenciado en Comunicación Social podemos concluir a modo personal que como se suponía, el título de los reportajes, corresponden más bien, a un segmento un poco más lúdico del acostumbrado, en donde el juego de palabras y conceptos es recurrente, tal es así que se basa en símbolos preestablecidos socialmente. En cambio, la bajada tiene el papel de contextualizar y dar luces de la información que se desea plantear al interior del reportaje. En este sentido esta estructura se vuelve realmente importante cuando se hace un juego de conceptos y palabras claves, las que no llegan a cabalidad a las personas, y por ende no hay una buena decodificación del mensaje.

Además se pudo concluir que el lenguaje que se utiliza para escribir, corresponde a un nivel de palabras culto- formal, apuntado preferentemente hacia un determinado sector social y por ende socioeconómico. En este sentido son

utilizadas palabras que son casi imperceptibles e incomprensibles para las personas, ya que distan mucho de la comprensión inmediata y oportuna por parte del lector.

Es necesario señalar además que esto es sólo perceptible en la unidad de análisis (Título y bajada), porque en el interior del reportaje, está escrito desde una perspectiva formal, sin que sean palabras o frases demasiado formales.

Concerniente a la utilización óptima del título y la bajada, se puede determinar que hay ocasiones en que éstos no cumplen la función esperada, ya que no entregan a cabalidad toda la información que se requiere para informar a las personas. Es aquí donde cumple una vital importancia la fotografía de apoyo, ya que muchas veces se plantea la información con poco peso, y es labor de la fotografía dar una mayor contextualización de la información. En este sentido se podría utilizar la famosa frase *“una imagen vale más que mil palabras...”*.

Para que el mensaje entregado sea óptimo y completamente decodificado por los lectores, es necesario que éstos se apoyen en la información que es entregada al interior del cuerpo Reportajes, ya que muchas veces los títulos y bajadas no son suficientes para que se entienda el contenido informativo, porque en éstos no se dan antecedentes de la completa conformidad de la noticia, y para eso es necesario leer el texto completo y sacar las propias conclusiones. Es básicamente a esto lo que apelan los medios, específicamente el diario El Mercurio, dejar entrever la información y que se consuma a cabalidad, ya que es la única forma de entregar la información previamente tratada y que tenga una carga significativa potente o sutil al momento de ser recibida por los decodificadores del mensaje periodístico.

En síntesis podemos decir que sí, efectivamente hay un tratamiento de la información bastante acabada, la que de una u otra forma es absorbida por los lectores. Para esto el presente medio se vale de determinadas herramientas para persuadir o conducir la opinión de las personas, las que de algún modo ayudan a presentar determinadas realidades, aunque éstas no sean completamente verídicas.

En este sentido es necesario preguntarse ¿Qué es realidad?

**Anexos de la tesis “Análisis de las herramientas  
persuasivas en los mensajes periodísticos de los  
Titulares y Bajadas de la sección Reportajes del  
diario de circulación nacional, El Mercurio de  
Santiago”.**

## 11. Análisis de titulares y bajadas

### Análisis 1: 2 de enero de 2000

#### Título y bajada:

#### **Una Guerra no tan Santa... conquista y reconquista de los votos cristianos**

- **Luego de una transacción política, los obispos católicos llamaron a votar en conciencia, pero como el laguismo consideró que había sido beneficiado su adversario, inició después de la elección una nueva ofensiva tendiente a demostrar que Lagos representa mejor los valores del cristianismo, estrategia que ha hecho reaccionar al comando de Lavín.**

#### Análisis de la información:

Respecto de la *intención persuasiva* en la presente unidad de análisis se puede determinar que actúa principalmente por el título, ya que éste hace remitirse a las personas a una pelea cristiana en Medio Oriente. Se trata de prácticamente de las cruzadas, en donde el fin de las luchas e invasiones era la religión. En este sentido se trata o se hace alusión de un antónimo de *“la guerra santa”*, lo que en cierta medida da a entender que hay problemas y que hay algo detrás de esta guerra religiosa.

Además este titular hace deducir lo siguiente: como se trata de una *“conquista y reconquista de los votos cristianos”*, se puede deducir que el favoritismo de la iglesia católica hacia algunos personeros de gobierno,

específicamente a los candidatos políticos, es cambiante o variable, ya que se señala que se conquistaron, pero se lucha por tenerlos de nuevo. Si es analizado más profundamente se puede determinar que se trata de la conquista de los votos de aquellos que profesan esta religión, los que corresponden a la gran mayoría del país.

Al indagar y leer en extenso esta unidad de análisis, más bien, al complementarla con la bajada se puede determinar que se trata de un conflicto que hubo en el 2000 entre Ricardo Lagos y la iglesia, debido a que ésta se había inclinado hacia la figura de Joaquín Lavín, a lo que Lagos reaccionó diciendo que él era quien encarnaba mejor los valores cristianos. Esto provocó diversas reacciones entre los adherentes del candidato opositor.

Respecto de la presencia de la *retórica aristotélica* se puede determinar que esta unidad de análisis apela a la *elocución*, ya que se escogieron precisamente las palabras justas para representar el conflicto que se quiere manifestar. En este sentido se escogió un concepto fácilmente asociable para los lectores y que se les quedara inmediatamente grabado en el cerebro, ya que este concepto (en parte) pertenece a los mapas cognitivos y actúa sobre el colectivo de las personas.

Además es posible determinar que se encuentra presente *la disposición*, debido a que el orden de los elementos persuasivos hace que queden almacenados en la retina de las personas. Se disponen de tal forma que en su conjunto, hacen que la información cause una reacción en las personas.

Además como trabaja sobre los conocimientos almacenados anteriormente se puede determinar que está presente la *PNL*, ya que es a través de éstos que se

puede conocer las representaciones de las personas que van a consumir la información posteriormente.

Asimismo se encuentra presente el *PEI*, ya que está apoyado por distintos niveles, los que actúan en las representaciones de las personas.

Es por esto que se encuentra presente el *Nivel de Contexto*, ya que todo lo que tenga que ver con la Iglesia Católica y la política es de interés de gran parte de la población. Este interés depende estrictamente de lo esencial e importante que sea este tema para las personas. Así como lo es para un segmento, para el otro este tema podría, incluso pasar desapercibido, ya que no corresponde a un tema de interés. Además es menester y necesario tener en cuenta el poder que tiene este titular, debido a que plantea la relación que hay entre política e iglesia en Chile. Además plantea el gran poder que reviste esta institución religiosa en el país, ya que es importante para los candidatos políticos tener la aprobación eclesiástica.

Con respecto al *Nivel de representación* se puede decir que el lenguaje en que se encuentra escrita esta unidad de análisis es de fácil entendimiento. En este sentido no hay una distancia entre el acto mental y el objeto, ya que a través de las representaciones, estos dos conceptos son perfectamente asociables.

Sin lugar a dudas que en esta unidad de análisis lo que más se encuentra presente es el *Nivel de secuencia*, debido a que estrictamente tiene que ver con una estrategia por parte de quien escribió este reportaje, ya que supo utilizar la información otorgada para ser bastante lúdico y jugar con conceptos familiarmente conocidos por las personas. En este sentido hay un cierto nivel de eficacia, ya que

lo que el periodista se propuso es que el título y la bajada llamen la atención de los lectores, y con este tipo de estructura es factible que así sea.

Con respecto a la *intención de esta unidad de análisis* se puede determinar que tiene una doble estructura, porque es conservador en cuanto al tratamiento de la información, ya que la bajada viene sostener el peso informativo periodístico que tiene este reportaje. En cambio es *liberal* en cuanto a la forma, ya que se plasma lo *informativo*, de una manera en que las personas tengan que asociar y trabajar un poco. En este sentido se deja gran parte del trabajo en las personas, sobre todo en la decodificación de la información o del mensaje.

Respecto del *estilo periodístico* se puede determinar que está escrito desde la perspectiva del *periodismo interpretativo*, ya que no se manipula ni tergiversa la información y es entregada a cabalidad, ya que el título es el que llama la atención del lector y es el resto de la información (la bajada), la que viene a contextualizar y sopesar el contenido.

Si se analiza la utilización de *palabras claves y eufemismos*, se puede determinar que en general el encabezamiento de la información corresponde a frases claves, ya que remiten a las personas a un determinado objeto asociado a un concepto anterior. Además es factible señalar que igual corresponde a un gran eufemismo, ya que se podría haber titulado de otra forma, un poco más directo como decir por ejemplo: "*Lavín y Lagos se pelean los votos de la iglesia*".

### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que existe entre la unidad de análisis y el resto de la información interior está dada por las estrategias de Ricardo Lagos a pocos meses de la elección presidencial para conseguir los votos cristianos (tanto por parte del electorado, como de la Iglesia).

Además se hace alusión a las dos vertientes en que se encuentra la Iglesia Católica. Tiene que ver si apoya a Lagos que es un agnóstico o a Lavín que se declara completamente cristiano con influencia Opus Dei.

Habla también de las estrategias de Lagos (post elecciones presidenciales) por reafirmar los votos de los católicos. A su vez Lavín hace una completa estrategia para recuperar lo que según él le pertenece, el voto cristiano.

## Análisis 2: 21 de mayo de 2000

### Título y bajada:

#### **Otra vez el dedo de Lagos**

- **Con firmeza ha respondido el Presidente a las insinuaciones de las FF.AA., lo que implica una diferencia con sus antecesores para enfrentar los temas de la transición, pero el rompimiento con la oposición le pone difícil la pista para tener éxito.**

### Análisis de la información:

En este título y bajada se puede apreciar que la *intención persuasiva* corresponde estrictamente al título. Esto se puede apreciar en cuanto se menciona el dedo del Presidente Ricardo Lagos. Esta idea trabaja sobre los *mapas cognitivos* de las personas, pues, este “*dedo*” inevitablemente hace referirse a la firmeza que Ricardo Lagos ha empleado en algunas situaciones que han sido complejas. Eso habla, en cierta forma, del carácter que tiene el presidente. En este sentido el título plantea la idea y es la bajada la que viene a reafirmar lo que se presenta al lector.

Con respecto a la *retórica aristotélica* se puede decir que sí es ocupada, pues, se utiliza en la palabra “*dedo*”, pues esta palabra remite en los mapas cognitivos de las personas. En este sentido la retórica aristotélica se basa en la *elocución*, o sea, de qué forma se plantea la información para darla a conocer a los lectores.

En este sentido está bien marcada lo que es la *Programación Neurolingüística (PNL)*, pues ésta trabaja sobre los mapas cognitivos, creyendo que las personas son como computadoras que almacenan información, y es a través de esta información almacenada que actúa la *PNL*, ya que el solo hecho de decir dedo (además de estar apoyada en la fotografía de portada) nos remite a Ricardo Lagos y a lo que ha hecho en su período presidencial.

A su vez *el Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI)* actúa sobre varios niveles que se relacionan con los mapas cognitivos.

En este sentido apela al *Nivel de contexto*, pues todo aquel que sea chileno que esté informado del carácter del presidente y los episodios en que este mandatario ha utilizado “*el dedo*” para llamar la atención.

Asimismo apela al *Nivel de representación*, pues, el lenguaje que se utiliza es bastante básico e informativo. Además se encuentra apoyado por la fotografía de portada en la que se muestra al mandatario apuntando con el dedo.

Por lo mismo, en este caso no está presente el *Nivel de abstracción*, pues no hay una distancia importante entre el acto mental de reconocer “*el dedo*” del presidente y el objeto. Se trata de cosas conocidas para los lectores por la proximidad que se tiene.

Con respecto a *la intención de estos titulares* se puede decir que está realizado de una forma optimista frente a la información, pues recalca precisamente esta cualidad de Ricardo Lagos.

En este caso, el *estilo* en que está escrito, tanto título como bajada, es en sí mismo basado en el *periodismo informativo*. Sin embargo, hay extractos en donde

el periodista puede dar a conocer algunos adjetivos, pero sin que por eso cause opinión por parte de quien está escribiendo el reportaje.

En este caso no se encontró la utilización de *palabras claves* que sean más tecnicismos que palabras, ya que se debe recordar que este medio no está dirigido hacia toda la población, sino más bien a un segmento de ésta. En este mismo sentido se puede decir que no hay la utilización de *eufemismos* para tratar de disfrazar o embellecer algunas palabras.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La información que aparece al interior, en el cuerpo del reportaje no dista en nada de lo que se presenta al público como lector. En este sentido, como en toda la sección Reportajes hay algún tipo de entrevista que se desea presentar al destinatario. Cabe señalar no hay una malversación de la información, ni fue tergiversada desde que la información fluyó del emisor hasta que llegó hasta los ojos de los lectores.

### Análisis 3: 2 de septiembre de 2001

#### Título y bajada:

##### **El otro Lavín**

- **Cuestionado por su estilo y su estrategia, el alcalde de Santiago se vio conminado a preocuparse también de los problemas de los políticos, porque el costo de la pelea entre RN y la UDI podía ser peor que el que asumió al decidirse a ejercer el liderazgo de la alianza.**

#### Análisis de la información:

En este caso se puede decir que el título es bastante llamativo. Es decir, que en cierta medida remite a una persona que puede tener doble funcionamiento o una doble identidad. Eso es lo que se pretende a la hora de presentar este reportaje.

En este sentido este titular es más una publicidad de la persona. Asimismo, se pretende manifestar o identificar a esta persona (que en ese tiempo era alcalde de Santiago) como alguien aplicado y capaz de tomar determinaciones importantes. En este aspecto se trata de *conducir la opinión* de las personas hacia una realidad que este medio pretende mostrar a los lectores. O sea, de esta forma se puede apreciar la intención persuasiva de la información.

Otro punto interesante es que en su conjunto apela a la formación de un símbolo, ya que para muchas personas el solo hecho de que digan “*Lavín*”, los remite a las famosas piscinas y las playas para los más desposeídos en plena ciudad de Santiago. En este sentido este *título y bajada* viene a reforzar lo que las

personas piensan de este personero, o sea, viene a reforzar las representaciones de mundo que las personas se han formado, los que además se encuentran almacenados en los *mapas cognitivos*.

En cuanto a la *retórica aristotélica* se utilizan dos herramientas; *el convencer y la elocución*.

*El convencer* se manifiesta al complementar el título y la bajada, pues se presenta a este personaje público de una determinada manera, el que mirado objetivamente se puede apreciar que es de bastante apoyo hacia este personero. En este sentido y siendo más estricto, se podría decir que hay una cierta inclinación desde el punto de la línea editorial hacia esta persona.

Asimismo, *la disposición* de los elementos persuasivos es bastante importante, ya que se agrupan las palabras de tal forma que hacen parecer a esta persona como un individuo con muchas dotes y con una gran capacidad para dirigir o liderar cargos importantes al mismo tiempo.

En este sentido se puede identificar claramente que este titular trabaja en el inconsciente de las personas, entregando esta información sutilmente, pero que al fin tiene una carga significativa importante detrás de ella. Es precisamente en donde se utiliza *la PNL*.

Con respecto al *Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI)* se puede decir que lo primero que es utilizado es el *Nivel de contexto*, pues para conocer a esta persona es necesario pertenecer a una misma cultura o sentirse propios de una identidad. En este sentido mediáticamente Joaquín Lavín fue bastante conocido por las medidas tomadas en contra la delincuencia y las diversas

actividades de dispersión que facilitaba a los más desposeídos un momento de esparcimiento.

En este sentido el *Nivel de representación* también se encuentra, pues el lenguaje que es utilizado es bastante simple y dice lo que se quiere transmitir.

En cuanto a *la intención del titular y la bajada* corresponde a una forma *optimista*, ya que lo plantean como una persona totalmente decidida a la hora de decidir asuntos importantes.

A su vez, el *estilo periodístico* en que se encuentra escrita esta parte de la información está estructurado de una forma *informativa*. Sin embargo, a veces se presenta como escrita *interpretativamente*.

Con respecto a la utilización de *eufemismos* se puede decir que en la bajada hay una palabra (“conminado”), la cual responde al sinónimo “obligado”. En este sentido se puede decir que el vocabulario que es utilizado dista demasiado del lenguaje común y corriente que cualquier persona puede ocupar. De esta forma queda demostrado cuál es el público objetivo de este medio.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

En el texto informativo se puede apreciar la estrecha relación que hay entre el titular y la bajada con el resto de la información. Esta viene a reafirmar completamente, incluso, a superar lo que queda demostrado en el título y bajada. Se presenta como una biografía de Joaquín Lavín, en donde se narra todo lo que hizo ese año y la capacidad para llegar a unificar a la Alianza. En este sentido es casi una bitácora de todas las cosas y actividades que realizó.

Además es interesante analizar que lo sitúan de igual a igual al presidente Lagos, recalcando el poder que ejerce entre los compañeros de bando.

Con respecto a lo anterior queda de manifiesto la gran cantidad de veces que aparece mencionada la palabra “liderazgo” para referir a la persona de Lavín.

Es interesante además que los subtítulos y anexos que separan el reportaje estén marcados por frases bastante inclinadas hacia su persona. De esta forma, queda demostrado que frases como “Al rescate de la unidad” y “De igual a igual con Lagos”, tratan de exaltar y dejar posesionada la imagen de Joaquín Lavín con el público lector.

## Análisis 4: 9 de septiembre de 2001

### Título y bajada:

#### **La reforma del “Jabón”**

- **Lagos la prometió en su campaña y se apronta a promulgar una reforma laboral que no termina de convencer a empresarios, trabajadores ni parlamentarios. La discusión ha estado en manos de un ministro tan simpático como resbaloso.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* es la que se ve manifestada a través del nombre curioso que se emplea en el título, el cual utiliza la palabra “*Jabón*” para referirse a algún elemento resbaloso. De esta forma se refieren al Ministro del Trabajo (en ese tiempo) Ricardo Solari para denominarlo como una persona decidida y a la vez cambiante. Le denominaban así, puesto que según algunos personeros políticos tiene personalidades diversas según con quien establezca una conversación. En este sentido la palabra “*jabón*”, está mencionada estrictamente para referirse al apodo que tuvo en esa época.

En este sentido y si se analiza desde el punto de vista de la *retórica aristotélica* se puede decir que es utilizada la *disposición*, ya que la forma en que están dispuestos los elementos del título señalan una cierta ironía hacia este otrora ministro.

En este sentido al indagar en la *PNL*, se puede decir que esta palabra es utilizada para dar a conocer algo resbaloso, el cual es muy difícil de capturar. Es

precisamente como lo identifican los demás personeros políticos en ese año. Así mismo es señalado como “*simpático*” y lo comparan con lo resbaloso. En este sentido se trata de un juego de palabras que en un aspecto más literal no tiene una significación persuasiva. Sin embargo, si se ahonda más se puede apreciar que sí existe la idea de dar a conocer a Solari como una persona cambiante y que no se puede maniobrar fácilmente.

En cuanto al *PEI*, se puede decir que los niveles en los cuales están actuando este *título y bajada* son el *Nivel de contexto*. En este caso este nivel actúa básicamente en el mundo de la política y de aquellos que están al día de la actualidad política.

Asimismo es menester señalar que es utilizado el *Nivel de representación*, ya que la modalidad en que está escrito, necesariamente requiere de un acto mental por parte de las personas, pues, la información no es entregada explícitamente, sino que se tiene que indagar a través los mapas cognitivos para establecer la relación que existe entre el objeto y el acto mental. En este sentido también se vale del *Nivel de operaciones cognitivas*, ya que se utiliza la deducción para dar a conocer lo que se desea entregar en el reportaje.

La *intención de este titular* está claramente identificada. No se trata de un título y bajada *optimista*, sino más bien es un tanto *liberal*, puesto que no se pretende informar directamente, sino que un tanto más rebuscado y que los lectores tengan que leer el cuerpo de la noticia para darse cuenta de lo que se pretendía decir en el título y la bajada.

En este sentido y cuando es empleada la interpretación de los hechos se puede determinar que esta unidad de análisis corresponde a un tipo de periodismo

un poco más atrevido en cuanto a información. Se trata del periodismo *Interpretativo*, sin que por esto sea tergiversada la información que es entregada a los lectores.

En cuanto a la utilización de *palabras claves* se puede determinar que hay dos palabras que son distintas, pero que en su conjunto están directamente relacionadas y que de alguna forma engloba lo que se pretende transmitir. Se trata de la palabra “*jabón*” y “*resbaloso*”, los que en su conjunto tienen un significado bastante elocuente.

Lo que está ausente es la utilización de *eufemismos*, puesto que en ningún momento se pretende embellecer alguna palabra para esconder una carga significativa y semántica detrás de éstas.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

En sí el reportaje que se encuentra al interior de esta sección señala principalmente de la puesta en marcha de la ley laboral. Hace alusión a que es la tercera vez que se trata de llegar a acuerdos con trabajadores y empresarios, y la nombran como “la tercera es la vencida”. En este sentido la noción de este reportaje no habla en estricto del Ministro Ricardo Solari.

Por lo mismo, se plantea como una crítica negativa a lo que se pretende poner en marcha. Para esto citan a personeros políticos disidentes de la Alianza por Chile, como es el caso de Evelyn Matthei y el ex presidente de RN y candidato presidencial Sebastián Piñera (nadie de la concertación).

En resumen trata de una crítica más que de material informativo hacia la ley laboral y al personero político por parte de los bandos políticos contrarios.

## Análisis 5: 30 de septiembre de 2001

### Título y bajada:

#### **A la caza de Bin Laden**

- **Tras las líneas enemigas, comandos de EE.UU. y Gran Bretaña buscan a su presa. Los de este último país (SAS) están mejor preparados porque ya trabajaban en Afganistán y Pakistán. Pero deben desbaratar la enseñanza que les impartieron a los talibán, incluso en suelo inglés.**

### Análisis de la información:

En este caso se puede apreciar que la *intención persuasiva* está dada por el titular estrictamente. Se trata de un título, el cual da a entender que se necesita cazar a este personaje que, en cierta forma, vulneró todas aquellas estrategias de seguridad que poseía el país, supuestamente más seguro del mundo. En este sentido se remite a lo que es la caza de un animal, y por ende se va en busca de él a costa de lo que sea. Además se da a entender que si se logra conseguir vivo, es bueno, pero si se lo hace muerto, mucho mejor.

Además es menester señalar que en la bajada se puede apreciar que según la ideología de este país (EE.UU.) es necesario además hacer cambiar las ideologías que los talibán tienen por cultura heredada. Por otro lado juegan con la memoria emotiva de las personas, puesto que todo el mundo se estremeció cuando el 11 de septiembre de 2001 se produjo el derrumbe del símbolo de la fortaleza de EE.UU.

Esta información versa sobre la *memoria emotiva* de las personas, ya que muchos presenciaron en vivo y en directo lo acontecido, en donde fallecieron miles de personas, incluso latinoamericanos.

Todo esto, además del apoyo gráfico que se encuentra enmarcada esta información, es bastante elocuente, puesto que se muestra una foto de un soldado con su rostro pintado y completo de ira apuntando directamente hacia el objetivo del lente de la cámara.

En este sentido, y hablando desde el punto de la *retórica aristotélica* se aprecia que el tipo de herramienta aristotélica que es utilizada es el *convencer*. De esta forma, se trata de convencer a través de este titular, que la visión que tiene este país norteamericano es la supuesta verdad. En cambio las creencias que tienen en Medio Oriente no corresponden a la realidad.

También es necesario señalar que otro elemento presente es la *disposición*, puesto que se dispone ordenadamente los elementos para que parezca que se va tras una presa bastante importante. Más bien, se va tras un animal que tiene que ser capturado a toda costa.

En este sentido y capturando estos pocos elementos persuasivos se puede determinar que sí actúa la *Programación Neurolingüística*, ya que indaga en los *mapas cognitivos* que las personas tienen acerca de este hecho que estremeció al mundo entero.

El *Programa de Enriquecimiento Instrumental* está representado por el contexto, pues, todo el mundo fue testigo de lo que aconteció. En este sentido, el *Nivel de contexto* va más allá de la proximidad cultural que puedan tener las personas. En este sentido la proximidad cultural actúa como una aldea global, en

donde a los pocos segundos de sucedido el ataque, fue exhibido en directo hacia todo el mundo.

En este sentido el otro nivel utilizado es el de *representación*, puesto que el lenguaje que se utiliza da a conocer elementos importantes. En primer lugar “caza”, da a entender una captura inmediata. En segundo lugar se da a conocer el apellido “*Bin Laden*”. Este apellido causó mucho impacto en la mayoría de las personas y fue por un largo tiempo, sinónimo de maldad. Asimismo se presenta al lector en esta unidad de análisis.

Además está presente el *Nivel de secuencia*, ya que la forma estratégica en que está organizada y clasificada la información, da a entender muchas cosas en las personas. Además está organizada para que los lectores no tengan una dificultad en realizar el acto mental (relacionar la información con los símbolos que las personas tienen sobre la base de estereotipos).

Por otra parte, *la intención del titular es optimista* para todos aquellos que creen que la captura de esta persona es lo mejor que pasaría, pues Osama Bin Laden había hecho mucho daño a los norteamericanos. Sin embargo, este titular también habla que está escrita desde un punto de vista *liberal*, puesto que titular avalando a un lado de estas ideologías, es algo que no va con lo objetivo que debería ser el periodismo. En este sentido se puede apreciar (al ser El Mercurio un diario absolutamente conservador y cristiano), un cierto rechazo a lo que pasó ese día, y por ende, un extremo rechazo a esta cultura de Oriente.

Asimismo se trata de un *estilo periodístico* que apunta directamente a la interpretación de los hechos, es el *periodismo interpretativo*. En este sentido desde el título hay una evidente interpretación.

Respecto de alguna *palabra clave* se puede señalar que al menos hay dos palabras claves estratégicas que ensalzan la noticia. La primera de éstas es la palabra “presa” y la segunda corresponde a la palabra “talibán”. Con sólo estas dos palabras las personas se pueden dar cuenta del escenario en que está planteado más adelante el reportaje.

Con respecto a la presencia de *eufemismos* se puede decir que hay una pequeña palabra, pero no menos importante, que se encuentra de una u otra forma disfrazada. Se trata de la palabra “desbaratar”, la que es utilizada para encubrir el concepto de destruir. En este sentido destruir el régimen talibán e incorporar el cristianismo a esta región desolada y con cultura propia es la misión más importante de Estados Unidos y sus colaboradores.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que existe entre el título y la bajada con el resto de la información que se encuentra en el cuerpo de la noticia es extremadamente coincidente. En este sentido, el cuerpo de la noticia está estrictamente mirado desde el punto de vista de EE.UU.

En otro sentido se destaca la intensa relación que tiene con este tema Gran Bretaña, como un factor aliado bastante importante. Ejemplo de esto, es uno de los subtítulos que aprenen al interior: “El factor sorpresa es esencial, y los comandos norteamericanos deben atacar sin ser detectados por el enemigo”. Más encima no se trata de una cita. Esto significa que el periodista opinó y tras de él hay una línea editorial bastante marcada.

## **Análisis 6: 28 de octubre de 2001**

### Título y bajada:

#### **El hospicio de Ugarte**

- **General Director Manuel Ugarte aclara las responsabilidades que le corresponden a la institución en el caso de Alto Hospicio. Asegura que nada cambiará alterando la dependencia de la institución. Y lanza un mensaje subliminal: “fuimos nosotros los que resolvimos el caso”.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* va estrictamente ligada al título. En este sentido el título habla del hospicio de Ugarte. La palabra hospicio no es una palabra conocida multitudinariamente, así se puede decir que no llega completamente a todas aquellas personas que pueden recibir la información.

En términos estrictos la palabra hospicio según el Diccionario de la Academia de la Lengua Española corresponde a un *“asilo en que se da mantenimiento y educación a niños pobres, abandonados o huérfanos”*. En este sentido se plantea este título como que el ex Director General de Carabineros, Manuel Ugarte, tiene efectivamente un lugar de ayuda para personas. Sin embargo, al complementar el título y la bajada se puede determinar que se habla de la localidad de Alto Hospicio en la Primera Región. En este sentido hay un juego de palabras que de una u otra forma, logra conducir la opinión o persuadir a las personas, mostrando una supuesta realidad que no es.

En este sentido la *retórica aristotélica* se encuentra de manifiesto a través de *la disposición*, ya que se agrupan los elementos de cierta forma que puedan en la mayoría de los casos, dar a conocer una información disfrazada.

Además pretende *emocionar* a las personas, puesto que la comuna de Alto Hospicio corresponde a un lugar donde las condiciones de vida no son las más óptimas. Además inconscientemente a través de los *mapas cognitivos*, se remite involuntariamente a la serie de irregularidades que han acontecido en ese pueblo de la primera región.

Con respecto a la *PNL* y *el PEI* se puede determinar que se encuentra el *Nivel de representación*, ya que la modalidad en que están plasmados los elementos informativos distan demasiado de ser un antecedente fácil en cuanto al acto mental. Por lo mismo, hay que complementar *título y bajada* para dar a conocer la información esencial.

Para todas aquellas personas que no manejan un lenguaje abundante, la palabra hospicio, no queda completamente claro. En este sentido se puede señalar que está presente el *Nivel de complejidad*, ya que se traduce en analizar estrictamente los actos mentales de las unidades de información y la familiaridad que esos conceptos que generan en las personas. En este ámbito, hay un cierto *Nivel de abstracción*, ya que hay una distancia entre lo que se plantea en la información con el objeto al cual se refiere ésta.

*La intención en sí, de este título y bajada* es estrictamente *conservador*, ya que plantea la información como es, independientemente, de la distancia que hay entre el objeto y el acto mental. El planteamiento es bastante serio y hace relación a Ugarte en lo que se ha planteado la información.

Con respecto al *estilo periodístico* se puede determinar que está escrito en el estilo *informativo*, ya que no hay interpretación de los hechos. Además la bajada está apoyada con una cita del entrevistado en cuestión, lo que da una mayor objetividad a la hora de entregar la información.

Sin embargo, en la información que acontece al interior de esta sección, se puede decir que recurrentemente es empleado el *periodismo interpretativo*, ya que una de las principales características es que al comenzar se describen acontecimientos y ambientes que circundan a la entrevista propiamente tal.

Con respecto a *las palabras claves* se puede decir que la palabra "*hospicio*" es una palabra clave, pues hace que se tenga que interiorizar más en la información. La otra palabra es la frase que alude a Ugarte: "*y lanza un mensaje subliminal... fuimos nosotros los que resolvimos el caso*". Esto es bastante interesante puesto que las personas para saber la información que contiene el resto del cuerpo deben obligadamente leer lo que contiene, ya que se trata de una afirmación que podría ser importante.

Sin embargo, no se logró determinar si hay presencia de *eufemismos* en la entrega del material noticioso.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que existe entre el título y la bajada con el resto de la información noticiosa tiene que ver con la dificultad que sufrió Carabineros tras la serie de crímenes acaecidos en la localidad de Alto Hospicio.

En este sentido este reportaje trata de este ex funcionario de Carabineros y del término de su mandato como General Director de esta institución.

Además se habla de lo duro y crueles que fueron cada uno de esos crímenes (muchos que costaron resolver) en esta localidad. En este sentido el periodista logra establecer una cercanía, proximidad con el entrevistado, incluso este ex general se sincera y se pone en el caso de los familiares de esas mujeres menores de edad y lo compara con su ámbito familiar, ya que alude a que él también tiene hijas y nietas, y no le gustaría que sus familiares sufrieran atrocidades como ésta.

## Análisis 7: 11 de noviembre de 2001

### Título y bajada:

#### **Partidos sacan cuentas**

- **Poco más de un mes tienen los candidatos a diputado para revertir o consolidar su suerte. A pesar de que la alianza asegura que crecerá, la concertación dice que ganará en votos y diputados.**

### Análisis de la información:

En este sentido se puede apreciar que la *intención persuasiva* va de la mano con las teorías que se barajan cada vez que Chile revive un nuevo periodo electoral, en donde los oficialistas luchan con todo para no dejar sacar ventajas a los candidatos de la oposición. Así, se trata de un titular que perfectamente es trasladable en el tiempo y en el espacio. Perfectamente podría ser un titular para las elecciones parlamentarias y presidenciales recién pasadas de diciembre o de enero.

Con respecto a la *retórica aristotélica* se puede señalar que está dada por el *convencer*. Esto queda plasmado específicamente en la bajada, puesto que se da a entender una cierta pelea entre los partidos políticos. Además se hace alusión a éstos y como ellos plantean la elección.

Asimismo se puede dar a conocer que sí hay utilización de *la PNL*, ya que se trabaja sobre los mapas cognitivos de las personas.

El *PEI* está apoyado por el *Nivel de contexto*, ya que para cualquier chileno, el hablar de política y la lucha de los partidos es sinónimo de polarización.

En este sentido se genera un cierto interés por lo que los propios candidatos están dispuestos a hacer por llegar al parlamento.

Con respecto a la *intención del título y la bajada* se puede señalar que no existe una intención clara de *conducir la opinión* de las personas, sino más bien, informar de un hecho que es de carácter público y muy interesante para algunos grupos de personas. En este sentido, se trata de un título y bajada bastante *conservador*, ya que se plantea la información necesaria sin que las personas trabajen demasiado en entender de qué se trata el reportaje.

El *estilo periodístico* en que está escrito este titular y bajada corresponde al tipo de *periodismo informativo*, ya que responde principalmente las 5Ws (five questions words).

Con respecto a la utilización de *palabras claves* se puede decir que la única palabra que en cierta medida podría hacer pensar más a las personas es “los partidos sacan cuentas”. Quizás este titular puede prestarse para confusiones, ya que remite al ámbito monetario. En este sentido el título podría haber sido mucho más informativo.

Sin embargo, no se pudo identificar la utilización de *eufemismos* que hagan que una palabra pueda embellecerse de una u otra forma.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

A pesar de que el estilo periodístico en que se encuentra el título y bajada está escrita de forma informativa, el cuerpo de la noticia lo hace de forma interpretativa, pues el mismo periodista se hace preguntas que más adelante se

responde. En este sentido a través de estas preguntas logra captar la atención de los lectores.

En términos generales se puede decir que lo planteado en la portada coincide con lo que se dice en el resto del reportaje. Sin embargo, se encuentra más abocado a lo que son los cupos parlamentarios, los cuales se ganarán o perderán por los distintos partidos políticos y en los diferentes distritos.

En este sentido se realiza como un estudio de los partidos, los pro y los contra, para determinar, (y por ende que las personas determinen), quienes obtendrán mayores cupos parlamentarios en la Cámara de Diputados.

## Análisis 8: 25 de noviembre de 2001

### Título y bajada:

#### **Guerra sin cuartel**

- **Imposible ha sido la conciliación entre las autoridades y los dirigentes empresariales. Pese a que esta semana el Presidente Lagos y el timonel de la CPC, Ricardo Ariztía, coincidieron en que la confrontación debía terminar, ello parece imposible, menos en un período preelectoral.**

### Análisis de la información:

*La intención del título y la bajada* corresponde estrictamente al título, ya que se habla de una guerra y más encima sin cuartel. En este sentido se puede interpretar como una guerra en terreno, a campo traviesa, lo que en cierta medida provoca incertidumbre en la mayoría de las personas. Esto queda bastante más aclarado al leer la bajada del texto periodístico, ya que se hace aterrizar que no se trata de una guerra en sí, sino más bien, de lo difícil que ha sido llevar a cabo una óptima negociación entre las autoridades y los empresarios.

Con respecto a la *retórica aristotélica* se puede determinar que sí está presente, sobre todo en el título. En este sentido se emplea el *convencer*, ya que de esta forma se trata de poner al título para convencer en cierta medida, de que efectivamente se trata de una guerra. Otro nivel de la retórica que está presente es la *disposición*, ya que los elementos informativos están organizados de tal forma que tienden a persuadir o conducir la mirada de las personas.

La *PNL* se puede determinar que se encuentra apoyada por niveles que están presentes a través del *PEI*. En este sentido se utiliza el *Nivel de contexto*, pues al nombrar partidos a las personas les interesa demasiado, debido a la proximidad y la relación estrecha que existe entre los chilenos y la política de Chile.

Además es menester señalar que es utilizado el *Nivel de representación*, debido a que la modalidad que se utiliza en el lenguaje logra captar la atención del público destinatario. En este sentido se puede señalar que también se encuentra presente el *Nivel de secuencia*, ya que se utiliza una determinada estrategia para organizar y clasificar la información. En este sentido se maneja la información para dar a entender a las personas un concepto que se desea mostrar.

La *intención del título y la bajada* está dada básicamente por la estructura en que se encuentra organizado el título, el cual da a entender una lucha sin tregua entre dos bandos. Sin embargo, al leer el resto de la información correspondiente a la bajada se puede apreciar que no es tan así. En este sentido el título de esta unidad de análisis es *conservador* en cuanto a la bajada. Sin embargo, el título está escrito en una forma de escritura más liberal, o sea, con una forma de escritura no tan formal o informativa, como por ejemplo; la falta en el título de un verbo activo.

En cuanto a la utilización de *palabras claves* por parte del periodista se puede señalar que la única frase que demuestra ser clave es el propio título que encabeza el presente reportaje.

Con respecto a los *eufemismos* presentes se puede señalar que si bien hay palabras que no son del lenguaje cotidiano de las personas, no corresponderían a eufemismos, puesto que la intención no es persuadir a las personas.

Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que existe entre el título y bajada con el resto del cuerpo informativo del reportaje es básicamente coincidente, ya que habla de la relación del Presidente de la República (recién electo en ese momento), Ricardo Lagos Escobar con los empresarios.

Con respecto a la relación con el título se puede decir que hay un punto de coincidencia. Se trata de que en el cuerpo de la noticia se habla mucho de términos como “guerra”, “guerrilla”, lo que en cierta forma se realiza para dar a conocer un ambiente hostil entre el presidente y los empresarios. Además se hace alusión a la figura de Lagos y se hace mención a los difíciles momentos pasados con la Sofofa (Sociedad de Fomento de Fabril) y con la CUT (Central Unitaria de Trabajadores).

## Análisis 9: 9 de diciembre de 2001

### Título y bajada:

#### **El cambio que viene**

- **El crecimiento de la UDI, el bajón de la DC, el menor peso de la izquierda... más un Senado en empate y una Cámara incierta es lo que se prevé para las elecciones del domingo. Cuadros completos de quienes ganan y pierden de acuerdo con los últimos aprontes.**

### Análisis de la información:

*La intención persuasiva* de este titular y bajada está dada por lo correspondiente al título, ya que en esta unidad de análisis se da a entender una estrecha relación entre la línea editorial del diario y el objeto al cual se desean remitir. En este sentido se deja entrever una cierta selección temática en esta sección del diario.

Con respecto a la presencia de *retórica aristotélica* se puede decir que este título apela directamente a *convencer* a los lectores. Se intenta convencer a éstos que la apuesta política que está en el tapete es la mejor, ya que el hecho de decir “*el cambio que viene*”, da por hecho de que eso es lo que va a pasar.

En este sentido, se puede señalar que también está presente la *elocución*, ya que se escogen los elementos justos y precisos para conseguir la atención de las personas, o sea, se utilizan justamente los elementos para lograr *conducir la opinión* de las personas.

Además se puede apreciar que está presente la *disposición*, ya que están dispuestos estratégicamente los elementos informativos (con un carácter persuasor) para lograr de una u otra forma persuadir a las personas.

Con respecto a la *PNL* se puede decir que apela a los *mapas cognitivos* de las personas, ya que indaga en toda la información que éstas poseen en su mente almacenada como en una computadora. En este sentido está apoyado por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental*, el que actúa sobre el *Nivel de contexto*, ya que todas las personas saben que el eslogan de Joaquín Lavín es “*Se viene el cambio*”. En este sentido, logra captar la atención de las personas con respecto a este personaje que está presente en el tapete nacional, y por ende en los mapas cognitivos de los destinatarios.

Además es necesario señalar que está presente el *Nivel de representación*, puesto que la distribución de los elementos se encuentra fácilmente relacionada. En este sentido no hay un mayor trabajo para las personas para realizar el acto mental.

Asimismo, se puede establecer que está presente el *Nivel de secuencia*, ya que corresponde a una estrategia que se emplea para organizar y manejar la información que más tarde va a ser transmitida al público destinatario y receptor de la información.

Asimismo se puede señalar que no está presente el *Nivel de abstracción*, ya que no existe una cierta distancia entre el acto mental y el objeto que se desea mostrar.

En este sentido la *intención* y forma del titular se puede decir que está escrito en forma *liberal*, ya que da a entender antecedentes que son poco objetivos a la hora de entregar la información.

En este sentido hay una cierta inclinación hacia el periodismo *interpretativo*, ya que hay interpretación de los hechos. Sin embargo, hay cosas que distan mucho de la objetividad que debe tener un medio prestigioso y nacional.

Con respecto a la utilización de las *palabras claves* se puede decir que la única palabra que puede ser clave y que pueda marcar una tendencia en el público es la palabra “*cambio*”, ya que esta palabra remite (en muchos casos) al ex candidato presidencial Joaquín Lavín.

Además es necesario señalar que tanto en el título como en la bajada no se encontraron eufemismos que en cierta forma disfrazan las palabras que no se quieren dar a conocer tácitamente.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

En este análisis se puede determinar que sí existe relación entre el título y bajada con el resto de la información que está contenida al interior del reportaje. La verdad es que ésta queda marcada hacia una cierta inclinación al ex candidato presidencial Joaquín Lavín.

Se habla del peso de la derecha que en ese entonces parecía tener. Además se hace un paralelo con el “bajón” que sufrió la derecha en ese tiempo, especialmente la DC.

En este sentido hay una cierta interpretación de los hechos por parte del periodista, ya que queda demostrado en un subtítulo la tendencia del medio. “Convertida en la primera fuerza política, está la UDI para lograr su objetivo... Lavín 2005”. En este sentido se exalta a la derecha, se habla de los timoneles y valores que poseen. Sin embargo, no se hacen las mismas aseveraciones con respecto a la izquierda política. En este sentido hace mención a la indestructible alianza que parece haber entre la UDI y RN.

Con respecto a todo lo mencionado, se puede aseverar que hay un acercamiento hacia el bloque de la derecha política de Chile y un distanciamiento hacia el bloque oficialista y mayorista de la política.

## Análisis 10: 14 de abril de 2002

### Título y bajada:

#### **Los polos de Piñera**

- **A un año de haber asumido la conducción del canal más exitoso de la Televisión Chilena en la era del “people meter”, Pablo Piñera sobre su protagónico papel en TVN, responde a los cuestionamientos políticos de su gestión y comenta los cambios de rostro de canal 7.**

### Análisis de la información:

Efectivamente la *intención persuasiva* está dada por la forma en que se encuentra plasmado el título, ya que el hablar de “*los polos de Piñera*”, hace referirse a las dos facetas, las dos actividades, quizás contrarias, de este empresario y otrora Director Ejecutivo de TVN.

Con respecto a la *retórica aristotélica* se puede determinar que es utilizada la *disposición*, ya que se organizan los elementos informativos de tal manera que puedan causar una cierta inquietud en el público destinatario que a posteriori consumirá la información.

La *PNL* está presente en la medida de que el *PEI* trabaje sobre los distintos niveles los que actúan directamente en los mapas cognitivos. En este sentido se puede señalar que está presente el *Nivel de representación*, ya que la forma en que se encuentra escrito, tiende a que las personas observen con un mayor cuidado y precisión. En este sentido es bastante complejo, ya que en primer lugar, se refiere a los polos (significados de cosas opuestas). Y en segundo plano se

refiere a “*Piñera*”. Esto es interesante destacar, pues se menciona sólo esta palabra, y las personas inconscientemente relacionan a este apellido con personajes y hechos importantes, debido a que este apellido se encuentra almacenado en los mapas cognitivos. Éstos debido a que son una familia que siempre está en la palestra nacional, por distintos frentes noticiosos.

Además es necesario señalar que son utilizadas las *operaciones cognitivas*, ya que se necesita la deducción, y las comparaciones con informaciones anteriores para lograr captar el mensaje que se desea entregar. Esto queda de manifiesto y más claro en la interpretación que se puede hacer de la bajada de este reportaje, en donde se explica que la palabra “polo”, está dada por el cargo que ocupó Pablo Piñera en TVN y los cuestionamientos a su actitud política al interior de esta casa televisiva.

En este sentido se puede determinar que la *intención del titular y la bajada* corresponden a un estilo *conservador*, puesto que no emiten juicios de valores, sino más bien da un antecedente de lo que se va a tratar la información.

Así se puede determinar que corresponde a un *título y bajada* enmarcado dentro del *periodismo informativo*, ya que da a entender las principales preguntas en estas dos unidades de análisis.

Con respecto a la utilización de *palabras claves*, se puede identificar que no están presentes en este reportaje. Así mismo sucedió con los *eufemismos*, ya que no hay palabras disfrazadas. Quizás la palabra más clave y que se encuentra escrita en otro idioma (y en cierta medida podría llevar a una confusión por parte del público), es la palabra *people metter*, que significa el medidor de audiencia que utilizan los canales para ver el nivel de audiencia (*rating on line*).

Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que hay entre el título y la bajada con respecto al resto de la información es coincidente. Sin embargo, las personas tenderían a creer que se trata de una investigación periodística acerca de otras actividades de Piñera. Sin embargo, al analizar este reportaje – entrevista, que es más una entrevista de perfil, se puede dar cuenta de que ésta se encuentra estructurada esencialmente para determinar cómo lo hizo este ex director del canal estatal durante el primer año en el poder.

## Análisis 11: 25 de agosto de 2002

### Título y bajada:

#### **“El cholo” sin protocolo**

- **En entrevista exclusiva, el Primer Mandatario peruano habló de su infancia, de su batalla contra el armamentismo en la región “para ganar la guerra contra la pobreza”, sin dejar a un lado a Fujimori, a quien anhela ver en el Perú ante los tribunales de justicia.**

### Análisis de la información:

La *intención* de esta unidad de análisis pasa estrictamente por cómo se redactó este titular, ya que si bien en Perú el nombrar a una persona de “*cholo*”, no tiene un carácter despectivo. Sin embargo en Chile, el decirle “*cholo*” a una persona, lo hace bajar inmediatamente de categoría, incluso de nivel cultural, ya que la mayoría de las personas asocian la palabra “*cholo*” para referirse a los peruanos. Esto acompañado de un desprecio infundado que supuestamente los hace inferior a los chilenos.

Con respecto la *retórica aristotélica* se puede determinar que versa sobre el convencer. En cierta forma a través de cómo se escribió ese título se trata de persuadir las personas de que el mandatario peruano efectivamente recibe el apodo de “*cholo*”. Además es necesario apreciar que al decir “*sin protocolo*”, lo hace incluso ver como una persona carente de modales.

En este sentido apela también a la *disposición* de los elementos informativos. El titular se refiere a esta persona despectivamente y lo logra a

través de este titular. Sin embargo, la bajada contextualiza un poco más de lo que se va a tratar la información. Así se puede determinar que la bajada pasa a un segundo plano, teniendo en cuenta que lo primero que ven los ojos de las personas al leer algo es el título y la fotografía de apoyo.

En el ámbito de la *PNL* se puede determinar que está presente el *PEI*, ya que actúa sobre los siguientes niveles:

En primer lugar actúa sobre el *Nivel de contexto*, ya que en cierta forma, para la mayoría de los chilenos hay una especie de resquemor o distancia hacia el pueblo peruano, lo que hace que la palabra “cholo”, los remita inmediatamente a la relación que ha tenido Chile con el Perú.

En segundo lugar se puede apreciar que se encuentra el *Nivel de representación*, pues esta palabra no es difícil de visualizar en los trabajos mentales. Así es mucho más fácil para las personas establecer de quien se está hablando.

Las *operaciones cognitivas* también juegan un papel importante, ya que al complementa el título con la bajada, las personas deducen, hacen relaciones en los mapas cognitivos para lograr captar a cabalidad el mensaje entregado.

Asimismo, se puede determinar que este titular tiene un carácter negativo, pues se refiere de mala forma al mandatario peruano. Apoyado en esto, se puede decir que el titular está escrito con un sentido *liberal*, puesto que hay una valoración de los juicios por parte de quien escribió ese reportaje, y por ende, de la línea editorial de este medio.

Respecto al *estilo periodístico* se puede determinar que se encuentra escrito desde la perspectiva del periodismo interpretativo.

Con respecto a las *palabras claves* se puede determinar que la palabra “*cholo*” es un apalabra que marca la tónica de lo que se va a tratar la información.

Por último la utilización de *eufemismos* está presente con la frase “*sin protocolo*”, ya que se disfraza el verdadero sentido. Se puede deducir que se pretende señalar que el mandatario peruano es muy abierto y actúa sin formalidad protocolar.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Al leer el reportaje se puede determinar que la periodista Raquel Correa hace alusión en primera instancia a que si se molesta si le dicen “cholo”, a lo que él responde que no, incluso que se identifica con esa palabra. En este sentido la palabra no denotaría una palabra despectiva.

En vez de parecer un reportaje, se trata de una entrevista de personalidad y de semblanza, ya que analiza las principales características de este presidente, además de los aspectos más importantes de su vida.

El término “sin protocolo” se explica por el hecho de que Toledo cuando vino a Chile en 2002, lo hizo completamente relajado y sin mucho protocolo. Por el contrario, la idea que se les da a las personas en el título es que se trata despectivamente a este mandatario peruano. En este sentido existe un cierto manejo de la información que se les entrega a las personas.

## Análisis 12: 15 de septiembre de 2002

### Título y bajada:

#### **“Imagino a una mujer en La Moneda”**

- **La Ministra de Defensa está de regreso después de enfrentar su delicada operación al cerebro. Y, como nunca antes, está dispuesta a explayarse sobre sus posibilidades en la carrera presidencial, si bien insiste en que “ahora soy ministra no más”. De todos modos asegura que “por primera vez en la historia de Chile, las mujeres aparecen como una alternativa”. Sobre Soledad Alvear, quien figura hoy como su principal contendora, señala que “a ella la ponen como la inteligente y buena alumna, y yo también siempre me saqué los primeros lugares en el colegio”.**

### Análisis de la información:

En este sentido la *intención persuasiva* tiene que ver con la cita que encabeza el reportaje. En este sentido se trata de decir que sí las mujeres tienen la posibilidad de llegar al cargo presidencial. Además hace alusión a que son éstos los deseos de Michelle Bachelet, ya que en ese momento se encontraba en una ardua lucha por ser la candidata presidencial de la concertación, y para eso debía dejar a un lado a la otra candidata presidencial, Soledad Alvear.

Con respecto a la utilización de *la retórica aristotélica* se puede decir que es utilizado el *emocionar*, ya que muchas mujeres se sienten fuera del sistema, y qué mejor que una mujer tenga la posibilidad de acceder a este cargo presidencial. En este sentido apela a la *emoción* de las mujeres (*memoria emotiva*), las que como

género ven en esta candidata la posibilidad de alcanzar otro triunfo en la política, luego del derecho a voto. En este sentido se ve como una gran oportunidad para este género.

Respecto de la *Programación Neurolingüística y el Programa de Enriquecimiento Instrumental* se puede determinar que es utilizado el Nivel de contexto, pues como se dijo, representa a todas las mujeres del país en lograr tener poder en los aspectos políticos.

En este sentido el *Nivel de representación* también se encuentra presente, debido a que la forma en que se encuentra plasmado el título hace que el acto mental de relacionar al objeto con lo que se desea plantear sea bastante instantáneo.

Así, se puede determinar que en cierta medida hay un *Nivel de eficacia* en lo que se quiso plantear. En este sentido si lo que se propuso el periodista era causar la representación de las mujeres, lo logró. Además que generalmente cuando se titula con una cita, se da credibilidad a lo que se está escribiendo.

Con respecto a la *intención de este titular* se puede decir que ésta tiene un carácter *optimista*, pues muestra a todas las mujeres una gran posibilidad de marcar un hito en lo que respecta a política.

Con respecto al *estilo periodístico* en que se encuentra escrito este título y bajada, se puede determinar que está escrito en el estilo de *periodismo informativo*, ya que al ser una cita el título da a entender algo que la persona sí dijo en realidad. En este sentido no hay un parafraseo de lo que dijo Michelle Bachelet.

Más que señalar una *palabra clave*, se puede decir que la frase entera de la que está compuesto el título es en sí misma una palabra clave, ya que remite sobre todo al género femenino, a muchas cosas, como la representación de los deseos de estas mujeres.

Por el contrario no fue posible identificar la presencia de *eufemismos* en el título y la bajada.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación que existe entre el título y bajada con el resto del material noticioso tiene una estrecha relación, ya que habla de la posibilidad en que una mujer sea presidenta de Chile. Esto se confunde un poco, ya que en el titular de portada se nombra una cita en la que dice que se ve a una mujer en la presidencia. Sin embargo, en el título del interior del reportaje, se hace una interrogación de que si es factible que una mujer puede ser presidenta.

Además en la entrevista se hace alusión a los difíciles momentos que tuvo que pasar Bachelet, tras ser intervenida por un grave aneurisma cerebral.

También en esta entrevista se hace alusión a la relación que mantiene con Alvear, a lo que explica que si bien son rivales en la carrera presidencial, son amigas en la realidad, incluso, señala que se conocen desde la época del colegio.

## Análisis 13: 27 se octubre de 2002

### Título y bajada:

#### La “coima nostra”

- Los testimonios de dos empresarios del negocio de las revisiones técnicas echaron a rodar una imparable bola de nieve que fue a tragando a importantes personeros de la concertación y desencadenó la peor crisis en la historia del conglomerado. Mientras Carlos Filippi denunció haber pagado 25 millones de pesos al ex subsecretario de Transporte, Patricio Tombolini, y al diputado PPD Víctor Manuel Rebolledo, el dirigente de la Asociación Nacional de Plantas de Revisión Automatizadas Alejandro Denhom aseguró a Reportajes que los diputados DC Jaime Jiménez y Cristián Pareto, y el radical Eduardo Lagos, a quienes se sumó Tombolini, le ofrecieron “facilidades” para ganar nuevas concesiones a cambio de dinero.

### Análisis de la información:

La *intención de persuasión* en este titular y bajada corresponde al título, ya que se da a entender el concepto de “coima”. En este sentido se habla de la coima de los chilenos. Además es necesario señalar que el título inconscientemente remite a algo conocido por las personas. En este sentido actúa rápidamente en los mapas cognitivos de las personas, ya que hace algún tiempo hubo una película de gangster bastante exitosa llamada “*La cosa nostra*”. Así, en este sentido, al leer el titular para las personas no es difícil lograr captar la idea del titular.

La *bajada* corresponde a la aclaración de lo que se trata de enunciar en el título, debido a que da a conocer los antecedentes de la polémica acaecida hace

tiempo entre los dirigentes de las plantas revisoras técnicas y algunos personeros políticos, ya que según los primeros daban partes de las ganancias para que los personeros les dieran las concesiones de las plantas de revisiones técnicas.

La *retórica aristotélica* está dada por la *elocución*, ya que se eligen los elementos precisos para lograr captar la atención del público consumidor.

Cabe destacar además que se encuentra presente *la disposición*, debido a que los elementos en este titular se disponen de tal manera que al ser leído remite a conceptos anteriores que se encuentran almacenados en el cerebro de las personas, lo que hace que se asocie el concepto de coima y la relación que tienen las personas con el título.

La *PNL* se encuentra apoyada por los niveles del *PEI*. En este caso los niveles que actúan sobre este título y bajada son: el *Nivel de contexto*, ya que la palabra “*coima*”, es una palabra conocida sobre todo en Chile, ya que siempre se encuentra presente en todos los sectores de la esfera nacional. Además se utiliza un elemento anecdótico, ya que se apoya de un juego de palabras utilizada y analizada anteriormente.

También es necesario señalar que se encuentra presente el *Nivel de representación*, debido a que la modalidad del lenguaje utilizado hace en cierta medida, remitirse más rápidamente a los conceptos que se desean entregar.

En este sentido también se encuentra el *Nivel de secuencia*, ya que se organizan de tal forma los elementos informativos que logran hacer captar la atención del público lector.

Asimismo, se puede establecer que se ha utilizado las *operaciones cognitivas*, ya que se emplea la deducción por parte del destinatario para lograr

conseguir una respuesta por parte de esta. En este sentido las personas comparan, indagan en la información contenida en sus cabezas, las reprocessan y logran conseguir un acto mental rápido y efectivo.

Con respecto a la *intención de los titulares y bajadas* se puede determinar que tiene un sentido *liberal*, ya que apela a determinados símbolos que son conocidos, a priori, por los lectores. Además de dar juicios de valor, ya que se habla de *“la coima nostra”*, lo que quiere decir que la coima es de los chilenos.

Respecto del *estilo periodístico* en que se encuentra escrito, se puede señalar que el estilo al que más se acerca es al *periodismo interpretativo*. Sin embargo, hay señales de que podría tener una mezcla de *opinión*.

Con respecto a la utilización de *eufemismos* se puede establecer que en la bajada hay una palabra que está disfrazando lo que se desea mostrar. Si embargo, se trata de una palabra que no alteraría mucho el total significado de lo que se quiere representar. Se trata de la frase *“bola de nieve”*, que se encuentra empleada para disimular el concepto *“problema”*.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación entre la unidad de análisis y el resto del cuerpo de la noticia tiene mucho que ver. Sin embargo, se trata de ver las reacciones de las plantas de revisiones técnicas en contra de los dos personeros políticos involucrados. Se trata de Víctor Manuel Rebolledo y Patricio Tombolini.

Además da a conocer la influencia que puede llegar a tener en el gobierno del Presidente Lagos.

Señala también cuáles son las apuestas de los partidos frente a este tema,  
y el apoyo que mantienen estos personeros políticos de sus partidos

## Análisis 14: 10 de noviembre de 2002

### Título y bajada:

#### **El cardenal enfrenta el escándalo**

- **Monseñor Francisco Javier Errázuriz habla con franqueza de los casos de sacerdotes corruptos. Ahonda en temas delicados y escabrosos, como la homosexualidad, la pedofilia y el celibato.**

**Se refiere a los casos del Obispo Cox, del padre “Tato”- el primer sacerdote diocesano que le tocó acompañar en momentos difíciles- y del padre Larraín de Punta Arenas.**

### Análisis de la información:

Respecto de la *intención persuasiva* del título y bajada se puede determinar que la máxima autoridad eclesiástica de Chile responde ante los innumerables abusos y problemas en los cuales se ha visto involucrados sacerdotes de la diócesis. Esto es importante, pues se trata de que el Cardenal Francisco Javier Errázuriz dé la cara ante los hechos que han protagonizado los sacerdotes. Esto conlleva muchas informaciones, ya que hay que señalar que Chile es uno de los países con más adherentes al catolicismo, lo que en cierta medida ha cavado un enorme agujero en el pensamiento de las personas. En este sentido se trata de reivindicar a la iglesia católica, y para eso el cardenal da las excusas correspondientes y su apreciación con respecto a estos casos.

Así en esta unidad de análisis se puede determinar que la *retórica aristotélica* se encuentra presente, ya que actúa sobre el *emocionar*, debido a que

los católicos comparten en cierta medida el luto que debe estar sintiendo la iglesia católica frente a estos casos de corrupción y pedofilia. Asimismo, y por lo señalado , se puede decir que se encuentra presente o es apoyada por la *memoria emotiva* de las personas.

Con respecto a la *PNL* y más específicamente al *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se puede determinar que actúa sobre los siguientes niveles:

El primero es el *Nivel de contexto*, ya que como se dijo, la gran mayoría de los chilenos, profesa esa religión. Por lo mismo estas personas se sienten completamente involucradas en los casos que han sucedido. Además al leer la bajada se puede determinar con más precisión las características de los hechos, y quienes han sido los sacerdotes involucrados en estos escándalos, lo que a las personas les dan otro punto de referencia más potente para procesar la información recibida.

También se encuentra el *Nivel de representación*, ya que el lenguaje que se utiliza es bastante claro y muestra que la autoridad religiosa da excusas por lo sucedido ante la opinión pública. En este sentido esta forma en plasmar la información genera que el título logre captar la atención del público (sobre todo del sector antes mencionado). Esto habla en estricto sentido de la eficacia que se tuvo al haber titulado así.

En este sentido se puede determinar que la *intención* con que está escrito tanto el título como la bajada tiene un sentido *optimista y conservador*. *Optimista* porque en cierta forma, da a conocer las declaraciones del cardenal, lo que significa que la iglesia sí se hace cargo de esto y no lo está escondiendo. Por otro

lado, se puede determinar que el sentido que tiene esta unidad de análisis es *conservador* para referirse estrictamente a que el título y la bajada no tienen valoración de hechos, o sea, lo que se entrega es un título y bajada bastante objetiva y neutral.

Relacionándolo con lo anterior se puede determinar que está escrito en el estilo de *periodismo informativo*, ya que no hace juicios de valor, ni interpretación de los hechos. En este sentido el título hace alusión al tema, y la bajada contextualiza dando antecedentes de lo que se va a tratar el reportaje en bruto.

Con respecto a la utilización de *palabras claves*, se puede determinar que la palabra que más marca cuando se lee la bajada es que se nombre al “cura Tato”, ya que mediáticamente su caso fue el más expuesto y causó revuelo en el acontecer nacional. Además de ser el hermano de una importante figura mediática (El Rumpy).

La utilización de *eufemismos* en esta unidad de análisis no se logró determinar, pues como se dijo anteriormente, esta unidad de análisis está tocada con altura de miras y sin que el periodista emita juicios de valor.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Si se lee y analiza el reportaje-entrevista en profundidad se puede determinar que sí están relacionados, ya que efectivamente, lo que se plantea en portada coincide con lo expuesto al interior del reportaje.

Sin embargo, logra llamar la atención el cambio que existe entre el titular de portada y del interior. El primero señala que el cardenal habla de los abusos de los

demás sacerdotes, mientras que el segundo habla de la gran cruz que tiene la iglesia católica. En este sentido se habla como que la iglesia lleva un gran peso a sus espaldas, lo que en cierta forma les ha perjudicado. En este caso hay una interpretación de los hechos, entregando un juicio de valor por parte de la periodista

Otro de los puntos interesantes es el cuestionamiento que se le hace (por parte de quien escribió la nota) a la iglesia católica y de qué forma ésta ha sido responsable de las cosas. En este sentido trata de ser punzante frente a esta información, y no se es mirado condescendentemente.

## Análisis 15: 1 de diciembre de 2002

### Título y bajada:

#### **Los desafueros de Clarita**

- **La presidenta del Consejo, Clara Szczaranski, logró aprobar la abrupta salida de Miguel Fredes, procurador fiscal del CDE que manejaba el caso Coimas. Hombre de tendencia socialista, laguista por añadidura, defensor de la tesis de desaforar a los seis diputados oficialistas, se enfrentó a su jefa en una acalorada reunión en la que ella manifestó su intención de mantener el fuero de los parlamentarios.**

**La Szczaranski esperó una semana y el martes pasado- el mismo día en que fue confirmada en su cargo por tres años más y en que la Corte de Rancagua desaforó a cinco de los diputados- consiguió deshacerse de Fredes.**

### Análisis de la información:

Respecto de la *intención persuasiva* de este título y bajada se puede decir que la intención está dada por el diminutivo que se le aplica en éste a la jueza Clara Szczaranski, como dando a entender sobre una persona muy jovial, y carismática. Sin embargo, a la hora de hacer cumplir con lo que se le ha propuesto, no tiene miramientos en despedir a quien sea. En este sentido, se asocia el diminutivo “*Clarita*” a una niña cariñosa o simplemente una caricatura.

Si se analiza la bajada queda de manifiesto que la “*Clarita*” tiene las cosas bastante claras y fue capaz de deshacerse de las personas que a su juicio no

tiene mayor competencia en los temas. En este sentido se la manifiesta como una mujer con empuje y con gran poder de decisión.

La *retórica aristotélica* está basada acerca del *convencer*, ya que se hace alusión al poder que reviste esta jueza para las personas. En este sentido se convence a las personas de las medidas que pueda tomar esta mujer.

Así mismo se puede establecer que se encuentra presente la *disposición*, debido a que la forma en que se encuentran agrupados los elementos hacen que las personas trabajen en sus mapas cognitivos, relacionando el término "*Clarita*", con algo muy dulce y tierno, lo que se aclara al leer la bajada. En este sentido hay un juego de palabras que atrae a la lectura de este reportaje.

Respecto de la *PNL* y sobre todo en el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se puede decir que este título y bajada actúa sobre el *Nivel de representación*, ya que el lenguaje que se utiliza para lograr llamar la atención es escogida para esto. En este sentido al decir "*Clarita*", se remite inmediatamente a esta jueza. En este caso no hay un distanciamiento entre el objeto y el acto mental por parte de los lectores.

Asimismo, se puede decir que actúa sobre *el Nivel de secuencia*, debido a que se emplea las unidades de información estratégicamente. Es decir, para las personas actúa sobre comparar, deducir la información para entender lo que se desea mostrar.

Respecto de la *intención de los titulares* se puede determinar que tiene un carácter *optimista*, pues, se le muestra a esta persona como una persona decidida. En este sentido se le plasma como se supone que es esta mujer.

Respecto del *estilo periodístico* en que está escrito este título y bajada se puede determinar que lo hace con un estilo *interpretativo*, ya que el periodista se da el lujo de jugar con los antecedentes que se le han facilitado.

Por el contrario, no se logró identificar elementos que sean utilizados como *palabras claves*. Además no se pudo identificar la presencia de *eufemismos*, ya que la información entregada es tratada objetivamente, excepto del juego utilizado en el título.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación entre el título y la bajada con el resto del cuerpo noticioso está ligado estrechamente, ya que se ahonda en lo que se encuentra plasmado en la bajada. Trata de los desafueros de Szczaranski que ha hecho de algunos personeros, por diferencias en el caso “coimas”.

También es menester señalar que la forma en que se encuentra escrito este reportaje, es de un estilo netamente interpretativo, ya que hay interpretación de hechos, descripciones de escenas y de ambientes.

Además se hace una entrevista en profundidad a Miguel Fredes, a quien “Clarita” desaforó por diferencias en cuanto a pensamientos.

## **Análisis 16: 14 de septiembre de 2003**

### **Título y bajada:**

#### **“Lavín perderá si lo monopoliza la UDI”**

- **El ex presidente de RN reaparece justo cuando se cierra el debate por los 30 años del 11 y se comienza a abrir la carrera electoral. Sobre ambos temas habla claro. Acusa que los principales actores de la crisis del 73 no han puesto la verdad por delante y han sido oportunistas. Dice además: “si la candidatura de Lavín es monopolizada por la UDI, yo no voy a participar... porque, en ese caso, va a perder”; “no tengo ¡ninguna duda! de que los chilenos votarían por una mujer”; “ya se ve una enorme convergencia entre sectores moderados de la centro- derecha y la DC”.**

### **Análisis de la información:**

Este título y bajada habla de lo que en realidad piensa el actual senador Andrés Allamand con respecto a la posible candidatura de Joaquín Lavín para las elecciones presidenciales del 2005.

Respecto de la *intención persuasiva* se puede decir que trata de un título apoyado o estructurado estrictamente sobre una cita del actual senador por el distrito 16 (Décima Norte). En este sentido se plantea como una oposición a que este ex alcalde y ex candidato presidencial se abanderice por un sector de la derecha nacional.

En la bajada se contextualiza mayormente, ya que apela a que este personaje da estas declaraciones justo cuando se han apaciguado las aguas en

torno a lo sucedido el 11 de septiembre de 1973. En este sentido se trata de poner en la palestra nacional, temas que no son de contingencia, pero que sí lo es desde el momento en que se emiten los dichos en un reportaje –entrevista.

Asimismo se ve una negativa a que Lavín sea la cara visible de la UDI, y se comenta la posibilidad de que en ese sentido ganaría perfectamente una mujer, lo que en cierta medida abre las puertas a que las mujeres tomen el sillón presidencial.

Con respecto al *retórica aristotélica* se puede decir que apela al *convencer*, ya que hay muchas personas que siguen a este actual senador le dan legitimidad a lo que plantea. En este sentido tiende a inducir el pensamiento de las personas hacia Joaquín Lavín. Asimismo se deja entrever que se habla de Joaquín Lavín, con el único fin de mantenerlo en la palestra informativa, ya que sólo faltaban dos años para las elecciones.

Asimismo, se puede determinar que se encuentra presente la *elocución*, debido a que el periodista supo citar en el título, lo que más representa o lo más fuerte de la entrevista que dio este actual parlamentario.

Respecto de la PNL se puede determinar que sí este titular indaga sobre los *mapas cognitivos* de las personas, ya que “Lavín” es sinónimo (para algunos) de un líder. Sin embargo, para otros no significa una representación social del pueblo. En este sentido el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* trabaja sobre el *Nivel de contexto*, ya que se está atacando a unos de los líderes de la derecha nacional, y que en el 2000 fue casi presidente de Chile.

En este sentido está presente el *Nivel de representación*, ya que como es una cita, el acto mental hecho por las personas se traduce muy fácil, por ende, es fácilmente reconocible que se está hablando del ex candidato presidencial.

Asimismo se puede determinar que la *intención* que se plasma en esta unidad de análisis es de tipo *conservador*, ya que se apela sólo a las declaraciones de una persona hacia otro que se ha mantenido en la palestra política de Chile.

El *estilo periodístico* en que se encuentra escrito este reportaje, dista mucho de ser un reportaje *interpretativo*, ya que no hay descripciones de ambientes, ni interpretación de los hechos.

Respecto a las *palabras claves* se puede determinar que la frase “*Lavín perderá*” remite a las personas (adherentes de Lavín) ven un posible fracaso electoral en las próximas elecciones presidenciales. Otra palabra clave es “*monopoliza*”, ya que remite a que va a ser el representante fiel de este partido político.

Por el contrario, no se pudo determinar la presencia de *eufemismos* que lleven a un cierto disfrazamiento de las palabras o unidades informativas.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Contrario al nombre que tiene esta sección de El Mercurio se puede decir que más que un reportaje es una entrevista en extenso de esta persona. Además no hay presencia de una introducción al tema, ni la utilización del lead.

Se hace alusión a la vida del entrevistado, en fin, trata del perfil de éste.

Además, es necesario señalar que el título de portada y lo expuesto en la bajada, no se encuentra de manifiesto al comienzo de esta entrevista, sino más bien, es tocado casi al fin. En este sentido aquellos que deseen ver las declaraciones de Allamand, tienen que leer todo el reportaje.

## **Análisis 17: 5 de octubre de 2003**

### **Título y bajada:**

#### **El triunfo de la misión “anti- spots”**

- **El padre Felipe Berríos inició la ofensiva. Lo siguieron Fernando Montes, Tony Mifsud, Antonio Delfín y José Aldunate. Acusaron a la campaña antidivorcio, realizada por la Vicaría de la Familia, que depende del Arzobispo Francisco Javier Errázuriz, de basarse en encuestas que no son fuentes de moralidad y de utilizar el miedo como método. Se sumaron a las críticas varias vicarias y obispos, y el Cardenal debió reconocer que los spots fueron un error. Un capítulo más en la larga historia de roces entre la iglesia diocesana y la Compañía de Jesús.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* de esta unidad de análisis depende estrictamente del título, ya que revela una suerte de conglomerado en contra de una determinada publicidad. En este sentido, queda más claro en la bajada que se trata del conflicto entre la iglesia, debido a la negativa por parte de la Compañía de Jesús de mostrar los spots, los habían sido realizados por la iglesia diocesana. Sin embargo, esto queda absolutamente manifiesto al complementar la información del título con la bajada, ya que es en esta última en la que se explica la verdadera razón del conflicto de estas dos vertientes católicas.

Por lo mismo, este titular genera un sentimiento que ha ganado uno de estos sectores. En este sentido acusa una gran satisfacción entre los adherentes

de la Compañía de Jesús, lo que se encuentra apoyado por las representaciones que tienen las personas en los *mapas cognitivos*. Asimismo, se puede deducir que se plantea como una cierta rivalidad entre bandos contrarios, los cuales se encuentran con los objetivos bastantes distintos.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede determinar que se encuentra presente el *convencer*, debido a que se plantea que efectivamente ganó esta parte de la iglesia católica.

Además se deja es necesario señalar que se encuentra presente la *disposición*, ya que se utilizan las palabras adecuadas para producir “*algo*” en el público destinatario: “*El triunfo de la misión anti- spots*” tiene la connotación de que se trata de unos misioneros que lo único que tienen como objetivo es detener la exhibición de esta publicidad.

Respecto de la PNL, específicamente del PEI, se puede decir que es apoyado por el Nivel de contexto, ya que este titular involucra a todos aquellas personas que se sienten identificados con la iglesia católica, ya que ven cómo estas dos ramificaciones católicas, tienen puntos divergentes frente al tema de la familia.

Asimismo se puede determinar que es utilizado el *Nivel de secuencia*, ya que el periodista utilizó esta estrategia en el lenguaje para manejar, clasificar y ordenar la información, para que de esta forma (complementada con la bajada) quede completamente claro de qué se trata, y por ende, el acto mental sea mucho más fácil y efectivo.

Desde otro punto también son utilizadas las *operaciones cognitivas*, debido a que esta unidad de análisis no queda completamente claro a qué se refiere. En

este sentido se tiene que deducir de qué se trata la información, porque como se encuentra planteado, puede referirse a cualquier cosa. Se trata efectivamente de un juego de palabras. Por lo mismo, si existe una distancia entre el acto mental y el objeto se debe determinar que además se encuentra presente el *Nivel de complejidad*, ya que algunas personas tienen que analizar los actos mentales que tienen, es decir, la familiaridad que tienen con el tema en cuestión para posteriormente entender la información entregada.

*La intención del título y bajada* se puede determinar que se trata de una unidad bastante *conservadora*, a pesar del juego de palabras que hay en el título para llamar la atención de los lectores. Sin embargo, la bajada se encuentra bien estructurada y bastante clara. No da lugar a confusiones.

Además se puede determinar que el título está escrito en una especie de *periodismo interpretativo*. Sin embargo, la bajada corresponde a una forma bastante informativa, en donde se responden bastante las questions words.

Respecto de las *palabras claves* se puede determinar que la palabra “misión” juega un papel bastante importante, ya que remite a las personas a una cosa importante, prácticamente encubierta y que tiene como finalidad lograr un objetivo.

Por el contrario, no se logró determinar la presencia *eufemismos* tanto en el título como en la bajada.

Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Respecto de la relación que hay entre el título y bajada con el resto de la información, se puede determinar que coincide plenamente con lo expuesto en el interior, ya que se habla acerca de la victoria y el liderazgo de los jesuitas frente a la diócesis.

Además se presenta al padre Berríos como una persona que va de frente a las cosas. Incluso varias veces ha tenido conflictos con la diócesis por asuntos concernientes al divorcio.

## Análisis 18: 26 de octubre de 2003

### Título y bajada:

#### **“Jamás hemos vinculado a políticos”**

- **Contradiendo sus declaraciones anteriores, el cura “Jolo” desmiente las versiones que han circulado durante la semana. Dice que no entregó datos que sustenten las afirmaciones de Pía Guzmán, referidas a parlamentarios vinculados a una red de pedofilia. Tampoco exhibió a los menores abusados un set de fotos con figuras públicas. Asegura que los menores no han mencionado nombres de famosos y que lo único que sabe sobre políticos involucrados son las afirmaciones de la diputada RN y de Pablo Huneeus. Afirma que lo único que le importa es que se investigue a Claudio Spiniak.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* de este título y bajada comprende estrictamente al título de esta unidad de análisis, ya que se trata de una cita de un representante de la iglesia, que se vio involucrado en acusaciones contra parlamentarios, apoyados por la parlamentaria Pía Guzmán. En este sentido se plasma esta información como dando legitimidad a la iglesia católica y a este personaje de la iglesia. Señala que no se ha vinculado a políticos en asunto de pedofilia.

Respecto de la presencia de *retórica aristotélica* se puede apreciar que esta unidad de análisis se basa en el *convencer*, y que se da la versión oficial de este padre, y por lo tanto al ser una cita, es factible que sean creíbles sus declaraciones. En este sentido, además se utiliza la *disposición*, ya que el

periodista, para dar a conocer esta información trabaja sobre las palabras vertidas por este cura, lo que de alguna manera hace que los lectores relacionen lo que hasta este momento se ha hablado de los abusos.

Respecto de la *PNL* y el *PEI* se puede determinar que en esta unidad de análisis se trabaja sobre el *Nivel de contexto*, ya que para la mayoría de los chilenos, este tema ha sido bastante impactante, ya que se ha sacado a la palestra estos supuestos abusos por parte de personeros políticos a menores de edad. Asimismo, se puede entrever que existe una cierta contextualización por parte de aquellas personas que se encuentran ligadas a la iglesia católica. En este sentido se han visto involucrados, ya que un cura de la diócesis es uno de los principales acusadores de estas irregularidades.

Asimismo, se puede apreciar que hay una suerte de *representación* por las personas, hacia los dichos vertidos por este cura. Además en los *mapas cognitivos* de las personas, hay almacenada información anterior con respecto a este tema. Es necesario señalar que para un segmento de la población que no se encuentra al tanto de las características de este problema, la información entregada en el título dista mucho de ser entendida, ya que no todos saben de las acusaciones que circulaban hacia un grupo de personeros políticos. En este sentido está presente las operaciones cognitivas, ya que hay un distanciamiento entre el objeto y el acto mental, lo que implica un mayor trabajo por parte del destinatario.

Además se puede determinar que la *intención de estos titulares y bajadas* tiene un sentido *conservador*, ya que de alguna manera, se plasma la visión de

este sacerdote en las declaraciones vertidas en este medio. Además se presenta la información bastante limpia y sin añadiduras informativas.

Asimismo, el *estilo* en que se encuentra escrita esta unidad de análisis es de carácter *informativo*, ya que no hay presencia de descripción de ambientes, ni descripciones físicas del entrevistado (por lo menos en la unidad de análisis).

Por otro lado se pudo determinar que no hay presencia de *palabras claves* que den a entender algo, ni de *eufemismos* que disfracen las palabras para embellecerlas.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Respecto de la relación se puede determinar que es un reportaje escrito en un estilo interpretativo, ya que hay una extensa introducción, aportando una tesis de lo que se trata este tema.

Además se presenta a los lectores las reacciones de este cura tras los dichos de la diputada Pía Guzmán, las que dio las primeras luces de este problema que involucra a políticos.

Además se dan las primeras visiones de la existencia de Gemita Bueno, quien según el padre Jolo, habría mantenido un encuentro sexual con un político.

## Análisis 19: 2 de noviembre de 2003

### Título y bajada:

#### **Spiniak: “No tengo amigos políticos”**

- **En una conversación descarnada y sorprendente, el empresario habla por primera vez a un medio de comunicación desde que fuera detenido el 30 de septiembre. Si bien reconoce que son ciertas muchas de las causas que dicen sobre sus fiestas, niega que haya habido muertes o abusos de menores. “A mí me gustaba la gente mayor, no sé con qué fin han metido a esos niños en esto”, asegura. Aquí cuenta la historia de cómo después de ser un hombre normal durante 45 años se convirtió en un ser irreconocible.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis corresponde en primer lugar al título de ésta, ya que al ser una cita comprende gran veracidad por parte del medio y del entrevistado. Además que sea una entrevista a Claudio Spiniak, hace que este medio, tenga un material informativo exclusivo. Asimismo, se puede determinar que este empresario acusado de pedofilia deja entrever que no tiene relación con las acusaciones que se hacían a políticos en las famosas fiestas, en donde se abusaba de niños menores de edad.

Además, la *intención persuasiva* también se encuentra presente en la bajada, ya que señala que El Mercurio es el primer medio al cual este empresario da declaraciones, tras haber sido detenido por los cargos de que se le acusa. Así dan a entender el gran poder que tiene este medio para lograr conseguir

exclusivas. Por ende, se deja ver que lo plantean como un medio creíble por el cual puede atravesar la información sin manipulaciones de por medio.

A través de la bajada se da ciertas luces, las cuales se develará en el transcurso de la entrevista, ya que apelan a que se ahondará en la vida que tuvo este empresario antes de transformarse en una persona “irreconocible”.

Respecto de la *retórica aristotélica* se pudo apreciar que es utilizado el *convencer*, ya que a través de las declaraciones de esta persona, se le da validez a las mismas, y al ser una cita se le otorga el derecho de ser escuchado, y por ende contar su verdad. Además el periodista que realizó esta entrevista supo ocupar muy bien la disposición de los elementos persuasivos e informativos, ya que utilizó el fragmento más representativo de la entrevista para titular con él.

La *Programación Neurolingüística (PNL)* versa sobre los *mapas cognitivos* de las personas que leyeron estos titulares. En este sentido y apoyado por *el PEI* se pudo determinar que actúa bajo el *Nivel de contexto*, ya que para la mayoría de los chilenos esta historia fue bastante escalofriante, porque por primera vez en la historia salían datos tan horribles de abusos a niños. Esto marcó profundamente a las personas, y por ende esta situación goza del mayor repudio por parte de los chilenos.

Asimismo, el *Nivel de representación* se encuentra bastante marcado en esta unidad de análisis, ya que la información entregada actúa sobre las representaciones de las personas. Éstas, en los mapas cognitivos tienen la noción de que la palabra “*pedofilia*” es bastante negativa y la asocian con sufrimiento y abusos.

Asimismo la estrategia que utilizó el periodista está representada por el *Nivel de secuencia*, ya que fue una estrategia que se utilizó para organizar y clasificar de tal manera la información que fue entregada que causara un impacto en las personas, lo que a la larga se traduce en mayor tiraje de los ejemplares.

Respecto a la *intención del título y bajada* se puede decir que es de un estilo *conservador*, ya que no se presta para mofas, debido a que el tema es bastante delicado e involucra a muchas personas, sobre todo a menores de edad.

El *estilo periodístico* en que se encuentra escrita esta unidad de análisis está en periodismo interpretativo, ya que una serie de adjetivos que no denotan opinión, además de la descripción de hechos.

Respecto a la utilización de *palabras claves* se puede apreciar que la única palabra que se encuentra clave y que en cierta medida habla de algo bastante profundo, es la palabra “descarnada”, en donde se hace alusión a la entrevista que se realizó a Claudio Spiniak a la sección Reportajes de El Mercurio.

Respecto a la utilización de *eufemismos* se pudo determinar que no hay presencia de este disfrazamiento de las palabras.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

El tema que se encuentra plasmado en la unidad de análisis, no se encuentra al comienzo de esta reportaje- entrevista, sino más bien se encuentra en la tercera página, después de conocer datos bastantes importantes.

En esta entrevista se dan datos escalofriantes de lo que eran y significaban las fiestas de Spiniak. Asimismo, se da a conocer todas aquellas experiencias anteriores y de qué forma comenzó a practicar la pedofilia.

La entrevista representa la vida de este empresario. Perfectamente podría ser un examen psicológico.

## Análisis 20: 22 de agosto de 2004

### Título y bajada:

#### **Los flancos que complican al “cura Jolo”**

- **Principal blanco de la UDI desde el derrumbe de Gemita Bueno, el sacerdote José Luis Artiagoitía evalúa disculparse con el senador Jovino Novoa, consciente de que no será suficiente para aplacar la ira gremialista.**

**Especialmente porque sus ataques directos al timonel, sus imputaciones a otros parlamentarios junto a las declaraciones en su contra de conocidos suyos amenazan con agravar su ya delicada situación.**

### Análisis de la información:

Respecto de la *intención persuasiva* en esta unidad de análisis está determinada principalmente por el título, ya que se muestra al padre José Luis Artiagoitía como una persona que se encuentra entre dos paredes. Esto precisamente por las acusaciones vertidas en contra de timoneles políticos, específicamente en contra de Jovino Novoa.

Además que se hace alusión a la equivocación que tuvo este sacerdote, ya que se a entender que planea pedir disculpas por las acusaciones en contra de este político. Además se plantea como los problemas que complican al padre Jolo. Está planteado como que este cura se encuentra en una grave encrucijada.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede determinar que se trabaja en base de la *elocución*, ya que en primer lugar es ocupada una palabra de difícil

traducción. En segundo lugar, el periodista utilizó la información recibida para lograr un titular y bajada bastante particular, ya que llama a las personas a consumir esta información, y por ende procesarla.

La *PNL* apoyado por el *PEI* se basa en los siguientes niveles: en primer lugar el *Nivel de contexto*, ya que en cierta forma se plantea como una polarización entre segmentos de la sociedad. Por un lado están todos aquellos adherentes a los políticos, especialmente aquellos compañeros de bancada, quienes niegan rotundamente las acusaciones en contra de Novoa. Por el otro lado, están aquellos que ponen las manos en el fuego por las acusaciones de pedofilia en contra de este timonel. Así, y de este modo, se puede apreciar la polarización que hay tras esta información.

Asimismo se puede determinar que se encuentra presente el *Nivel de secuencia*, debido a que éstos responden a una estrategia que es ocupada por el periodista, la que empleó para organizar y manejar la información que se les entregó a los lectores de este medio.

Otro nivel que se encuentra presente en esta unidad de análisis es el *Nivel de operaciones cognitivas*, ya que los lectores deben comparar con información procesada anteriormente (la que se encuentra almacenada en los mapas cognitivos), para luego ser comparada y posteriormente procesada. En este sentido se trata de un título y bajada bastante complejo.

Relacionado con lo anterior se pudo determinar que para un segmento de la población (c1, c3) esto dista mucho para su comprensión. En este sentido hay una distancia entre el acto mental y el objeto al cual se refiere la información, ya que es utilizada esta palabra rebuscada.

Respecto a la *intención del título y la bajada* se pudo determinar que corresponde a una forma *pesimista*, ya que se plantea (título) como que si este cura tuviera un grave problema y por el momento no tiene solución. Esto queda mejor ejemplificado en la bajada, ya que dan argumentos y antecedentes del resto de la información.

Se puede determinar que el *estilo periodístico* en que se encuentra escrita esta parte de la información, está redactado como *periodismo interpretativo*, ya que la forma en que se encuentra el título es bastante novedosa. Cabe destacar que si bien el título es interpretativo, la bajada corresponde estrictamente al género informativo.

Con respecto a la utilización de *palabras claves*, se puede apreciar que la palabra clave bastante importante es que se haya puesto “*el cura Jolo*”, ya que perfectamente podría haberse utilizado el verdadero nombre de este padre (José Luis Artiagoitía). Esto obedece que las personas tienen guardado este apodo en sus mapas cognitivos, por ende, es mucho más fácil que se remitan a la figura u objeto en cuestión. En cambio, si se hubiera titulado con su nombre, muchos no sabrían efectivamente de quien se trata.

La utilización de *eufemismos* queda demostrada con la palabra utilizada en el título “*flancos*”. Esta palabra no es conocida por ser una palabra que las personas comunes y corrientes manejan. Por el contrario, deben llevar a cabo un acto mental bastante importante para lograr determinar a qué se refiere esta palabra, ya que si nos fijamos en qué dice la Real Academia de la Lengua Española acerca de esta palabra diría lo siguiente: “Cada una de las dos partes laterales de un cuerpo considerado de frente”. En este sentido las personas, en

una primera instancia, ven con lejanía la comprensión de esta palabra, lo que significa que no hay una llegada inmediata y sistemática de la información entregada.

Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Al leer el reportaje en extenso se puede determinar que efectivamente se trata de un reportaje escrito en la forma interpretativa, ya que considera descripción de ambientes y de acontecimientos sucedidos.

Se hace alusión a los problemas que ha tenido este sacerdote tras creer en las versiones de Gemita Bueno. Por el contrario se hace una entrevista al padre progenitor de Gemita Bueno, Fernando Bravo, quien asegura que su hija fue manipulada por el sacerdote para aseverar las impactantes declaraciones.

Sin embargo, se plantea al sacerdote como una persona que da la cara y que se encuentra dispuesto a pedir perdón, incluso, a pagar con cárcel el error cometido.

## **Análisis 21: 5 de septiembre de 2004**

### **Título y bajada:**

#### **Habla el “cerebro financiero” de Pinochet**

- **Oscar Aitken Lavanchy decidió dar la cara y responder la serie de incógnitas que surgieron a partir del descubrimiento de las cuentas secretas del general (r) en el Banco Riggs. El abogado estima que su cliente puede justificar un patrimonio de 15 millones de dólares o más, y entrega un minucioso detalle de cómo Pinochet construyó su fortuna.**

### **Análisis de la información:**

Respecto de la *intención persuasiva* en esta unidad de análisis se pudo determinar que en el título, la frase “cerebro financiero” remite a las personas a estas grandes cuentas millonarias que mantenía el ex presidente de Chile, Augusto Pinochet Ugarte en distintos bancos del mundo. Así, se considera a esta persona como el principal autor intelectual de estas cuentas, que han salido al tapete público.

Además se encuentra en el título mencionado el apellido Pinochet. Esta simple palabra remite a través de las representaciones de mundo de las personas, a un sinnúmero de acontecimientos sucedido en cierto período del país. Asimismo se puede determinar que este apellido o causa repulsión o adherencia. En este sentido marca una cierta polarización de la sociedad criolla.

Este titular y bajada es perfectamente movable en el tiempo y en el espacio, ya que últimamente este tema sigue siendo noticia, tras casi dos años de acontecida. En este sentido este tema causó y seguirá causando interés por parte de la opinión pública.

Respecto de la presencia de *retórica aristotélica* se pudo determinar que actuó sobre la *disposición*, ya que la forma en que se encuentran dispuestos los elementos persuasivos, da a entender una cierta realidad que sí existe y se pretende mostrar en el reportaje.

Además se puede determinar la presencia de la *elocución*, ya que son utilizadas palabras como “*cerebro financiero*” y “*Pinochet*” para remitir a las personas a una representación de mundo.

Respecto a la *PNL* y específicamente al *PEI*, se puede determinar que está actuando sobre los siguientes niveles:

Actúa sobre el *Nivel de contexto*, ya que para muchas personas, la simple palabra “*Pinochet*”, remite a acontecimientos negativos, ya que muchas personas vivieron en carne propia los sucesos acontecidos desde 1973 en Chile.

Asimismo se puede determinar que se encuentra apoyado por el *Nivel de representación*, ya que el lenguaje escrito que se utiliza para entregar la información, se transforma en un trabajo de acto mental bastante fácil, ya que se entregan todos los antecedentes que se necesitan para producir una respuesta instantánea por parte del lector. En este sentido el periodista sabe que lo que escribe provoca un *Nivel de eficacia*, ya que al mencionar todos los elementos informativos, sabe que va a provocar una reacción en el público, ya sea negativa o positiva.

Respecto de la *intención del título y la bajada* se puede determinar que el primero tiene un carácter *conservador*, ya que sólo plantea la información y no da más detalles de lo que sucederá al interior del reportaje.

Definitivamente y respecto a la información deducida anteriormente se puede determinar que el estilo en que se encuentra escrito este reportaje es de una forma *interpretativa*, ya que hay valoración de hechos, incluso, algún adjetivo que bordea la subjetividad y conducción de las miras de las personas.

Respecto de las *palabras claves* se puede determinar que la palabra que hace que el texto tenga peso y sea atractivo es la frase “cerebro financiero”, ya que las personas esperan que este personaje aclare y dé antecedentes importantes de lo que se realizó con estas cuentas en el extranjero.

Asimismo, no se encontró la presencia de *eufemismos*, ya que no existe un disfraz de las palabras.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Respecto de la relación que debe haber entre el título y bajada con el resto de la información interna, se pudo determinar que en este reportaje alude principalmente a este contador de Pinochet. Se trata de un reportaje informativo, ya que no hay descripciones de escenas, de ambientes y juicios de valor por parte del periodista.

Además se hace alusión a cómo Pinochet logró su fortuna y de las adquisición de las supuestas donaciones que se le hicieron durante su gobierno cuando estuvo detenido en Londres.

## Análisis 22: 19 de octubre de 2004

### Título y bajada:

#### **“Girardi es el personaje más oscuro de la política”**

- **El senador UDI afirma tajante: “Nunca en mi vida he visto a Claudio Spiniak”. Además, se declara irritado por el escándalo político desatado por Pía Guzmán e insiste en denunciar un montaje destinado a destrozarse a la Alianza por Chile. Sus dardos apuntan directo al diputado PPD Guido Girardi. Advierte que existe una red mafiosa detrás de las acusaciones y que se va a conocer “porque están marcadas las huellas digitales de todos los involucrados” asegura.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis tiene que ver estrictamente que se trata de una cita, una declaración que hace un personero político hacia otro, enmarcado dentro del caso Spiniak. En este sentido se ve una cierta rivalidad entre estas dos personas.

Además es interesante apreciar que las declaraciones vertidas por Carlos Bombal en contra de Guido Girardi corresponden a una opinión completamente negativa y que en cierta forma afecta a la carrera política y la imagen ante la opinión pública de este último.

Además esto queda bastante claro, debido a que estos dos timoneles pertenecen a bandos políticos distintos, mientras que Bombal pertenece a la UDI, Girardi pertenece a la Partido Por la Democracia.

Con respecto a la *retórica aristotélica* se puede determinar que se encuentra presente el *convencer*, ya que de una u otra forma, las declaraciones vertidas en contra de Girardi hacen inducir la opinión de las personas que están de parte del bando de Bombal. En este sentido se hace un llamado para que aquellas personas sientan que sí se trata de un personaje oscuro dentro de la política nacional, como lo menciona Bombal.

Asimismo, se puede determinar que se encuentra presente la *disposición*, ya que en una jugada estratégica por parte del periodista, supo interpretar los dichos de este, y traspasarlos para que quede como título, y por ende encabezando la información. En este sentido provoca una mayor credibilidad este tipo de declaraciones que si se hubiese parafraseado.

Respecto de la *PNL*, el cual se encuentra apoyado por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI)*, se pudo determinar que se encuentra presente el *Nivel de contexto*, ya que todo aquello que ha ocurrido y que tenga relación con el caso Spiniak, tiene una reacción bastante fuerte en las personas. En este sentido, se requiere ser parte de una comunidad y una cultura para que esta situación provoque una reacción en el público destinatario. En este caso la proximidad genera un papel bastante importante, ya que esto en Japón no sería o no tendría la relevancia que tiene en Chile.

El *Nivel de representación* también se encuentra presente, debido a que la modalidad en que se lleva a cabo el planteamiento de la información, y por ende el posterior acto mental es relativamente fácil, ya que se trata de una cita, además de nombrarse al personaje en cuestión.

Además se encuentra el *Nivel de secuencia*, ya que el titular con una cita, responde a una estrategia del periodista, porque escogió lo más notable de las declaraciones de Bombal, para que la información produzca un efecto directo en las personas.

Respecto a *la intención del titular y bajada* se puede determinar que se trata de un tipo de titular *conservador*, pero a la vez *liberal*, ya que las declaraciones vertidas en este reportaje, son bastante osadas, tanto por quien emitió la información, como por parte del periodista, quien a través de este título, pretende generar una posible respuesta de Girardi. En este sentido se sabe que esta información va a traer coletazos posteriores en la agenda noticiosa.

El *estilo periodístico* en que se encuentra escrita esta unidad de análisis, está estructurada de una forma *informativa*, ya que no hay juegos de palabras, ni descripciones de acontecimientos en el título y ni en la bajada. Más bien se trata de un título y bajada bastante tradicional, en donde se da respuesta a las llamadas questions words (5Ws).

Por el contrario, no se puede determinar la presencia de *palabras claves* y *de eufemismos*, ya que al estar escrito informativamente y al responder las preguntas básicas, se da a entender que se dicen las cosas como son y no hay necesidad de disfrazar palabras.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Efectivamente y coincidente con la unidad de análisis, el resto del cuerpo noticioso está escrito desde una perspectiva informativa. Por ende hay una plena

coincidencia entre el formato planteado anteriormente con el del interior de la información.

Además cabe señalar que se trata de una entrevista, más que un reportaje, en donde se amplía la información entregada en portada.

Además el desarrollo de la noticia habla de este personaje, y por qué señala que Girardi es el personaje más oscuro de la política chilena.

## Análisis 23: 24 de octubre de 2004

### Título y bajada:

#### **“Lagos es un hombre excesivamente temperamental”**

- **Carlos Mesa reconoce al presidente chileno su peso intelectual, pero está sorprendido con sus actitudes hormonales.**

### Análisis de la información:

*La intención persuasiva* en el título y bajada de esta unidad de análisis está apoyada estrictamente por el título y la bajada, ya que el primero se encuentra validado por una cita textual del ex presidente de Bolivia Carlos Mesa, en donde da luces del temperamento fuerte que tiene el presidente Lagos, con respecto a ciertos temas, sobre todo lo que tiene que ver con los conflictos territoriales y aduaneros entre Chile y el país altiplánico. En tanto, la bajada está apoyada sobre más declaraciones de Mesa en contra de Lagos. Señala que reconoce el peso intelectual. Sin embargo, reconoce además que el presidente chileno tiene actitudes bastante hormonales.

En este sentido este titular está determinado de esta manera, con el fin de crear una respuesta por parte del mandatario chileno, ya que todos saben que el Presidente Lagos, no tiene problemas en tomar ciertas decisiones y sobre todo aclarar los dichos de otras personas en contra de algo que le parece incorrecto.

Respecto de la presencia de *retórica aristotélica* se puede decir que es utilizada la *elocución*, ya que hay palabras que dan a entender un significado bastante importante. En este sentido la palabra “Lagos” y “excesivamente

*temperamental*". Estas dos frases indican el tono de lo que se va a tratar el reportaje o entrevista en su interior y hacia donde van dirigidos los dardos informativos.

Además se puede apreciar la presencia de la *disposición*, ya que el periodista, astutamente, supo utilizar los dichos más representativos de Mesa, para utilizarlos, procesarlos y titular de esta forma. Por lo mismo estas declaraciones parecen tener un carácter directo y avasallador.

Respecto de la *PNL* y el *PEI* se puede concluir que está presente el *Nivel de contexto*, ya que para muchos los chilenos, el Presidente Lagos ha sido un referente de protocolo y sabiduría a la hora de enfrentar temas con los países vecinos. En este sentido, también se puede concluir que hay un respaldo por parte de las personas hacia Lagos, ya que se ve como malas declaraciones las verdidas por Mesa. Esto tiene un contexto más cultural que político, ya que por muchos años, Chile ha tenido problemas de distinta índole con Bolivia, ya sea por los impuestos aduaneros o con los problemas territoriales marítimos.

El *Nivel de representación* también está presente, ya que la forma en que está planteado, tanto el título como la bajada, se traduce en un acto mental bastante fácil. En este sentido a las personas se les hacen bastante fácil el entender de qué se trata el tema, ya que aluden directamente a una persona que se le conoce bastante bien. En este sentido las personas poseen representaciones de la vida y específicamente de los acontecimientos acontecidos históricamente con Bolivia.

Asimismo, se puede determinar que trabaja sobre el *Nivel de secuencia*, ya que este titular responde a una estrategia que es ocupada por el periodista para

clasificar la información, para luego manejarla y que las personas sean capaces de entender o decodificar el mensaje que se le es entregado. Por lo mismo, se produce una cierta eficacia por parte del lector hacia la información consumida.

Respecto a la *intención de los titulares y bajada* se puede determinar que tiene un sentido *conservador*, ya que se apela a una cita emitida por parte del entrevistado. Sin embargo, a pesar de ser conservador, busca una reacción por parte de quien es aludido en la entrevista.

El *estilo periodístico* en que está escrita esta unidad de análisis, lo hace desde una perspectiva *informativa*, ya que no hay descripción de ambientes, ni de característica del entrevistado. Se presenta como una entrevista informativa, en donde se plantea el tema principal, y es escasamente desarrollada en la bajada.

Se plantea la información necesaria para que el lector tenga ciertos indicios de lo que tratará la información que se le entregará en el contenido interior.

La utilización de *palabras claves* no pudo ser identificada, ya que no hay palabras estratégicas que sitúen a las personas en algún contexto extra.

Con respecto a los *eufemismos* se puede determinar que la frase que trabaja como eufemismo es “actitudes hormonales”. Esta frase está puesta para disfrazar la palabra “arrebataamiento”. En este sentido este eufemismo viene a bajarle el perfil a estas declaraciones.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

A diferencia de la unidad de análisis, el reportaje- entrevista del interior está escrito desde una perspectiva interpretativa, ya que hay presente descripciones de

acontecimientos y ambientes. Además se plantea la introducción como perfil del entrevistado. Se hace alusión a su vida y sus profesiones que lo llevaron a la presidencia (por accidente) de Bolivia.

Se habla de la relación que hay entre Chile y Bolivia. O sea, se habla más que nada de la relación que hay entre el ex presidente Mesa y el culminante Ricardo Lagos.

El titular que en portada mueve la entrevista, se encuentra ubicado bastante atrás en el contenido noticioso. O sea, si las personas quieren leer y analizar cuáles son las declaraciones vertidas en contra de Lagos, tienen que leer la entrevista en extenso. Sin embargo, como se encuentra planteado cambia completamente el significado. En definitiva en la portada se aprecian declaraciones bastantes fuertes. Sin embargo, al leer la entrevista en extenso se puede dar cuenta de que no corresponde a la intención presentada, es más una opinión por parte de una persona que no merece mayor realce.

## Análisis 24: 14 de noviembre de 2004

### Título y bajada:

#### **“Sí, me torturaron”**

- **La ex ministra de Defensa no quiso entregar su testimonio en la comisión sobre prisión política y tortura; nunca antes de había explayado públicamente sobre el tema. “Lo pasé mal, pero muchos lo pasaron peor”, asegura.**

**Lanzada a su carrera en La Moneda, dice tener “Las capacidades para gobernar” y que luciría “con mucho gusto la banda presidencial”.**

### Análisis de la información:

La *intención* que puede tener este titular, específicamente hablando de la persuasión o *conducción de la opinión* está determinada por numerosos aspectos. En primer lugar, el título corresponde a una cita, la que tiene una fuerte carga emocional, tanto para Michelle Bachelet, como para un segmento de los lectores. En este sentido causa una cierta proximidad con quienes tuvieron que pasar por el mismo problema. Además en cierta forma se adhiere al género femenino, ya que muchas lectoras pueden apreciar lo que significó esto para una mujer, la que supo separar los problemas y ser (en ese momento), la Ministra de Defensa de Chile.

Asimismo, se plantea la entereza de esta mujer, ya que señala que lo pasó mal, pero hubo mucha gente lo pasó peor que ella. Además se dan ciertos indicios de lo que vendría después... una posible banda presidencial. Esto genera una reacción (favorable o desfavorable) según sea el bando político. Además de la posibilidad que se abre a que una mujer logre instalarse en el sillón presidencial.

En este sentido, se puede determinar que este análisis versa sobre la *memoria emotiva* de las personas, sobre todo para aquellas personas que tuvieron que pasar lo mismo que declara Michelle Bachelet en este titular. Específicamente, la intención de este titular es llegar a la *memoria emotiva* de los lectores para lograr identificación por parte de éstos.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede señalar que apela al *emocionar*, ya que se plantea a una persona que está en la palestra pública, muy querida, y que además es mujer, la que sufrió los efectos de la dictadura en Chile. En este sentido apela a la emotividad en las personas, sobre todo en el segmento femenino de la población. Segmento al cual las representaciones de vida de ciertas personas, los han hecho bastante cercanos.

Además es necesario señalar que también apela al *convencer*, debido a que la forma en que se encuentra planteado el título de esta sección reportajes, es una afirmación tajante “*Sí, me torturaron*”. En este sentido significa que efectivamente ella tuvo que pasar todos los problemas en la época dictatorial.

Además se encuentra presente la *elocución*, ya que el hecho de estar mencionada la palabra “*tortura*”, remite las personas, a muchas cosas asociadas con este problema, como por ejemplo, las detenciones políticos y los miles de detenidos políticos.

Asimismo se puede determinar que se encuentra presente la *disposición*, ya que la astucia del periodista al llevar a cabo en papel esta entrevista, logró que la información se entregara a cabalidad, el que supo plantear en el título lo más significativo de la entrevista. Lo que a la larga va a lograr captar la atención de las

personas, sobre todo por toda aquella información guardada en los mapas cognitivos, los que se encuentran almacenados en el cerebro.

Respecto de la *Programación Neurolingüística (PNL)* se puede decir que actúa en los siguientes niveles apoyados por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental*:

En primer lugar se pudo determinar que se encuentra presente el *Nivel de contexto*, ya que este tema para la mayoría de los chilenos, no pasa desapercibido, porque marcó un hito especial en la historia del país. Además un *Nivel de contexto* con respecto a la población femenina de Chile, ya que se sienten representadas y a la vez vulnerables ante estos temas.

En segundo lugar se encuentra presente el *Nivel de representación*, ya que la forma en que se encuentra dispuesta esta unidad de análisis, se traduce en un acto mental bastante fácil. En este sentido a las personas no les es difícil saber de quien se está hablando. Además otro punto interesante que quizás en el título no se dan luces de quién se trata. Sin embargo, el material informativo se encuentra apoyado de una fotografía bastante grande, lo que a las personas, las remite inmediatamente de quien se está hablando y cual es la contextualización de la información.

En tercer lugar se puede señalar que se encuentra presente el *Nivel de secuencia*, ya que la estrategia que ocupó el periodista para manejar y recopilar la información entregada por Bachelet, tiene que ver estrictamente con lo que esta información iba a provocar en las personas. Asimismo, manejó de tal forma la información que supo distribuir los elementos informativos, para que esto llegara a cabalidad a las personas. En este sentido además se provocó un *Nivel de eficacia*,

ya que se logra emocionar a los lectores, independiente del bando político, ya que un personero de gobierno, que haga estas declaraciones, significa que tiene agallas y carácter para enfrentar los problemas.

Respecto de la *intención del título y bajada* se puede determinar que tiene un sentido *conservador*. Sin embargo, la forma en que se plantea la información, tiene rasgos más liberales. En este sentido, hay una cierta audacia por parte del reportero y del editor, ya que hay que recordar que deben estar sujetos a una línea editorial bastante estructurada y estipulada por el medio.

Con respecto al *estilo periodístico* en que se encuentra escrito este reportaje, se puede determinar que está estructurado desde el género *informativo*, ya que se plantea la información, pero sin matices, solamente respondiendo a las preguntas básicas, lo que hace más cercano. Además la información es contextualizada para que el público destinatario y consumidor de información, pueda hacerlo de la mejor forma posible.

A pesar de lo anterior no fue posible identificar algunas *palabras claves* que indiquen que las personas las remitan estrictamente a algo. Asimismo, no se logró identificar la presencia de *eufemismos*, ya que al estar escrito informativamente, responde estrictamente a lo que este género acepta, vale decir, que estén bien resueltas las 6Ws.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

En este cuerpo noticioso y comparado con el titular de portada se puede determinar que hay una cierta relación entre ambos, ya que se hace un recorrido

breve por la vida de la entrevistada, además de la época en que fue detenida y torturada en Villa Grimaldi junto a su madre cuando tenía alrededor de 20 años.

Además se le plantea como la cara más fuerte que tenía hasta ese momento la concertación para hacerle frente al otrora candidato de la oposición Joaquín Lavín.

Además, cabe señalar que se trata de un reportaje- entrevista, en donde la principal característica es que está estipulado desde el punto de vista del género interpretativo, ya que hay descripciones de ambientes, descripciones de escenas y se relatan los acontecimientos más importantes en la vida de esta persona.

En otro aspecto, se le plantea la posibilidad de gobernar Chile, a lo que ella dice sentirse muy segura en un posible rol como mandataria. Asimismo da a entender que las relaciones que tiene con toda la Concertación es la mejor y que cuenta con todo el apoyo de los dos partidos.

## **Análisis 25: 12 de diciembre de 2004**

### **Título y bajada:**

#### **Los nuevos dueños de la derecha**

- **Si bien no son amigos incondicionales, ambos saben que se necesitan mutuamente: Lavín para conseguir votos de centro y Allamand para recuperar la confianza de la derecha más dura.**

**El ex alcalde de Santiago está a punto de anunciar una nueva estructura de funcionamiento de la Alianza, semejante a la Concertación.**

**La idea más osada que se ha barajado es que esta nueva identidad sea encabezada por una dupla de historia explosiva: Pablo Longueira y Andrés Allamand.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis es una frase a modo de título impuesta por el periodista para ejemplificar la situación que está afectando (en ese momento) a la oposición política de Chile.

El título actúa como elemento persuasor, ya que se plantea, efectivamente, que la derecha tiene nuevos dueños. En este sentido se plantea como algo económico, que tiene que ver el factor monetario, como si esto fuera algo tangible.

La bajada viene a complementar y contextualizar la idea que es plasmada anteriormente, ya que se dan indicios de la posible alianza que hay entre estos

dos personeros políticos, vale decir, Joaquín Lavín y Pablo Longueira, ya que cada uno representa un segmento de la derecha chilena.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede determinar que apela al *convencer*, ya que se plasma la información como si esto ya fuese un hecho. Además se plantea los nombres que a muchas personas los remite a aspectos negativos o positivos, según sean sus representaciones y experiencias de vida.

Además se encuentra presente la *elocución*, debido a que hay palabras como “*dueños*” y “*derecha*”. En este sentido se utilizaron estas palabras para provocar cierta reacción en las personas que consuman la información contenida en el reportaje, ya que para algunos la palabra “*derecha*” causa cierta repulsión, y para otros una completa adhesión.

Asimismo, se puede determinar que está presente la *disposición*, ya que depende en gran medida la disposición de los elementos informativos que se plantean, ya que según como estén dispuestos van a lograr llegar a la memoria de las personas. De esta forma el periodista creyó que titular así era la mejor manera de representar la información entregada al interior del reportaje.

Respecto de la *Programación Neurolingüística (PNL)* y el *Programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI)* se puede determinar que actúa sobre los siguientes niveles.

El *Nivel de contexto* se encuentra presente, ya que actúa sobre la proximidad que tienen las personas hacia estos dos personeros políticos. Además de la proximidad cultural que hay entre las personas y lo que significa las figuras estas personeros representantes de la derecha.

Asimismo se puede determinar que actúa sobre el *Nivel de representación*, ya que apela a las representaciones que los lectores tienen del mundo que los rodean. Además de las representaciones adquiridas de generación en generación, con respecto a la polarización de la política chilena y todos los debates en torno a esta materia.

Además corresponde al *Nivel de secuencia*, debido a que responde a un nivel de estrategia al dar una información tan tajante como lo es "*Los nuevos dueños de la derecha*". En este sentido hay una afirmación que no necesariamente es cierta o corresponde a la realidad. Sin embargo, se plantea así la información. En este sentido el periodista trató de hacer un juego con el título para que sea más llamativo a la vista de los lectores. Sin embargo, este supuesto juego, queda completamente aclarado y desmenuzado con la estructuración y desarrollo de la bajada.

Si se tomara estrictamente lo que dice el título, podría haber una cierta distancia mental entre el objeto y lo que se quiere representar. Sin embargo, cabe señalar que se encuentra apoyado de una fotografía que contextualiza de quien se está hablando en el reportaje, lo que en cierta medida hace mucho más fácil la comprensión de la información.

Respecto de la *intención del título y la bajada*, se puede determinar que tiene un sentido un poco *liberal*, ya que se aventura a dar una información afirmativa. Además de plantearla como un juego de palabras que si se indaga a fondo no es tan así.

El *estilo periodístico* en que se encuentra escrita esta unidad de análisis lo está desde la perspectiva del *periodismo interpretativo*, ya que hay juegos de palabras, lo que hace que sea mucho más lúdico al entregar la información.

Respecto de la utilización o la presencia de *palabras claves*, se puede determinar que la palabra “*derecha*” es una palabra que remite a las personas a varias cosas y acontecimientos. En este sentido remite a la bipolaridad que hay en el ambiente político chileno, ya que muchos se sentirán representados por el título. Sin embargo, hay quienes no lo sienten así.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación corresponde a lo que se presenta en la portada, ya que no varía el sentido que se plantea la información.

En el interior del reportaje se señala las diferencias entre Longueira y Lavín.

Se hace alusión a la polarización de la derecha y la posibilidad existente de realizar una fórmula parecida a la concertación, para volverse más poderosos.

Luego de esta entrevista se deja ver que Allamand se sincera con el periodista y confiesa que efectivamente no es amigo de Lavín y que se identifica mucho más con Ricardo Lagos.

Habla del beneficio que significa para un segmento de la derecha que Joaquín Lavín sea el abanderado de la oposición, ya que serviría para acarrear a candidatos a parlamentarios hacia el Senado.

## **Análisis 26: 6 de marzo de 2005**

### **Título y bajada:**

#### **Parten las presidenciales 2005**

- **El sondeo muestra que tanto Michelle Bachelet como Soledad Alvear podrían ganarle a Joaquín Lavín. Ese es el argumento que cada una esgrime para no declinar su candidatura. Enfrentadas en una primaria, Bachelet prácticamente dobla a su contendora DC.**

**El apoyo al abanderado de la Alianza se estancó cerca de los 35 puntos, lo que demuestra que Lavín perdió su plus: una votación propia superior a la que históricamente la derecha ha obtenido en las urnas, como las de 1999. En su comando piensan que recién después de las primarias de la concertación se verá un repunte.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis no se aprecia demasiado, ya que se trata de un título y bajada más bien informativos. En donde, se dan los antecedentes necesarios acerca de una situación que está comenzando. Asimismo, la bajada viene a contextualizar y dar luces de lo que va a tratar el resto de la información. En el fondo se hace alusión del ambiente electoral político, al comienzo de las presidenciales. Además del apoyo de los partidos políticos ante los supuestos candidatos al sillón presidencial.

También en la bajada se habla de las posibilidades, que hasta ese entonces, tenía tanto Michelle Bachelet, como Soledad Alvear para ganarle a

Joaquín Lavín. Además se hace alusión a la baja que ha tenido este último, como figura para optar al sillón presidencial.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede determinar que no se encuentra presente, ya que no se apela a ninguno de los niveles de que presenta la *retórica aristotélica*. En este sentido, no hay presencia del *convencer, el emocionar, la disposición y la elocución*.

Con respecto a la *Programación Neurolingüística (PNL) basada en el PEI*, se puede determinar que se encuentra presente el *Nivel de contexto*, ya que es de interés público lo que tiene que ver con las elecciones parlamentarias y presidenciales. Asimismo, esto genera un cierto interés por quienes van a ser las personas que van a guiar el destino de Chile.

Además se encuentra presente el *Nivel de representación*, ya que la modalidad en que está traducida la información es de fácil decodificación por parte del lector destinatario. En este sentido la información, remite fácilmente a que se trata de las elecciones parlamentarias que están por venir (miradas en ese tiempo y en ese espacio).

Se puede determinar además que no está presente el *Nivel de secuencia*, ya que no hay una estrategia empleada por el periodista para manifestar de cierta manera la información entregada, ya que no se maneja la información, no se transforma.

Respecto de la *intención de este título y bajada* se puede decir que está escrito desde un punto de vista *conservador*, ya que no es posible identificar juegos de palabras, ni juicios de valor, ya que se plasma la información precisa de lo que se quiere abordar.

En este sentido se puede determinar que el *estilo periodístico* en que se encuentra escrito este reportaje se adapta al formato *informativo*, ya que no hay adjetivaciones y está escrito desde un estilo directo para que la información sea entregada al lector.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación entre la unidad de análisis y el resto de la información es completamente coincidente, ya que no se plasma otro tipo de información diferente a la que es entregada en portada.

Se hace alusión principalmente a la encuesta ordenada por El Mercurio para determinar la previa al período presidencial, en donde se da como ganadora a Michelle Bachelet por sobre Soledad Alvear y al ex alcalde Joaquín Lavín.

Además se hace bastante alusión a la pérdida de la imagen política de Lavín, en comparación con el período electoral de 1999. Incluso hay un gran subtítulo que señala “En busca del Lavín perdido”. Lo que hace remitir a las personas a una película que se llama “En busca del eslabón perdido”. En este sentido hay un juego de palabras que se apoya de información que se encuentra almacenada en los mapas cognitivos de las personas, para entregar la información.

Asimismo, se dan luces de que se busca al Joaquín Lavín de la campaña de 1999, ya que como se señala, era más punzante y denunciante frente a hechos que acontecían en ese entonces.

## Análisis 27: 13 de marzo de 2005

### Título y bajada:

#### **Trece meses al acecho de Paul Schaefer**

- **Detalles del trabajo paralelo del equipo periodístico de “Contacto” de Canal 13, y de Interpol argentina. La frenética búsqueda que terminó con la detención el jueves 10 de marzo.**

### Análisis de la información:

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis tiene que ver estrictamente con el título, ya que se presenta como una cacería a una persona que estaba siendo buscada hace mucho tiempo. Respecto a esto se habla de la cantidad de tiempo, ya que refiere a trece meses de búsqueda infructuosa de Paul Schaefer, tras las acusaciones dirigidas por los abusos realizados en la ex Colonia Dignidad.

En este sentido se hace alusión principalmente al trabajo periodístico realizado por el programa de investigación de canal 13, Contacto. El cual en complicidad con la Interpol logró dar con el paradero (Argentina) del líder colono alemán.

Respecto de la presencia de la *retórica aristotélica* se puede determinar que se encuentra apoyada por la *elocución*, debido a que se utilizan determinadas palabras que indican ciertas características de la información entregada, como por ejemplo: la palabra acecho y el nombre de Paul Schaefer. Esto remite a las personas a un personaje oscuro, con un gran poder de convencimiento. Además

causa cierta distancia, con respecto a que Colonia Dignidad ha sido asociada a centros de detención y tortura en el régimen dictatorial.

Además se encuentra presente la *disposición* de los elementos, debido a que el periodista supo organizar las ideas para luego plantearlas a los lectores. Por otro lado, en el título no queda claro que se trata de un reportaje basado en lo que había hecho el programa de televisión. Esto queda demostrado en el desarrollo de la poco extensa bajada, ya que se plantea el propósito de éste y cómo fue que se logró conseguir la captura.

La misma captura logra un cierto nivel de *emoción*, ya que para muchas personas, este sujeto era una persona malvada y que burló por mucho tiempo a la policía y la justicia chilena.

Con respecto a la *PNL* y apoyada por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se puede determinar que esta unidad de análisis versa sobre el *Nivel de contexto*, ya que este tema, especialmente aquello referido a Paul Schaefer, está en los mapas cognitivos de las personas, ya que los remite o es connotación de algo negativo, perjudicial para muchas personas.

Asimismo se encuentra presente el *Nivel de representación*, y que el lenguaje que se utiliza para dar la información es de fácil decodificación. En este sentido se traduce en un acto mental bastante fácil. Esto está apoyado por las representaciones de mundo que tienen las personas con respecto a este tema. Además se dan todos los antecedentes. O sea, dé a conocer de qué se trata y de quién se está hablando.

También se encuentra presente el *Nivel de secuencia*, ya que el título responde a un juego informativo, en donde el periodista clasifica y maneja la

información para que las personas tengan la posibilidad de traducir la información entregada, y así que la misma sea traducida fácilmente.

Respecto a la *intención del título y la bajada* se puede determinar que se trata de un título un tanto conservador. Sin embargo, también se trata de un título optimista, ya que se presenta la información como que por fin se logró capturar a este ciudadano alemán.

Respecto del *estilo* en que se encuentra escrita esta unidad de análisis se pudo determinar que se encuentra basado en el *estilo periodístico informativo*, ya que si bien hay un cierto juego de palabras, la información entregada es pura y responde a los requerimientos de este género.

Respecto de la utilización de *palabras claves* se puede determinar que se trata del nombre de esta persona (Paul Schaefer), ya que como se dijo anteriormente, la sola manifestación y pronunciación de ésta, remite a las personas a muchos aspectos (negativos o positivos).

Por el contrario, no se logró identificar la presencia de *eufemismos* en la unidad de análisis, y que la información entregada no requiere de adornos para ser entregada a los lectores.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación del texto con la unidad de análisis se puede determinar que se trata de un reportaje interpretativo (a diferencia del título y la bajada), ya que hay descripciones de hechos, de acontecimientos y de ambientes, apoyados estrictamente por el reportaje mostrado en cámara.

Además se hace alusión del trabajo periodístico realizado por el equipo de Contacto con la ayuda de la Interpol en Argentina, específicamente en Chivilcoy. Además se dan antecedentes relevantes de los entretelones de la captura de Schaefer y de qué forma se gestó el operativo.

## **Análisis 28: 20 de marzo de 2005**

### **Título y bajada:**

#### **El presidente pide la palabra**

- **Las declaraciones del Primer Mandatario dando su preferencia a Michelle Bachelet por sobre Soledad Alvear, incendiaron la vida política nacional.**

**En menos de un mes, Lagos ha tenido tres episodios en los que debió arrepentirse de sus palabras: los civiles del régimen, la píldora del día después y ahora el capítulo Alvear. Las consecuencias de este último aún están por verse.**

**Quizás demasiado consciente de que su popularidad supera el 70%, el Presidente se ha vuelto poco cuidadoso y extrovertido.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* presente en esta unidad de análisis se puede determinar porque en el título se hace alusión a que el Presidente Lagos pide la palabra para algo, para dar un anuncio importante. En este sentido se hace mención a algo que el presidente quiere dar a conocer. Sin embargo, no es abarcado abiertamente, ya que en la bajada se da a conocer los aspectos importantes a los que se quiere referir. En este sentido se hace alusión a los dichos del presidente con respecto a su preferencia política en cuanto a la futura presidencia de Chile. Lagos dio a conocer su favoritismo hacia Michelle Bachelet,

por sobre Soledad Alvear, lo que de una u otra forma, ha traído consecuencias en el ambiente político chileno.

Respecto de la *retórica aristotélica* se pudo determinar que se encuentra presente la *elocución*, ya que el sólo hecho de poner que el presidente pide la palabra, remite las personas a algo realmente importante, ya que es sabido el gran poder de decisión y determinación que tiene el Presidente Lagos. En este sentido, el solo hecho de nombrar la palabra "*presidente*" a las personas les remite cierto interés sobre las cosas que pueda señalar el mandatario, ya que todas las empresas comunicacionales saben que la pauta periodística está marcada estrictamente por la política. En este sentido, cobra una vital importancia, la Agenda Setting.

Asimismo, está presente la *disposición* de los elementos, ya que el periodista tuvo la capacidad de titular de esta forma, para que se llame la atención del público destinatario. En este sentido se juega con las representaciones de las personas, las que se encuentran almacenadas en los mapas cognitivos.

Respecto de la *Programación Neurolingüística* apoyada por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se pudo determinar que se encuentra presente el *Nivel de contexto*, debido a que todo lo que tenga que ver con el presidente de Chile, a las personas les interesa de gran manera, ya que se apela a la proximidad que hay al compartir una nación, una cultura y una experiencia de vida.

Además se encuentra presente el *Nivel de representación*, ya que la modalidad en que se encuentra escrita esta unidad de análisis es de fácil comprensión o decodificación por parte del público destinatario. En este sentido al

señalar la palabra presidente, a las personas se les remite inmediatamente hacia el objeto que se desea enunciar.

Asimismo se puede determinar que actúa el *Nivel de secuencia*, ya que este título y bajada responde a una estrategia utilizada por el periodista para hacer llegar la información a las personas, ya que es de fácil comprensión y decodificación. En este sentido el periodista logra la intención que se propuso, captar la atención del lector.

Con respecto a la *intención del título y bajada* se puede determinar que tiene un carácter *conservador*, ya que responde al formato. Sin embargo, hay una cierta libertad, ya que en el título se logra captar la atención de las personas, y es en la bajada en donde se dan a conocer los antecedentes necesarios para complementar la información. En este sentido hay un juego de palabras en el título, que tiene un solo significado.

Respecto del *estilo periodístico* se puede decir que responde al formato *interpretativo*, ya que hay una cierta astucia en el título. Sin embargo, no hay descripciones, pero sí se hace que la lectura sea más lúdica.

Respecto a la *presencia de palabras claves*, se puede determinar que en la bajada hay palabras escritas por el periodista que dan entender una cierta opinión por parte de éste. Se señala las características del Presidente Lagos, tras la evaluación de su imagen política, la cual lo favoreció con un 70% de adhesión. Respecto de esto, el periodista señala que el presidente se ha vuelto "*poco cuidadoso y extrovertido*". En este sentido se puede interpretar como una adjetivación y subjetivación por parte del periodista y de la línea editorial.

Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Por las características e trata más bien, de un reportaje informativo, ya que no se dan luces de descripción de ambientes, ni de hechos.

Se hace mención acerca del supuesto nuevo perfil de “extrovertido, poco cuidadoso y coqueto”.

Además se hace alusión a las polémicas que ha tenido que enfrentar por sus dichos: el ataque a los civiles del régimen militar, las declaraciones vertidas con respecto a la píldora del día después, y lo sucedido con Michelle Bachelet y Soledad Alvear, hechos sobre los cuales ha tenido que echar pie atrás en sus dichos.

## **Análisis 29: 28 de agosto de 2005**

### **Título y bajada:**

**“No hemos hecho acusación ni insinuación contra la UDI ni contra Lavín”**

- **“Yo estoy seguro, porque lo conozco hace veinte años, de que Joaquín Lavín no tiene nada que ver”, dice el abanderado de RN.**

**No puede asegurar que tras el informe de inteligencia acerca de sus compras en Chiloé haya una conspiración en su contra, pero agrega que “ante la cadena de acontecimientos, cuesta pensar que sean sólo hechos fortuitos”.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis versa principalmente porque el título está estructurado desde una cita, lo que significa que es un fragmento de una entrevista. Además en esta entrevista se presenta Sebastián Piñera, dando a conocer unas aclaraciones con respecto a Lavín y la UDI.

En este sentido es de vital importancia, ya que es una declaración realizada por el ex candidato presidencial en contra de otra persona que también optaba por poseer el sillón de La Moneda. Se hace en cierta forma una aclaración con respecto a la compra hecha por Piñera de una parte de la Isla de Chiloé. Tema que causó gran revuelo en el sector político chileno.

Respecto de la presencia de *retórica aristotélica* se pudo de terminar que este título y bajada apelan al *convencer*, ya que al ser una cita de Piñera se le da cierta validez a la información proporcionada por este millonario político. En la

bajada se dan los datos necesarios para señalar que no culpa a Lavín ni a la UDI. Sin embargo, cree que hay una cierta manipulación de trasfondo en filtrar acerca de las compras en la isla grande.

Además se encuentra presente la *disposición*, ya que de toda la información recabada, se utilizó la que significaba más y que las personas podían entender mejor. En este sentido hay una estrategia por parte del periodista y de la línea editorial para tratar este tema, que de una u otra forma convulsionó y remeció la política chilena.

Respecto de la *Programación Neurolingüística*, la cual se encuentra apoyada por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se pudo determinar que versa sobre el *Nivel de contexto*, ya que para la mayoría de las personas, esta información causó gran interés, ya que se filtró una información que se había mantenido en reserva. Además es interesante esta información, pues muestra como dos personas pertenecientes a la Alianza por Chile, pueden llegar a tener diferencias, por acusaciones directas. Cabe destacar que todo aquello que pertenezca al ambiente político, está sujeto a que permanezca en los medios escritos y en las parrillas programática de los principales canales televisivos.

Además se encuentra presente el *Nivel de representación*, ya que la modalidad en que se encuentra escrita esta unidad de análisis es de fácil comprensión para las personas. Esto queda mucho más claro con la bajada, ya que el título, no genera una reacción directa en las personas, ya que si no es por la fotografía de apoyo no se darían cuenta de que se está hablando de Piñera. La bajada viene a clarificar todo, ya que se habla de las compras de Chiloé, lo que a las personas, las remite inmediatamente al personaje en cuestión.

Además corresponde al *Nivel de secuencia*, ya que el titular con una cita provoca cierta validez de la información de quien las emite. En este sentido (como se dijo anteriormente) corresponde a una estrategia del periodista, quien quiso anunciar la información de la mejor forma posible.

Cabe destacar que si se quiere llamar la atención del público consumidor de información y de remitir al personaje, apelar a las características que posee un personaje, además de ligarlo a otra persona, es una herramienta bastante eficaz. En este sentido se puede determinar que hay un cierto *Nivel de eficacia*, ya que lo que se pretendía se logró.

Quizás para una persona no muy interiorizada en el tema, y que no sea de su completo interés, el sólo hecho de leer el título, no le dice nada. Solamente al leer en extenso la bajada, se da cuenta (a través de la deducción) que se trata de los dichos de Sebastián Piñera.

Respecto de la *intención del título y bajada* se puede determinar que tiene un sentido *conservador*, ya que se apoya de una cita para dar a conocer la información que más tarde va a llegar a las manos de las personas.

El *estilo periodístico* en la cual se encuentra escrita tanto el título como la bajada, responde al formato del *estilo informativo*, ya que se entrega un fragmento de la información que no es apoyada por nada. Ahora, la bajada viene a contextualizar y resumir lo que se va a plantear más adelante.

Por el contrario, no se logró identificar la utilización de *palabras claves*, que remitan a las personas a algún hecho en especial, ni la presencia de *eufemismos* que adornen las palabras, o bien las disfracen.

### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

Al leer en extensión el cuerpo noticiosos, se puede determinar que a diferencia del título y bajada de portada, al interior se presenta la información escrita desde la perspectiva interpretativa, ya que hay presente descripciones de ambientes, de hechos, incluso, descripciones físicas de Sebastián Piñera.

Hace alusión además acerca de las compras que hizo en Chiloé. Además deja en claro que la compra de este territorio no tiene nada que ver con temas sucios, sino que corresponden a un proyecto ecológico en la Isla Grande.

Además en la misma entrevista- reportaje, hace alusión, o más bien, recriminaciones en contra del diario El Mercurio, por haberse prestado para publicar este tipo de información.

Además al final del reportaje, se hace alusión a lo que se encuentra plasmado en la portada. Señala y reafirma que Lavín no tuvo nada que ver en éste, ni menos el partido. Pero sí señala que hubo algo raro tras esta información investigada. Además habla de las disculpas ofrecidas por el Presidente Ricardo Lagos y de varios ministros, ya que el verdadero objetivo de la investigación era ver los posibles problemas con el pueblo huilliche en esa zona.

## **Análisis 30: 1 de septiembre de 2005**

### **Título y bajada:**

#### **“No sé qué tiene que celebrar Chile el 11 de septiembre”**

- **El Comandante en Jefe dice que la clase política tiene una deuda con los militares, ya que todos los partidos han tenido la oportunidad de reconvertirse, mientras que el Ejército no.**

**Alega que su institución es la que más ha trabajado para asumir las responsabilidades en lo sucedido desde 1973.**

**Consciente de que el tamaño del ejército correspondía a una realidad diferente, ha unido doce regimientos y cinco unidades especiales.**

### **Análisis de la información:**

La *intención persuasiva* en esta unidad de análisis corresponde a que el título en primer lugar, corresponde a una cita textual, la que se encuentra legitimada por estar emitida desde una alta autoridad política y militar de Chile.

En segundo lugar, se puede señalar que este titular causa un gran impacto para un determinado segmento de la sociedad, ya que a través de estas declaraciones, se las remite a aquella época vivida por Chile en 1973. En este sentido para algunos significó un período negativo y para otros una época de apogeo.

En tercer lugar está el dato que Juan Emilio Cheyre ha sido considerado uno de los comandantes en jefe del Ejército (por las personas y las autoridades), con una mayor apertura hacia la centro izquierda. En este sentido, este personero

político es más relacionado con la izquierda que con la derecha de Chile, lo que en esta rama ha sido bastante distinto a lo largo de los años.

La forma en que se encuentra citado el título, tiene un sentido más bien de convicción, ya que plasma una visión propia de este personero político. Lo que en la bajada viene a clarificar en gran medida lo que desea mostrar el título, ya que contextualiza y complementa la información.

Respecto de la *retórica aristotélica* se puede determinar que está presente la *elocución*, ya que el hecho de nombrar el 11 de septiembre de 1973, remite a las personas a un sinnúmero de acontecimientos, los que de una u otra forma se encuentran ligados intrínsecamente a los *mapas cognitivos*, además de que actúa sobre la memoria emotiva, ya que para muchos es un tema altamente delicado y que sus consecuencias tiene muchas aristas.

También se encuentra presente la *disposición* de los elementos, debido a que el periodista supo disponer toda la información y transformarla en una unidad informativa. Además hay una estrategia del emisor, pues utilizó lo que a él le parecía representativo de la información.

Con respecto a la *PNL* apoyada por el *Programa de Enriquecimiento Instrumental* se puede determinar que se encuentran presentes los siguientes niveles:

*Nivel de Contexto*: el nivel de contexto está representado por la cercanía y proximidad que tienen todos los chilenos con el tema del golpe de militar, ya que como se dijo anteriormente, marcó y seguirá marcando un antes y un después en la historia política de Chile. Asimismo, se puede señalar que aún hay presente una polarización de los bandos políticos.

*El Nivel de representación* se traduce que al ser una cita tiene mayor legitimidad, además la información viene de una persona bastante conocida para el mundo político y para la sociedad. Además la forma en que encuentra escrita esta cita es de fácil comprensión por parte de las personas, ya que al leer la información, el acto mental se transforma en algo bastante fácil, ya que se dan todos los elementos para que las personas se remitan al objeto.

Con respecto al *Nivel de secuencia*, se puede determinar que este título y bajada corresponde a un nivel de estrategia ocupada por el periodista y por la línea editorial de este medio, ya que se tituló de esta forma con el fin de causar una reacción en el público destinatario, ya que este tema es bastante conocido, y cada vez que aparezca en información, va a captar todo el interés de las personas.

Si esta unidad de análisis es tomada bajo todos los niveles antes mencionados, se podría determinar que lo único que se logra es un Nivel de eficacia, ya que los objetivos planteados, se logran a través de los mapas cognitivos y la memoria emotiva.

Respecto de la *intención, el sentido del título y la bajada* se puede determinar que tiene un sentido *conservador*, ya que no se emiten juicios de valores, ni descripciones de ambientes, sino más bien corresponde a la estructura clásica de entrevista- reportaje, en donde no hay una aventura por parte del periodista en hacer la información un poco más lúdica.

El *estilo periodístico* en que está escrita esta unidad de análisis corresponde estrictamente al *periodismo informativo* más puro, ya que se

comienza con una cita, mientras que la bajada viene a rellenar y contextualizar la información entregada en el título.

Asimismo no fue posible identificar la utilización de *palabras claves* y de *eufemismos*, ya que la información que es presentada a las personas, responde a las 5Ws y no hay un cierto disfraz de la información.

#### Relación de la información de los titulares y bajadas con el texto:

La relación entre la unidad de análisis y el resto de la información es estrictamente la que se señala en la portada.

Se trata de un reportaje interpretativo, ya que hay descripciones de ambientes y de hechos.

Habla de la situación del ejército, ya que como señala que todos los partidos políticos de Chile han tenido la capacidad de cambiar y reformular sus ideologías. Sin embargo, el ejército no ha tenido esa posibilidad.

Se señala que este personero político cree que se debe olvidar lo acontecido y que no debería estar dividido el país.



Portada 5: 30 de septiembre de 2001



Portada 6: 28 de octubre de 2001



Portada 7: 11 de noviembre de 2001



Portada 8: 25 de noviembre de 2001



Portada 9: 9 de diciembre de 2001



Portada 10: 14 de abril de 2002



Portada 11: 25 de agosto de 2002



Portada 12: 15 de septiembre de 2002



Portada 13: 27 de octubre de 2002



Portada 14: 10 de noviembre de 2002



Portada 15: 1 de diciembre de 2002



Portada 16: 14 de septiembre de 2003



Portada 17: 5 de octubre de 2003



Portada 18: 26 de octubre de 2003



Portada 19: 2 de noviembre de 2003



Portada 20: 22 de agosto de 2004

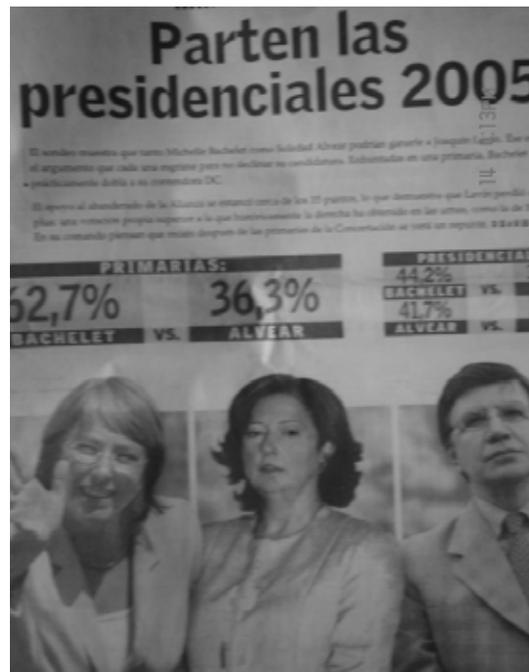




Portada 25: 12 de diciembre de 2004



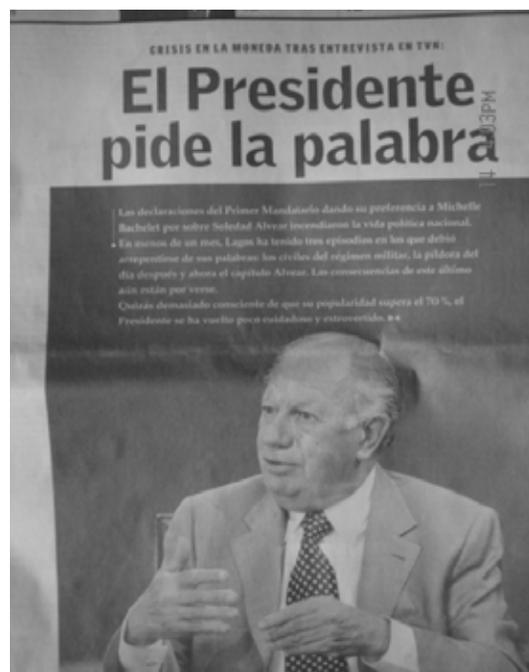
Portada 26: 6 de marzo de 2005



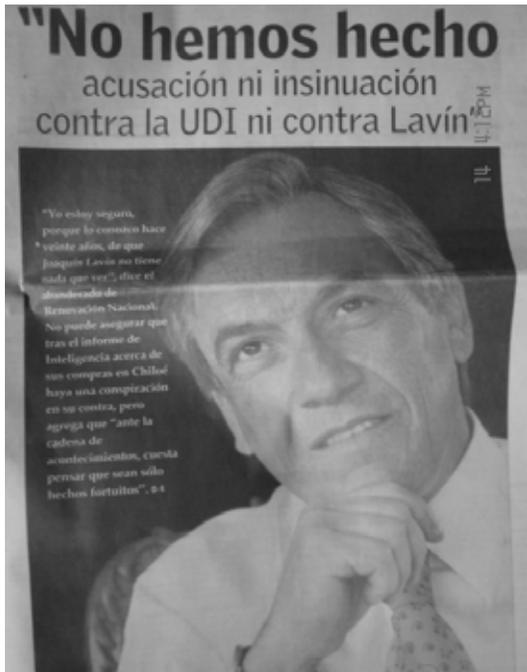
Portada 27: 13 de marzo de 2005



Portada 28: 20 de marzo de 2005



Portada 29: 28 de agosto de 2005



Portada 30: 1 de septiembre de 2005



### **13. Bibliografía**

La bibliografía que se utilizó durante el proceso investigativo es la siguiente:

- ❖ Blomeier, Donoso, Fernández, Hormazábal, Lorenas y Sandoval. 1999. *Sociedad y comunicación en medio de los medios*. Santiago.
- ❖ Bryant, Jennings, Zillman Dolf.1996. *Los efectos de los Medios de Comunicación (Teorías e Investigaciones)*. Paidós comunicaciones
- ❖ Cudicio, Catherine. 1992. *PNL y Comunicación, La Programación Neurolingüística, la Cultura de la organización y su dimensión creativa*. Barcelona: Granica.
- ❖ De Castro, Aguirre, Constancio. 1999. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias sociales de la Universidad de Barcelona (ISSN-9788, número 33. 1999). [www.ub.es/geocrit/nova-ig](http://www.ub.es/geocrit/nova-ig)
- ❖ Díaz, Fabiola. 2003, *Cobertura del diario El Mercurio de Santiago sobre el conflicto israelí-palestino a partir de 22 hitos significativos y correlativos entre el 4 de noviembre de 1995 y el 28 de septiembre de 2000*. Tesis para optar al título de periodista de la Universidad Austral de Chile.
- ❖ Dilts, Robert, Epstein, Todd.1997. *Aprendizaje dinámico con PNL*. Barcelona: Urano.
- ❖ Ferreira, Leonardo. 2005. Docente Escuela de Comunicación de la Universidad de Miami, EE.UU. Los medios masivos en la democracia, influyentes, pero insuficientes. Revista Inter. Forum [www.revistainterforum.com/expand/articulos/lferreira\\_43](http://www.revistainterforum.com/expand/articulos/lferreira_43)
- ❖ Gómez, Joseph. 1982. *Los Titulares en la Prensa*, Textos de periodismo. Barcelona: Mitre.
- ❖ López, Alejandro, Parada, Andrea, Simonetti, Franco.1995. *Introducción a la Psicología de la Comunicación*, Textos y Ejercicios. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- ❖ Manjon, Màs Jordi. 2002. *Studyng Emotion in the Laboratory*. [www.intucom-es/jorgemas/emotion](http://www.intucom-es/jorgemas/emotion)
- ❖ Morales, J.F, Huici, C.2000. *Recensión de psicología social*.

- ❖ Leñero, Vicente, Marín, Carlos. 1986. *Manual de periodismo*. Editorial Grijalbo.
- ❖ Ramonet, Ignacio, 1998. *Ensayo Acerca del Quinto Poder de los Medios de Comunicación*. [www.flacso.org.ec](http://www.flacso.org.ec)
- ❖ Reardon, Kathleen.1991. *La Persuasión en la Comunicación*, Teoría y Contexto. Barcelona: Paidós Comunicaciones.
- ❖ Reyes Matta, Fernando, Ruiz, Carlos, Sunkel, Guillermo, 1986, *Investigaciones sobre la prensa en Chile*, Santiago.
- ❖ Rodrigo, Alsina, Miquel. 1989. *La construcción de la noticia*. Paidós comunicación. España.
- ❖ Sambrano, 1997. [www.gepsicom.com/texto.pnl](http://www.gepsicom.com/texto.pnl)
- ❖ Santibáñez, Abraham. 1995. *Periodismo Interpretativo*. Editorial Andrés Bello.
- ❖ Silva, Castro, Raúl, 1958. *Prensa y periodismo en Chile*. Ediciones Universidad de Chile.
- ❖ Sunkel, Guillermo y Geoffroy, Esteban. 2001. *Concentración económica de los medios de comunicación*. Santiago.
- ❖ Torres, Luis.1975. *La información y el mensaje periodístico*. Colección apuntes de clases.
- ❖ Vásquez, Ángel, Manuel. 2002. *La semiótica de la cultura y la construcción del imaginario social*. [www.cica.es/aliens/gittcus/medelju.htm](http://www.cica.es/aliens/gittcus/medelju.htm)
- ❖ Walder Paul. 2005. *El temor de las elites*. Revista punto final. [www.puntofinal.cl/585/temorelites.htm](http://www.puntofinal.cl/585/temorelites.htm)
- ❖ Valdebenito, López, Lorena, 2002, *Análisis del contenido sobre temas de política contingente en editoriales y artículos de opinión de los diarios El Mercurio de Santiago y La Tercera, durante el período preelectoral desde el 30 de mayo de 1999 al 10 de enero de 2000*. Tesis para optar al título de periodista de la Universidad Austral de Chile.
- ❖ Vivaldi, Martín. 1987, *Géneros periodísticos*, cuarta edición, Madrid.