



Universidad del Desarrollo

Guerra en Afganistán: Radiografía comunicacional de The New York Time y El Mercurio

Irribarra, F. V y Reguera, J

Resumen: La presente investigación tiene por objeto analizar la representación del conflicto de Afganistán en dos medios de comunicación, The New York Times y El Mercurio, luego del abandono de las tropas estadounidenses y el ascenso de los talibanes al poder entre julio y agosto del año 2021. El objetivo es categorizar los géneros periodísticos e imágenes utilizadas, las fuentes de información empleadas para construir el cuerpo de la noticia, así como los encuadres construidos y, con ello, develar las diferencias en la cobertura periodística en torno a las noticias relacionadas con el conflicto bélico. Utilizando un libro de códigos con una grilla dividido en cinco partes para responder a los objetivos planteados. Obteniendo una mayoría de noticias informativas, en donde las notas contenían en su mayoría fotografías testimoniales, utilizando primordialmente fuentes principales como los talibanes y los ciudadanos afganos y, por último, los encuadres más empleados fueron la atribución a la responsabilidad, conflicto e interés humano.

Palabras clave: Afganistán, conflicto, encuadre, género periodístico, imágenes, fuentes de informaciones, talibanes.

Abstract: The purpose of this research is to analyze the representation in the Afghanistan conflict in two media outlets, The New York Times and El Mercurio, after the abandonment of US troops and the rise of the Taliban to power between July and August in 2021. The objective is to categorize the journalistic genres and images used, the sources of information used to build the body of the news, as well as the frames built in the media, all this to reveal the differences in journalistic coverage around the news related to the conflict. Using a code book with a grid divided into five parts to respond to the stated objectives. Obtaining a majority of informative news, where the notes contained mostly

testimonial photographs, using primarily main sources such as the Taliban and Afghan citizens and, finally, the most used framings were the attribution of responsibility, conflict and human interest.

Keywords: Afghanistan, conflict, frames, journalistic genres, images, sources of information, taliban.

Profesoras guías: Nairbis Sibrian y Paulina Maureira.

I. Introducción

La toma de poder por parte de los talibanes en Afganistán ha provocado una ola de noticias a nivel mundial, haciendo que diarios internacionales dieran cobertura al conflicto bélico, debido a la retirada de las tropas estadounidenses en el territorio afgano tras una de las guerras más largas en la historia, la cual perduró 20 años. Ello a raíz de que Estados Unidos tomó el control de la nación afgana, producto del atentado a las Torres Gemelas y el Pentágono producido por el grupo terrorista Al Qaeda.

Los medios de comunicación cubrieron el conflicto bélico desde la partida de las tropas norteamericanas hasta la toma del poder de los talibanes de la casa de Gobierno, de aquí se enlazan diferentes temas tales como: el abandono del presidente afgano, Ashraf Ghani, las aglomeraciones de personas en el aeropuerto de Kabul por miedo a las represalias contra varios ciudadanos que trabajaron en embajadas de países de occidente, la supresión de los derechos de las mujeres por la religión extrema impuesta por el grupo talibán, las muertes de opositores y la ayuda humanitaria por parte de la OTAN y la ONU.

Los medios de comunicación que se analizarán en esta investigación serán The New York Times y El Mercurio, ya que se observarán los diferentes puntos de vista de estos medios en el conflicto de Afganistán en el año 2021. Esto con el fin de conocer la manera en cómo analizaron la cobertura mediática del tema, qué diferencias hubo entre un medio del *global south* y un medio del *global north*, participante e iniciador del mismo conflicto del primer mundo.

Estos fueron seleccionados debido a que el objetivo es mostrar un punto de vista diferente de cada uno de ellos en este conflicto, tanto como fenómeno histórico e ideológico, como proyección mediática.

The New York Times, es el medio de comunicación más leído en los Estados Unidos y cuenta con más de 8,4 millones de suscriptores alrededor del mundo, cifras que dio a conocer el mismo medio tras el alza de suscriptores digitales en donde la suma llega a los 7,6 millones (Tracy. M, 2021), por lo que el 89% de los suscriptores con los que cuenta actualmente son sólo digitales, mientras que el número de lectores que reciben la edición impresa disminuyó en un 2,7% con respecto al año 2020. Este fue elegido para conocer la postura de un medio estadounidense en este conflicto, su línea editorial se basa en la calidad de investigación periodística y la libertad de expresión.

El Mercurio es el medio tradicional más leído por los chilenos según los autores Gronemeyer y Porath, el cual presenta 370 mil lectores nacionales y tiene como línea editorial: separarse de las luchas partidistas, entregarse por completo a las grandes causas del país, y moderar los sentimientos extremistas que en el futuro pudiesen dividir a los chilenos, informado y oficializado en la página web del medio. Por lo que responden al interés de reconocer y tratar diferentes visiones o líneas editoriales.

En Chile, la tendencia ha sido asociar la arraigada percepción de homogeneidad de los contenidos periodísticos con la ideología de sus dueños, que coincide con la de quienes ostentan el poder económico. El fenómeno se haría claramente visible en la prensa escrita. Sunkel y Geoffroy (2001) califican a la prensa de monopólica porque —afirman— refleja la uniformidad del empresariado chileno, que adhiere al modelo económico neoliberal y al conservadurismo valórico. Y *El Mercurio* y *La Tercera*, los dos diarios de referencia o registro de alcance nacional de las dos mayores empresas periodísticas en Chile, El Mercurio SAP y Copesa SA, han sido caracterizados en reiteradas ocasiones como difusores del pensamiento político económico de la derecha chilena (Gronemeyer y Porath, 2017, p. 181).

Según el último informe de Reuters Digital News Report (2021) señala que The New York Times se encuentra en el tercer puesto de posicionamiento como medio online y posee un 44% de confianza de los estadounidenses, mientras que Emol se encuentra en el primer lugar de posicionamiento en su país y posee un 41% de confianza, estos datos evidencian las similitudes que ayudarán tomar un mejor parámetro de los datos a investigar y la calidad de los criterios noticiosos.

Por lo tanto, esta investigación tendrá como objetivo responder la pregunta: **¿cómo se representa el conflicto de Afganistán en los medios de comunicación del The New York Times y El Mercurio durante julio y agosto del 2021?**

Estos meses fueron escogidos debido a su relevancia noticiosa ya que en esta fecha Estados Unidos realizaba su retirada de tropas militares en el suelo afgano y los talibanes se apropiaban de ciudades hasta llegar a la capital.

II. Marco Contextual

En la actualidad el caso de Afganistán se ha investigado profundamente en el atentado del 11 de septiembre de 2001, que dio como efecto la caída de las Torres Gemelas en el World Trade Center, el fenómeno investigado fue la invasión estadounidense luego del 11-S, esto generó la primera fase en la Guerra de Afganistán. Por lo que generalmente existen papers que investigan la guerra con Afganistán en sus inicios, cubriendo los temas mediáticos del conflicto, en donde los medios de comunicación fueron los pioneros en la globalización e instantaneidad de la información bélica.

La guerra de Vietnam es la de mayor continuidad de este período. El material bélico que ha sido manejado cuenta con la aceptación de ambos imputados. De cierta manera estos seguirán luchando entre sí, utilizarán todos los recursos humanos y materiales utilizables, aun viéndose en un futuro no muy lejano una tregua perpetua entre los Estados comprometidos.

No resulta extraño que el gobierno de George Bush tuviera siempre presente lo ocurrido en Vietnam. De hecho, en la tercera semana después de haber comenzado los bombardeos, la prensa empezó a cuestionar los progresos y las expectativas sobre la operación. La revista *Newsweek* habló por primera vez de *quagmire* (atolladero), palabra fatídica que se empleó durante la guerra de Vietnam para calificar una situación sin salida. Y una semana después, *The New York Times* publicaría un análisis de la situación en el que podía leerse: “¿Podría Afganistán convertirse en un nuevo Vietnam?”. Quizás ahí radiquen parte de las cautelas y de las ganas con que el gobierno de Bush quiso dar carpetazo a la situación de Afganistán (Rodríguez, 2013, p.19).

Asimismo, existe un estudio del conflicto de Afganistán centrado en el año 2001 de la Fundación Telefónica Telos, en donde se analiza el complejo escenario entre los medios de comunicación, gobiernos y la opinión pública en tiempos de guerra. En el cual analizaron la cobertura noticiosa de los medios: The Guardian, Die Woche, Express, Hurriyet, ABC News, CBS News, NBC News, entre otros.

En la guerra de Afganistán se transformaron definitivamente en algo normal y cotidiano la propaganda, las desinformaciones intencionadas, las mentiras, las falsificaciones, las disipaciones, las manipulaciones, la retención de informaciones, la censura, las presiones en contra de periodistas críticos y dueños de medios menos dóciles, las escuchas estatales del tráfico de telecomunicaciones, los vídeos de aviones de combates producidos con anticipación por el Pentágono, etc. La magnitud de esas acciones fue costosa y significativa: sólo entre finales de septiembre y finales de octubre de 2001, (...) los medios de comunicación estadounidenses gastaron, en su conjunto, 25 millones de dólares extras en la cobertura informativa bélica (Revista Fundación Telefónica Telos, N° 56, 2018).

En este caso utilizaron 147 noticias de muestra y con un marco teórico cuantitativo, ya que se empleó el análisis de contenido en cuatro medios de comunicación, tres de ellos estadounidenses y uno afgano en inglés. Analizando cada noticia con sus distintas variables, como la cantidad de noticias de cada medio que publicaron en este periodo, las fuentes utilizadas, el tipo de información entregada, sesgos noticiosos o también el discurso periodístico, los hechos cubiertos del conflicto, y el uso de lenguaje de cada medio que se investigó.

Desde los autores hispanohablantes, se enfocan en analizar los mismos medios anglosajones que los autores norteamericanos, por otro lado, se investiga la cobertura mediática en la televisión española, único país analizado con estas características, del mismo lenguaje que los latinos. Como Ángel Expósito (2011), Martha Cabrera (2007), Torres y García (2009), entre otros.

Un ejemplo del análisis de la guerra de Afganistán se encuentra ejemplificado en los constantes intentos de manipulación mediática en España con el objetivo de tergiversar la información que es entregada para el resto de la nación.

Se constata una alta frecuencia del recurso periodístico a la imagen del menor para ilustrar situaciones de conflicto y violencia armada. Los escenarios más recurrentes son Oriente Medio y Afganistán, aproximados a través de la crónica periodística como relato que narra al tiempo que enjuicia una realidad, valorándola tanto mediante la palabra como la fotografía en la que aparecen, sobre todo, los niños. Si bien en ocasiones su presencia no la busca el fotógrafo de manera prioritaria, se abusa del recurso al icono del menor-víctima a escala grupal, probablemente por el innegable impacto emocional en la audiencia, con independencia de los postulados legales y de las connotaciones éticas (Maciá-Barber, 2013, p. 763).

Por lo tanto, existen pocas investigaciones que aborden el conflicto después de la retirada de las tropas de la OTAN y estadounidenses en el año 2021, en temas de la cobertura mediática del abandono de las fuerzas occidentales y el ascenso de los talibanes al poder afgano. Un vacío investigativo que iremos resolviendo durante este texto, ya que significa un avance en la cobertura mediática de los medios latinoamericanos y hacerse una autoevaluación de los temas que consideramos importantes en nuestro continente para la audiencia meta. En donde, la desinformación de una población es la mayor pandemia sobre la sobrecarga o ausencia de información en personas de diferentes partes del mundo.

III. Marco Teórico

La base teórica de esta investigación se centra en la agenda setting y la teoría framing, en donde se expone la fundamentación teórica y definición de conceptos con el propósito de que se conozca y se comprenda el qué del contenido y sentido general de la investigación.

El establecimiento de la agenda setting es un concepto que tiene una influencia considerable en los medios y que ejercen sobre la opinión pública, la hipótesis del establecimiento de la agenda se refiere a un proceso de selección llevada a cabo por los medios de comunicación de masas que da como resultado que, a la hora de comunicar la información y las noticias, se centren en algunos problemas, con la consecuente desatención de otros (D'adamo, 2007, p. 122)

Por ende, cuando hablamos de *framing* en relación con nuestros objetivos, podemos decir que esta teoría servirá para comprender los elementos a analizar de las noticias ocurridas entre julio y agosto de 2021 en el conflicto de Afganistán, en distintos medios, tanto en un medio anglosajón como en un medio latinoamericano. “El encuadre está presente en la mente del periodista que escribe el relato noticioso, pero también en la pieza informativa que construye, llegando hasta el lector a través de un proceso de decodificación, necesario para comprender la noticia y la realidad a la que esta se refiere” (Ardévol-Abreu, 2015, p. 425).

Los tipos de encuadres se clasifican en conflicto, interés humano, atribución de la responsabilidad, consecuencias económicas y moral. Según los autores Idoyaga, Valencia, Gil de Montes y Ortiz (2012) explican las definiciones de cada frame, el conflicto refleja las luchas que se puedan dar entre individuos, grupos o instituciones, con objeto de captar el mayor número de audiencia posible. El

frame de interés humano provee de una cara personal o aspecto emocional a la presentación de un suceso, hecho o problema. La moralidad pone el problema o asunto en el contexto moral o de prescripciones sociales o religiosas. Debido a la norma de objetividad en el periodismo, en general este *frame* aparece de un modo indirecto, a través de citas e inferencias, más que directamente. Las consecuencias económicas expresan los efectos financieros que un problema o asunto puede generar sobre un individuo, grupo, institución, región o país. También este ha sido identificado como un *frame* común en los medios de comunicación. Y finalmente, el *frame* de atribución de responsabilidad, propuesto inicialmente por Iyengar (1990), es definido como un modo de atribuir la responsabilidad de una causa o solución bien al gobierno o a un individuo o grupo. Semetko y Valkenburg (2000) encontraron que la atribución de responsabilidad era el más utilizado en los medios de prensa más serios, mientras los medios más sensacionalistas y la televisión lo utilizaban en menor medida.

Paralelamente, la agenda *setting* promueve que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre la audiencia al determinar qué asuntos tienen interés informativo para la población, cuánto es el tiempo y el espacio que se les da a estas noticias. De este modo se gestiona la información que es brindada, a una mayor escala, teniendo consecuencias de dimensiones incalculables.

Las variables por tratar en este estudio son las siguientes: A) Los géneros periodísticos, B) Las imágenes, C) Las fuentes de información, D) Los encuadres.

Por lo tanto, la teoría general es que los medios de comunicación que han tratado el conflicto bélico afgano son mayoritariamente norteamericanos y europeos. Por otro lado, los medios latinoamericanos no han brindado una amplia cobertura con respecto de los hechos que han sido protagonizados en Afganistán, lo que provoca un aislamiento en el territorio, produciendo factores negativos como, la desinformación y las fake news. Además de la insensibilidad por parte de los medios con respecto a la violencia y la pérdida en la calidad del factor humano.

Asimismo, ocurre en la actualidad con la guerra entre Ucrania y Rusia, la cual ha sido blanco de varios medios importantes alrededor del mundo, que cuentan el día a día de lo que ocurre y los cambios importantes que han repercutido en diferentes países de occidente, Europa y Asia.

En cuanto a los medios de comunicación latinoamericanos, vemos un retroceso en el interés hacia el conflicto ucraniano-ruso, debido al ensimismamiento y a la lejanía geográfica.

Otro caso, es la guerra civil siria en 2011, en donde se formaron diferentes protestas que llevaron a un enfrentamiento contra las Fuerzas Armadas. Esto provocó una huida de millones de personas hacia Europa. Los medios de comunicación en esa década se preocuparon de mostrar las escenas más crudas de los ataques civiles y militares. Como también no se salvaguardó la integridad de las personas que pidieron asilo en las fronteras de los países europeos.

La teoría particular basado en nuestro tema de investigación de otros autores se puede reconocer que han analizado The New York Times como referente más destacado y popular a nivel global, otros medios destacados son The Washington Post, The Daily Mail, The Guardian, mientras que en la lengua hispana sólo se reconoce al medio español El País. Por lo tanto, los autores están dejando afuera el análisis investigativo de la comunicación que se produce en Latinoamérica. Brendan Riddick, PhD en las ciencias de la comunicación, explica el fenómeno ocurrido tras el 11 de septiembre de 2001, analizando dos medios impresos estadounidenses con mayor prestigio en la nación. En donde, el patrón constante en los artículos de The New York Times y The Washington Post muestra que los principales medios de comunicación están dispuestos a reconocer las bajas civiles, aunque subestiman en gran medida el alcance del daño infligido a la población civil en comparación con el relato más completo y detallado (Riddick, 2009).

Otro autor más contemporáneo que habla el rol que tuvo las redes sociales en la invasión de la capital de Afganistán en 2021 fue Marska Malgorzata, en donde explica que protestas como la organizada por mujeres afganas en Kabul contra el gobierno talibán, las nuevas restricciones del régimen a sus derechos y la influencia de Pakistán en el país ahora se transmiten visualmente (en vivo) en todo el mundo. Los teléfonos celulares ahora se utilizan como cámaras, reemplazando los equipos más rígidos, lo que permite flexibilidad y captura pública de los eventos en curso de forma inmediata (Malgorzata, 2021).

En conclusión, el supuesto implícito es que el medio estadounidense (The New York Times) tiene más preponderancia en el conflicto de Afganistán ya que tienen una relación directa con la guerra que perduró por más de 25 años, siendo pieza fundamental en el conflicto. En cambio, el medio chileno (El Mercurio) tiene una lejanía geográfica y de difícil acceso, aunque la tecnología ha mejorado exponencialmente este problema, aún sigue existiendo en la actualidad una brecha inalcanzable por parte de Chile, en donde no se les da importancia académica e informativa a los problemas internacionales.

IV. Objetivos

El objetivo general de esta investigación es:

- Analizar la representación del conflicto de Afganistán en dos medios de comunicación, The New York Times y El Mercurio durante julio y agosto del 2021.

Los objetivos específicos son:

- Identificar las fuentes utilizadas por los medios The New York Times y El Mercurio en la cobertura del conflicto de Afganistán entre julio y agosto del año 2021.
- Describir los géneros periodísticos empleados por los medios The New York Times y El Mercurio en la cobertura del conflicto de Afganistán durante julio y agosto del 2021.
- Caracterizar las imágenes utilizadas por los medios The New York Times y El Mercurio en la cobertura del conflicto de Afganistán durante julio y agosto del 2021.
- Determinar los encuadres genéricos (Semetko y Valkenburg, 2000) del conflicto de Afganistán, en los medios The New York Times y El Mercurio durante julio y agosto del año 2021.

V. Metodología

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, el autor Hernández Sampieri (2014) destaca que el enfoque es secuencial y probatorio. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas; se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis (p. 4).

1. Descripción de los géneros periodísticos empleados
2. Caracterización de las imágenes
3. Identificación de las fuentes utilizadas
4. Tipificación de los encuadres utilizados

Por otra parte, el método estadístico se centra en la medición objetiva de la realidad, con una estructura sistemática y estratégica de obtención y procesamiento de la información, que finalmente se emplea en formas numéricas, técnicas formales y/o estadísticas para llevar a cabo un análisis profundo del contenido, esto se enmarca en la teoría causa-efecto.

Para efectos de esta investigación el método cuantitativo será aplicado para el análisis de contenido, la técnica a utilizar en las noticias recopiladas en los medios de comunicación, en donde se abordan los temas del conflicto bélico en Afganistán tanto en el New York Times y El Mercurio. Se estudiarán las variables que presenta el análisis de contenido, con la finalidad de obtener resultados estadísticos que permitan posteriormente realizar inferencias teóricas objetivas.

El análisis de contenido es una técnica de interpretación de textos, en donde estos materiales tienen la capacidad de albergar un conocimiento que leído e interpretado adecuadamente nos ayuda a descubrir ciertas nociones y fenómenos de la vida social. Esta técnica se basa en la lectura siguiendo una guía científica como instrumento de recogida de información, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. “Los objetivos del análisis de contenido consisten, esencialmente, en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, y descubrir y evidenciar sus contenidos latentes” (Guix, 2008, p.27).

El análisis de contenido nos permite estudiar los siguientes aspectos del mensaje o comunicación:

1. Quién habla o estudio del emisor: el analista puede buscar quién es el autor del mensaje o comunicación.
2. Qué se intenta decir: se trata de estudiar las características del contenido del mensaje. Definir cuál es el tema central y los subtemas.
3. A quién va dirigido el mensaje (estudio del Receptor): en primer lugar, se determina quién es el "receptor," a quién se dirige el mensaje.
- 4.Cuál es el mensaje manifiesto y cuál es el mensaje latente o implícito.
5. El Cómo: se trata de estudiar los "medios" por los cuales un mensaje trata de producir o produce una impresión, se deben analizar los medios o elementos que concurren a producir una impresión y un resultado.
6. Con qué resultado: analizar el efecto del mensaje sobre el receptor (Aigeneren, p. 5 y 6).

El instrumento requerido es el libro de códigos, se basa en un paso de codificación por parte de las versiones en varias categorías correspondientes a sus respectivas temáticas o conceptos. Haciendo un

estudio detallado para comprobar que aporta al análisis. El proceso es en dos fases. Al inicio el material se examina dando la categoría que le corresponde, después se comparan entre sí, para así obtener los semejantes que se presente entre ellas.

1. Obtener la información: a través del registro sistemático de notas de campo, de obtención de documentos de diversa índole, y de la realización de entrevistas, observaciones o grupos de discusión 2. Capturar, transcribir y ordenar la información: la captura de la información se hace a través de diversos medios. Específicamente, en el caso de entrevistas y grupos de discusión, a través de un registro electrónico (grabación en cassettes o en formato digital). En el caso de las observaciones, a través de un registro electrónico (grabación en vídeo) o en papel (notas tomadas por el investigador). En el caso de documentos, a través de la recolección de material original, o de la realización de fotocopias o el escaneo de esos originales. Y en el caso de las notas de campo, a través de un registro en papel mediante notas manuscritas. 3. Codificar la información: codificar es el proceso mediante el cual se agrupa la información obtenida en categorías que concentran las ideas, conceptos o temas similares descubiertos por el investigador, o los pasos o fases dentro de un proceso (Solosar, 2017, p. 4).

Los códigos se utilizan para recuperar y organizar dichos trozos de texto. A nivel de organización, es necesario algún sistema para categorizar esos diferentes trozos de texto, de manera que el investigador pueda encontrar rápidamente, extraer y agrupar los segmentos relacionados a una pregunta de investigación, hipótesis, constructo o tema particular. El agrupar y desplegar los trozos condensados, sienta las bases para elaborar conclusiones (Solosar, 2017, p.6).

En esta investigación el libro de códigos se clasifica en cinco partes, la primera parte habla de la información general del artículo a tratar, la segunda son las características y el contenido de la historia cubierta en el artículo, la tercera parte se habla de las fuentes de información cubiertas en la nota periodística, la cuarta parte trata de la imagen proyectada por cada medio de comunicación sobre el tema de investigación y, por último, la quinta parte habla del framing contenido en cada artículo. Esto se formuló a través de las variables dependientes a investigar como lo es el género periodístico, las imágenes, fuentes de información y los encuadres propuestos por los autores Semetko y Valderburg (2000), del que se presenta los siguientes:

La «Atribución de responsabilidad» se refiere a la responsabilidad de un gobierno, individuo o grupo en algún hecho o asunto; el «Conflicto» alude a las controversias existentes entre

individuos, grupos o instituciones; el «Interés humano» ofrece la cara humana o ángulo emocional en la presentación de los asuntos o problemas; las «Consecuencias económicas» abordan un evento o tema en términos de las consecuencias que éste pueda tener económicamente para un individuo, grupo, institución, región o país; la «Moralidad» pone el evento o asunto en el marco de una aceptación religiosa o prescripción moral (Aruguete, 2010, p.120).

En el protocolo de análisis, los 5 encuadres se evaluarán para equilibrar la medición de la presencia o ausencia de los indicadores. Del mismo modo, si los encuadres de acuerdo con Semetko y Valderburg respondían con un sí o no, se podrá considerar más matizado aplicar la Escala Likert, que va del 1 al 5, que se traduce en los siguientes valores: totalmente en desacuerdo = 1, desacuerdo = 2, neutral = 3, de acuerdo = 4, muy de acuerdo = 5.

Del mismo modo, correspondiente a los géneros periodísticos se señalará su respectiva clasificación, la cual se dividirá en: informativo, interpretativo, de opinión e investigación. Asimismo, se llevará a medición, la cantidad y frecuencia de cada nota correspondiente a su respectivo género.

Las imágenes se dividen en fotografías, ilustraciones, gráficos e infografía, dependiendo de su presencia, cantidad, tamaño y lugar posicionado en la hoja del diario.

Las fuentes de información se segmentan en primarias o secundarias, de igual forma sus indicadores serán la cantidad de fuentes en cada clasificación, la frecuencia de uso de una misma fuente y los tipos de fuentes (Institucional, Ciudadana, Política, Económica, Activista, etc.).

En el formato piloto, se ocupó una grilla provisoria, en donde se utilizaron seis noticias de los respectivos medios a estudiar, The New York Time y El Mercurio, las cuales fueron mostrando resultados óptimos, dejando como efecto el funcionamiento esperado para estas, ya que finalmente las variables escogidas fueron las adecuadas, producto de haber logrado un enlace entre las variables a investigar que fueron: los géneros periodísticos, las imágenes, las fuentes de información y los encuadres de Semetko y Valderburg.

<https://docs.google.com/document/d/1kIYVp4oSwyISVQzjIBrM8Jfmi5KK-vJO/edit> (libro de códigos)

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-hSelZLQeoybN8Zo2gWnxuVQtQw0ERSzRB7Ptki9DzQ/e#gid=0> (grilla)

Muestra

La muestra utilizada en esta investigación será la cantidad de noticias recolectadas en los medios de comunicación seleccionados en el inicio de la hipótesis, en The New York Times las noticias recogidas fueron 193 en julio y agosto del año 2021, mientras que en El Mercurio las noticias alcanzaron una cifra de 80, en total las notas a analizar serán de 273. La elección de estos dos medios tiene como objetivo mostrar un punto de vista diferente de cada uno de ellos en este conflicto, tanto como fenómeno histórico e ideológico, como proyección mediática en sus respectivos países. Aquellos medios juegan un papel fundamental a la hora de informar tanto nacional como internacionalmente debido a su trayectoria profesional. Esta representatividad se traduce en una función con varios factores diferentes, no sólo depende de la aleatoriedad o del tamaño de la muestra, sino del diseño muestral, que en este caso particular se representa por el tiempo elegido para recolectar las noticias.

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verán más adelante. La muestra es una parte representativa de la población (López, 2004, p.2).

Los criterios de selección que utilizamos fueron los siguientes:

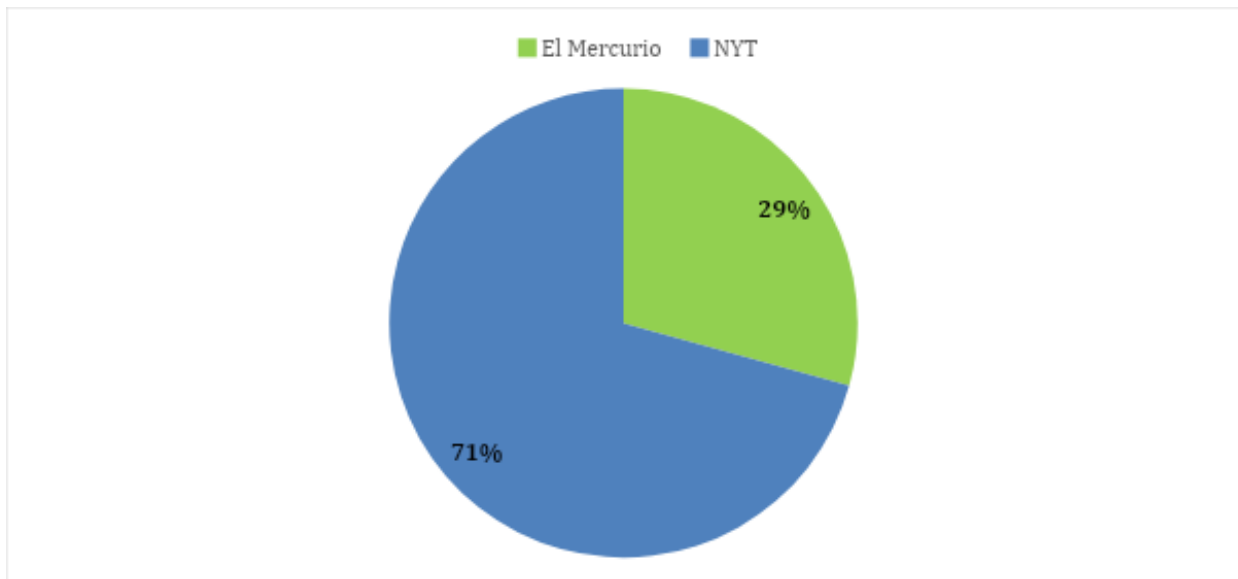
- A) Escoger las noticias transcurridas durante el período de investigación entre julio y agosto del año 2021 en los medios de comunicación seleccionados.
- B) Que los temas abordados estuvieran directamente relacionados con el conflicto de Afganistán.
- C) Todas las notas extraídas fueran de la versión impresa de los medios.

VI. Resultados

Primero se realizó una totalización de las publicaciones sobre el conflicto de Afganistán que fueron realizadas en los medios escritos de El Mercurio y The New York Times, a partir de los hitos: i) Las tropas norteamericanas hacen abandono total de la zona; ii) Los talibanes toman fuerza y asumen el poder en varias ciudades hasta llegar a la capital del país; iii) Los ciudadanos afganos que trabajaron de forma administrativa para EE.UU corren el riesgo de morir; iv) Los derechos de las mujeres se ven seriamente afectados.

Durante el periodo de estudio, se contabilizaron un total de 273 noticias referentes al conflicto que se produjo en Afganistán según los criterios de selección antes mencionados, las cuales se desglosan de la siguiente manera:

Gráfico 1: Total de publicaciones sobre el conflicto de Afganistán en el periodo julio-agosto 2021.



Elaboración propia.

The New York Times contabilizó un 71% de las noticias recogidas sobre el conflicto de Afganistán, traduciéndose en 193 notas, mientras que El Mercurio presentó un 29% de las noticias basándose en los respectivos meses escogidos, y recolectando un total de 80 noticias.

Tras el análisis realizado a los medios escritos previamente mencionados, se produjeron una serie de hallazgos que serán descritos de la siguiente manera:

1. Descripción de los géneros periodísticos empleados
2. Caracterización de las imágenes
3. Identificación de las fuentes utilizadas
4. Tipificación de los encuadres utilizados

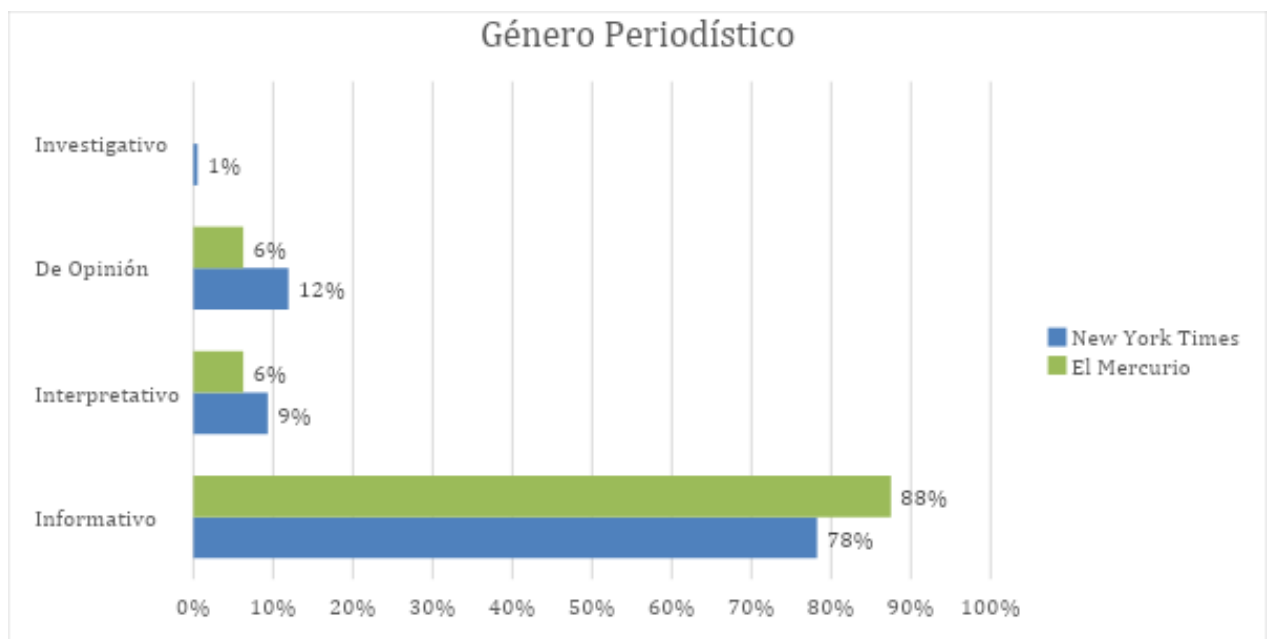
8.1 Descripción de los géneros periodísticos empleados

Mediante el análisis de contenido se identificaron los géneros periodísticos presentes en la cobertura realizada a la temática del conflicto de Afganistán 2021, esto resulta relevante debido a que las

formas de expresión del mensaje periodístico, patentadas en los géneros, constituyen el entendimiento de la disciplina académica desde su equivalencia con cada uno de los medios o canales de comunicación de masas, hasta su identificación con un sistema de signos operante dentro de cada uno de esos medios (Hernando, 1995).

En ese sentido, la distribución de géneros visualizada por medio es la siguiente:

Gráfico 2: Publicaciones realizadas a los dos medios descritos según género periodístico.



Elaboración propia.

El género periodístico dominante fue el informativo en ambos medios de comunicación, en donde el New York Times obtuvo un 78% de las notas informativas, mientras que El Mercurio obtuvo un 88%. En tanto, el género de opinión e interpretativo alcanzó el segundo y tercer lugar predominante en la investigación, en tanto el género investigativo no se encontró en El Mercurio, pero The New York Times solo obtuvo un 1% de lo seleccionado.

8.2 Caracterización de las imágenes

Para caracterizar las imágenes sobre el conflicto de Afganistán en los medios de comunicación, lo primero fue totalizar las noticias en relación con los cuatro géneros periodísticos que se presentaban, luego se analizaron los dos medios respecto al acompañamiento gráfico presente en las noticias, en

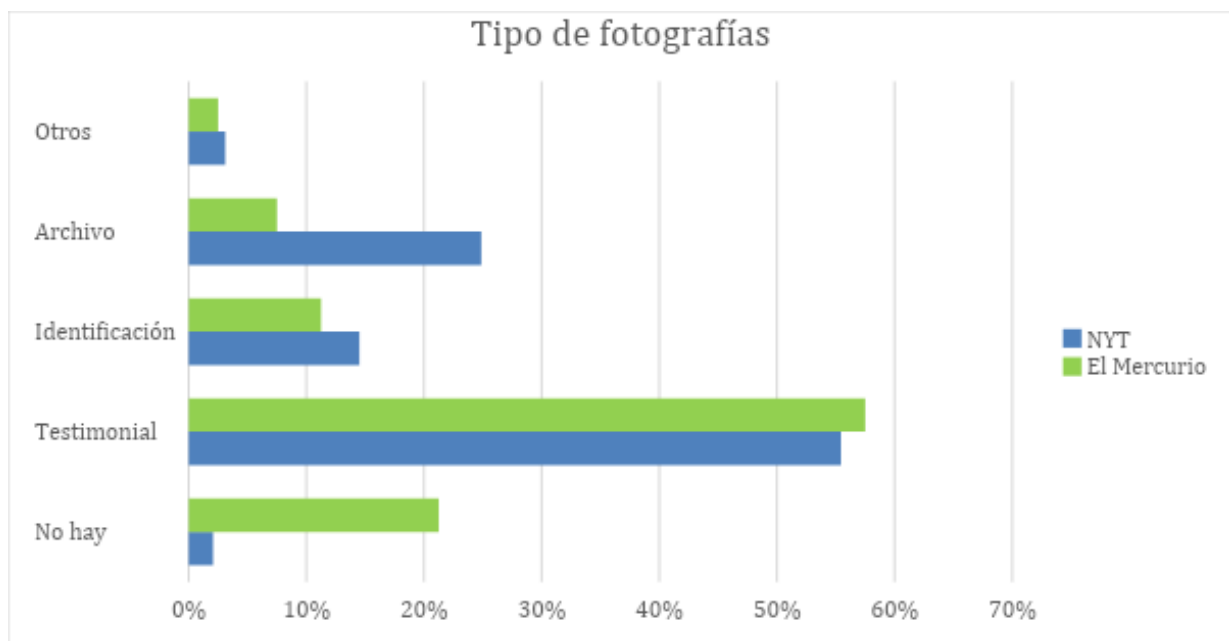
donde se clasificaban en fotografías, documentos, caricaturas, infografías, etc. De acuerdo con los datos levantados la distribución de imágenes según dichos medios es la siguiente:

Tabla 2: Noticias de cada medio en relación con su acompañamiento gráfico.

	Sin imágenes	Con Fotografías	Con Infografías o gráficos	Con documentos	Con Dibujos/caricaturas	Incluye varios	Otros
The New York Times	1,5%	90,6%	0%	0%	1,5%	3,6%	2,5%
El Mercurio	13,7%	75%	2,5%	0%	3,75%	5%	0%

En el medio The New York Times las noticias que se presentaban sin imágenes fueron el 1,5%, mientras que las de El Mercurio tuvieron un 13,7%. Muy distinto es el caso para las noticias con fotografías, las cuales exhibieron un 90,6% por parte de The New York Times y un 75% de El Mercurio. Por otra lado, las noticias con infografías o gráficos lograron un 0% en The New York Times y un 2,5% en El Mercurio. Ambos medios obtuvieron un 0% de notas con acompañamiento de documentos. Desde la presentación con dibujos o caricaturas, un 1,5 % se adjudicó al The New York Times, en cambio a El Mercurio 3,75%. En la inclusión de varios, The New York Times obtuvo un 3,6% y El Mercurio un 5%. Por último, la opción de otros mostró un 2,5% en The New York Times y El Mercurio 0%.

Gráfico 3: Tipo de fotografías presentes en las publicaciones.



Elaboración propia.

Se puede asumir que el medio estadounidense contenía en la mayoría de sus publicaciones fotografías (90,6%), principalmente testimoniales, aquellas que simbolizaban un registro de prueba, arrancado del suceso que se quiere informar en el medio de comunicación. En el caso del medio chileno, El Mercurio (75%) se repite la misma situación, tanto en las fotografías y su uso de imágenes testimoniales. The New York Times en segundo lugar posiciona a las fotografías de archivo, aquellas que sirven de referencias de otros años y contextos, diferente al actual que vive el

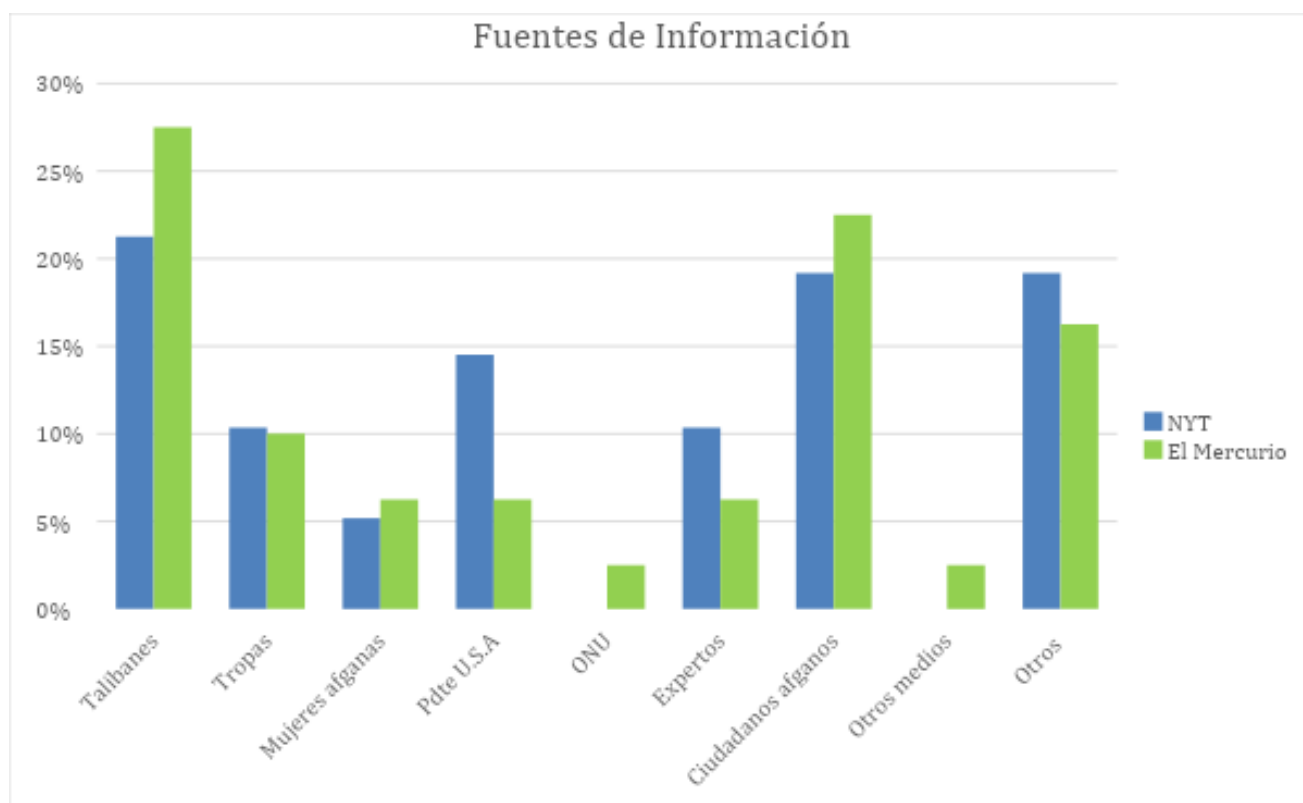
país de origen, en tercer lugar, se encuentra las fotografías de identificación, en donde se posiciona una figura política, reconocida y de liderazgo que es la fuente principal en la nota estudiada. En el caso de El Mercurio, el orden jerárquico es diferente, en el cual la opción predominante es la ausencia de imágenes en la nota, luego le siguen las fotografías de identificación y las de archivo.

8.3 Identificación de las fuentes utilizadas

Para identificar las fuentes utilizadas por los medios de comunicación se realizó un cuadro de identificación de fuentes, donde se reconocen las fuentes que se encuentran presentes en la nota analizada, para luego llevar a cabo la clasificación de éstas mediante una matriz compuesta por ocho categorías: (0) los talibanes, (1) las tropas americanas, (2) las mujeres afganas, (3) el presidente de los Estados Unidos, (4) la ONU, (5) expertos, (6) ciudadanos afganos, (7) otros medios de comunicación y (8) otras personas no mencionadas anteriormente.

Las fuentes que predominan en la cobertura periodística de los medios de comunicación, como El Mercurio, principalmente, cita a los talibanes y los ciudadanos afganos, y en The New York Times ocurre algo similar, pero les sucede la alternativa otros y el presidente de los Estados Unidos. Las citas de los talibanes alcanzaron un número total de 41 en NYT y 22 en El Mercurio, los ciudadanos afganos obtuvieron cifras de 37 y 18 respectivamente, otras fuentes diferentes a las clasificaciones asignadas alcanzaron 37 y 13 en citas, por ejemplo, referentes a personas que trabajaban en la CIA que ocurrió en algunas publicaciones norteamericanas.

Gráfico 4: Cantidad de fuentes utilizadas clasificadas por categorías.



Elaboración propia.

En cuanto a las fuentes de información clasificadas por categorías están, los talibanes, que alcanzaron un 21% en The New York Times, mientras que en El Mercurio fue de un 28%. Por otra parte, en la categoría de tropas americanas ambos medios, The New York Times y El Mercurio obtuvieron un 10%. Para la categoría de mujeres afganas, The New York Times tuvo un 5%, en cambio El Mercurio 6%. En el espacio del presidente de los EE. UU, The New York Times superó con 15% a El Mercurio con un 6%. La categoría de la ONU se coloca con un 0% en The New York Times y El Mercurio con un 3%. The New York Times en la categoría de expertos mostró el 10% y El Mercurio por su parte un 6%. Para con los ciudadanos afganos, la categoría se vio expuesta con un 19% y un 23% en El Mercurio. Desde otros medios, un 0% en The New York Times y un 3% de El Mercurio. Para finalizar, otras fuentes, lograron el 19% por parte del The New York Times y 16% de El Mercurio.

8.4 Tipificación de los encuadres utilizados

Respecto a los encuadres y de acuerdo con los medios analizados, se contempla la revisión del período entre julio y agosto del año 2021. Semetko y Valkenburg (1999) plantean que, al redactar los

textos, los periodistas utilizan el encuadre para dar sentido y simplificar la realidad, además de mantener el interés de los públicos.

La matriz de encuadres utilizada para efectos de esta investigación está compuesta por cinco categorías de variables de encuadres inspirados en los encuadres genéricos de Semetko y Valkenburg, que fueron la atribución a la responsabilidad, el interés humano, conflicto, consecuencias económicas y la moral. Esto permitió recoger los fragmentos relevantes dentro de las noticias analizadas, puesto que dichos fragmentos le otorgan valor a cada categoría para poder enmarcar cada noticia dentro de un encuadre. Además, dentro de cada variable se plantearon subcategorías que permitían dar respuesta a cada variable, respondiendo a 3 preguntas en cada encuadre a analizar.

De acuerdo con la matriz aplicada, los resultados arrojaron que los encuadres que predominaron en las notas fueron, en primer lugar, el encuadre de atribución a la responsabilidad y, en segundo lugar, predomina el encuadre de conflicto.

Al analizar los encuadres en las publicaciones, se siguió el proceso de Semetko y Valkenburg, en donde cada encuadre tenía tres preguntas para responder y poder asegurarse de que se encontraba dicho concepto en el texto.

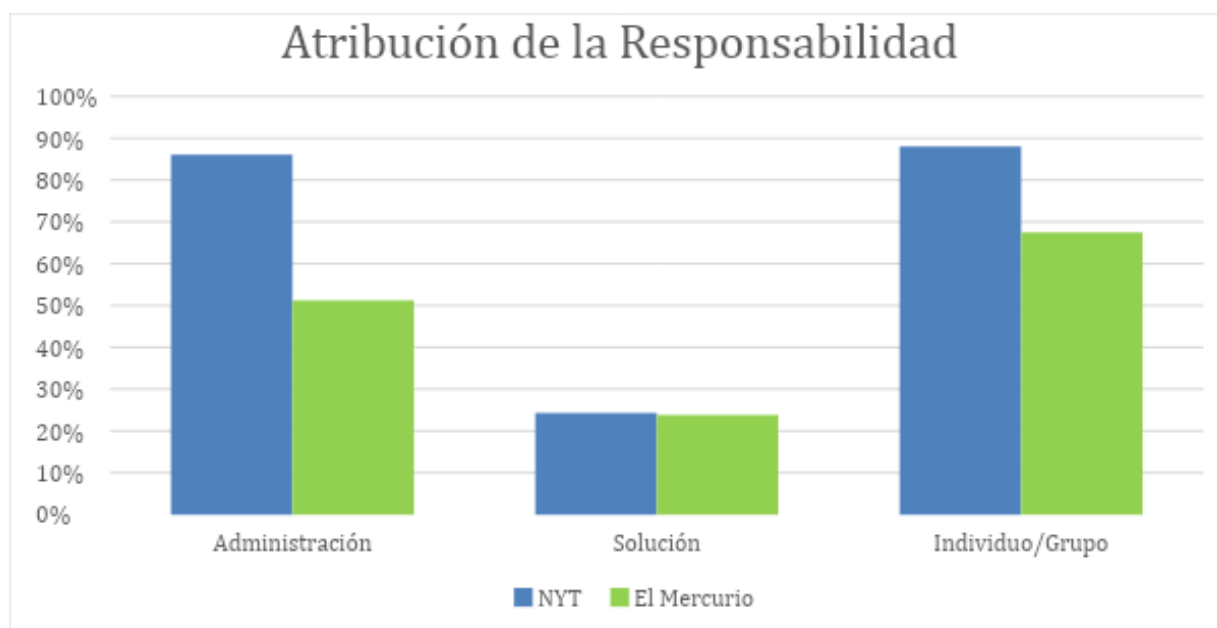
Encuadres Genéricos (Semetko y Valkenburg, 2000)

Atribución de responsabilidad	¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema?	¿La información sugiere solución(s) para el problema?	¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?
Interés Humano	¿La información proporciona un caso o "el lado humano" en el tema?	¿La información emplea adjetivos o anécdotas personales que generan sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión?	¿La información entra en la vida privada o personal de los actores?

Conflicto	¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?	¿Reprocha a una persona/grupo a otro?	¿La información se refiere a ganadores y perdedores?
Consecuencias Económicas	¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?	¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?	¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?
Moral	¿La información contiene algún mensaje moral?	¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?	¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?

Para los resultados obtenidos se contabilizó a partir de la escala Likert solo las cifras 4 y 5 que consideraban que el encuadre estaba presente o muy presente (de acuerdo y muy de acuerdo) al responder cada pregunta a analizar en las publicaciones de ambos medios. De acuerdo con los datos levantados la distribución de los encuadres según dichos medios es la siguiente:

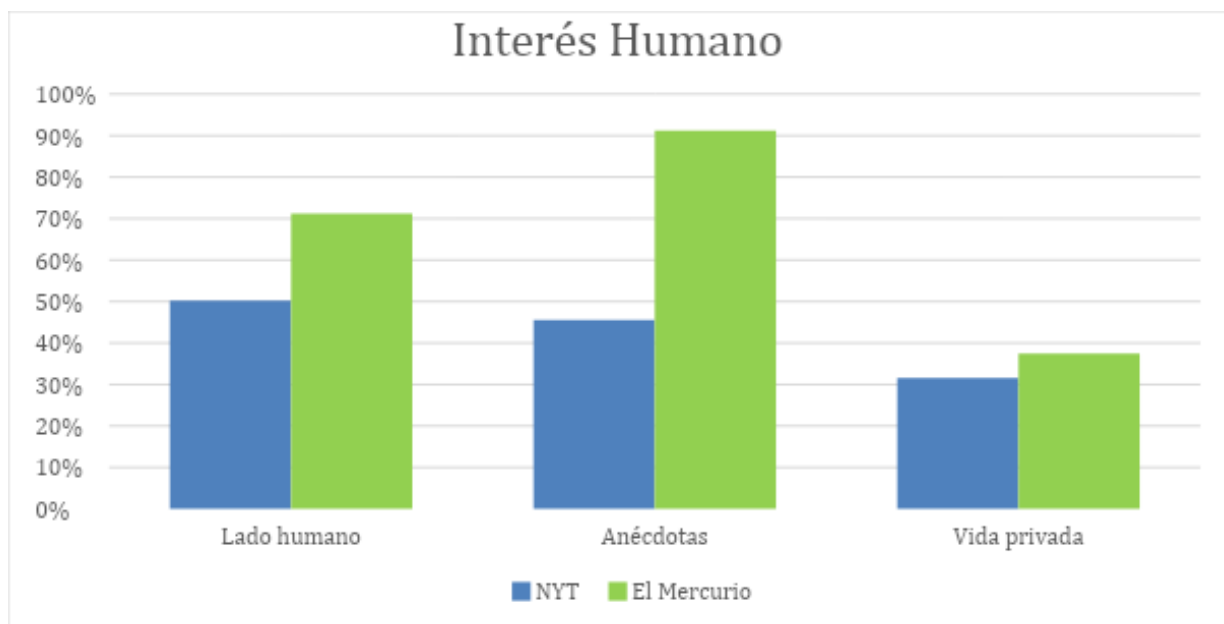
Gráfico 5: Encuadre de atribución a la responsabilidad según cada medio escrito.



Elaboración propia.

En los encuadres de atribución de la responsabilidad en The New York Times se obtuvo una mayoría en los encuadres de administración con un 86% e individuo/grupo con un 88%, mientras que en El Mercurio se obtuvo una mayoría en el encuadre de individuo/grupo con un 68%, en segundo lugar, el de administración con un 51%. El encuadre menos utilizado por ambos medios fue el framing de solución, en donde The New York Times y El Mercurio obtuvieron ambos el mismo resultado con un 24%.

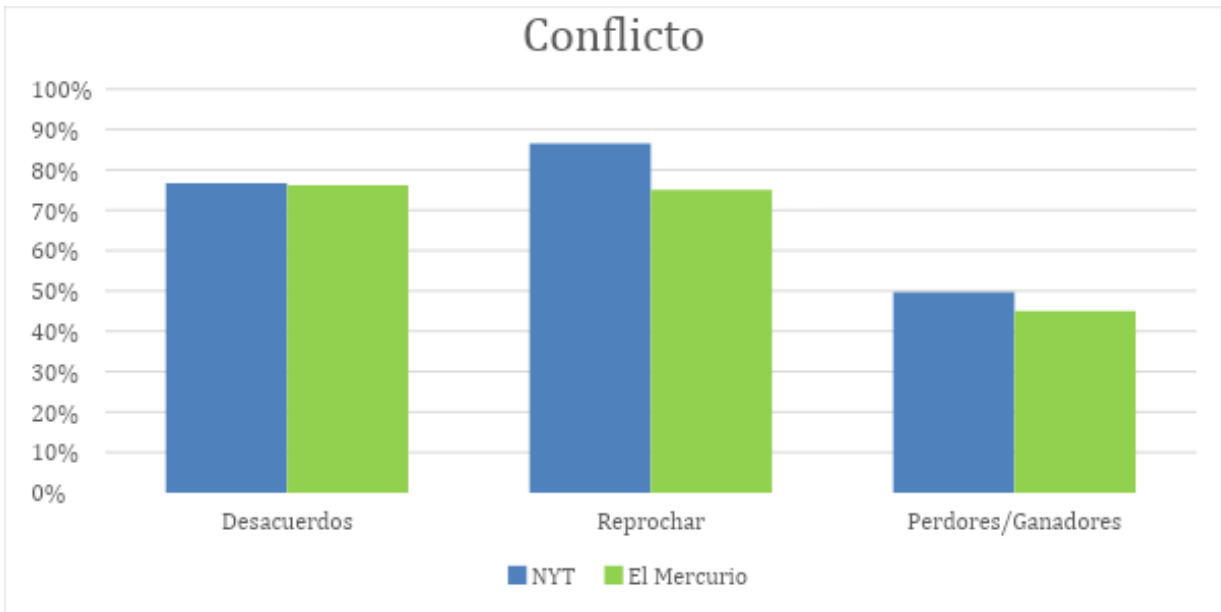
Gráfico 6: Encuadre de interés humano según cada medio escrito.



Elaboración propia.

En el encuadre sobre el interés humano se obtuvieron los siguientes resultados: el medio de comunicación chileno, El Mercurio, resultó con la mayoría de las cifras en todas las categorías de este framing, en lado humano con un 71%, en anécdotas con un 91% y vida privada con un 38%. Mientras que el medio estadounidense, The New York Times obtuvo unos índices más bajos, en lado humano con un 50%, en anécdotas un 46% y, por último, vida privada con un 32%.

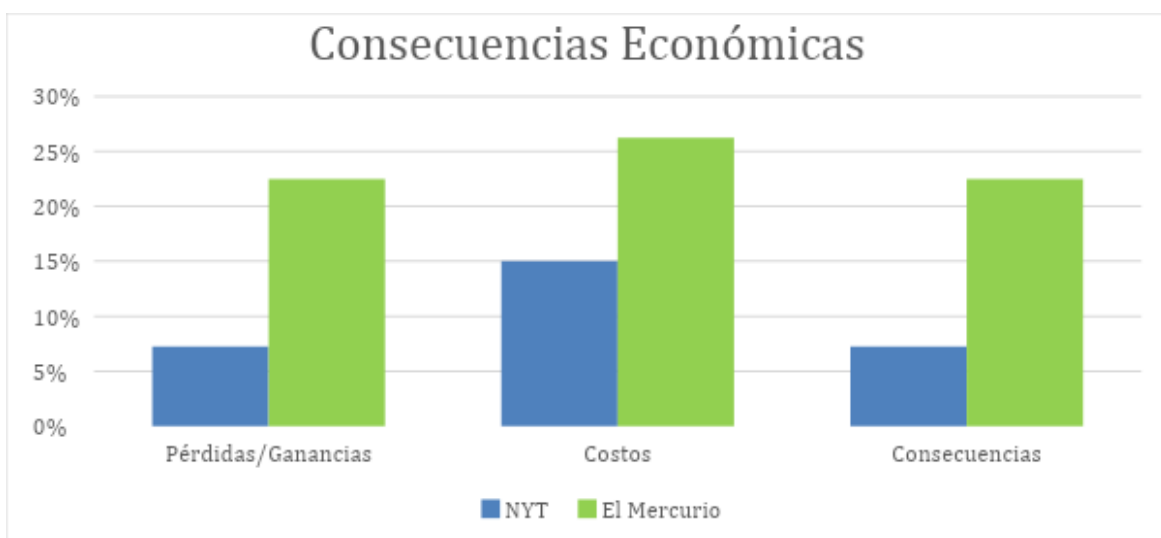
Gráfico 7: Encuadre de conflicto según cada medio escrito.



Elaboración propia.

En el encuadre conflicto, en la categoría de desacuerdos es la más pareja y equitativa entre ambos medios de comunicación, ya que The New York Times obtuvo un 77% y El Mercurio un 76%, en las demás categorías hay una leve diferencia por debajo del medio estadounidense. En la consideración reprochar, The New York Times obtuvo un 87%, mientras que El Mercurio solo obtuvo un 75%. En perdedores y/o ganadores, The New York Times alcanzó un 50%, mientras que El Mercurio consiguió un 45%.

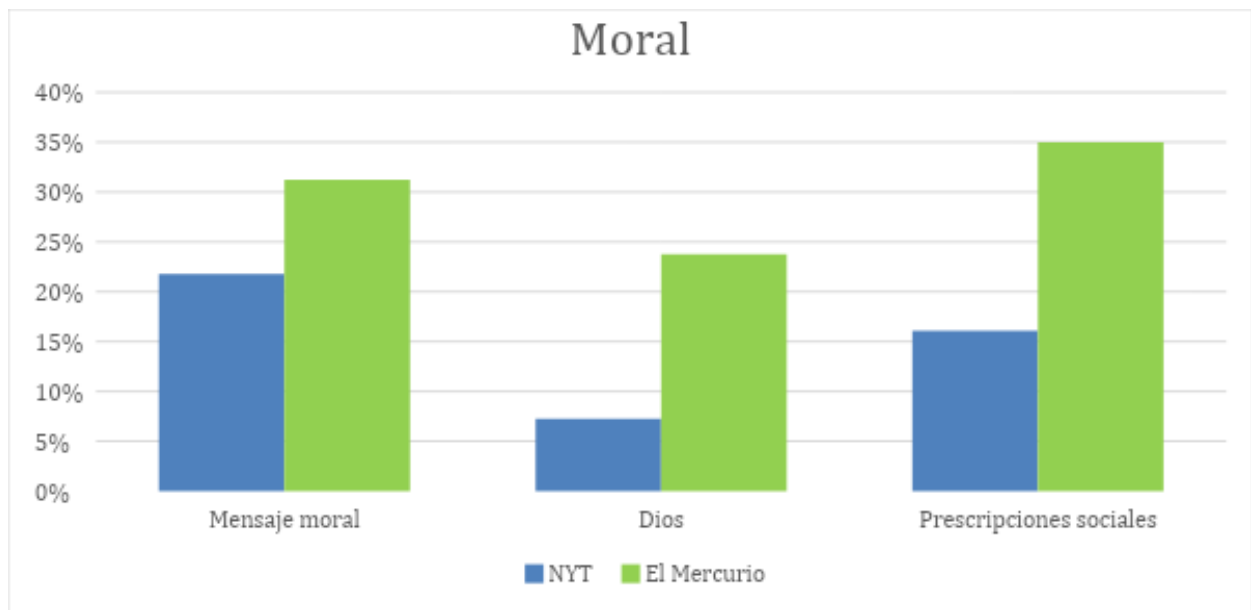
Gráfico 8: Encuadre de consecuencias económicas según cada medio escrito.



Elaboración propia.

En el encuadre de consecuencias económicas, el medio chileno estuvo mayormente presente en este tipo de categoría, en donde obtuvo los siguientes resultados: pérdidas y/o ganancias con un 23%, en costos con un 26% y en consecuencias con un 23%. The New York Times obtuvo cifras por debajo de lo esperado, en pérdidas y/o ganancias con un 7%, costos con un 15% y consecuencias con un 7%.

Gráfico 9: Encuadre de moral según cada medio escrito.



Elaboración propia.

En el encuadre moral, se obtuvieron los siguientes resultados: En la selección del mensaje moral, The New York Times logró un 22% mientras que El Mercurio un 31%. En cambio, en la posición de Dios, The New York Times obtuvo 7% y El Mercurio 24%. Las prescripciones sociales mostraron un rango de 16% desde The New York Times, y muy superior El Mercurio con un 35%.

VII. Análisis de los resultados

Como primer análisis, la obtención de los resultados en los géneros periodísticos dominantes en este estudio fue el informativo, con un total de 221 (70 en El Mercurio y 151 en The New York Times). Lo que explica la brevedad e inmediatez de la información que reflejan ambos medios de comunicación en el conflicto de Afganistán.

Las imágenes que se muestran por parte del medio The New York Times, son crudas, sin mucho filtro a la hora de mostrar el hecho noticioso, en cambio, El Mercurio es más sutil y conservador a la hora de mostrar imágenes. También se puede analizar que las imágenes del New York Times fueron

principalmente testimoniales, ya que se preocuparon de obtener una representación social del conflicto a través de las fotografías tomadas en el minuto.

Por otro lado, las fuentes de información usadas normalmente en The New York Times, fueron los talibanes, las tropas estadounidenses, el presidente Joe Biden y expertos en la materia. Mientras que en El Mercurio se encuentran, varios jefes de estado, expertos, el presidente Joe Biden y figuras chilenas que mantienen lazos estrechos con Afganistán.

En los encuadres se ve presente principalmente el atributo a la responsabilidad, conflicto, y el interés humano en ambos medios por igual. En donde, se pone un énfasis en que una institución o un individuo es responsable de causar o resolver un asunto, que existe un conflicto entre individuos, grupos o instituciones, y además, se dramatiza o se le da una perspectiva emocional a la información que se le está entregando al público.

Señalar de forma efectiva el punto de vista del medio The New York Times, el cual asume una postura rigurosa y crítica para con el gobierno estadounidense por la actitud demostrada en el conflicto bélico, aun cuando el diario supone una representación adherente, siendo este de la misma nacionalidad, por lo tanto, muestra coherencia con su línea editorial, cual mantiene la objetividad como su objetivo fundamental. En cambio, El Mercurio tuvo una mirada más discriminadora hacia el grupo armado de los talibanes. Prefiriendo utilizar fuentes expertas internacionales, geopolíticas e históricas en el asunto, en vez de apoyarse en estas figuras locales para rescatar una información más directa y objetiva.

En cuanto al formato de la noticia, todas las que corresponden al The New York Times contienen un epígrafe, título y bajada, en comparación a El Mercurio que solo presentó estas características en ocasiones, haciendo más hincapié en el título. También las noticias presentadas por ambos medios iban firmadas e identificadas por un autor. En cuanto a las secciones del diario, The New York Times tenía diferentes categorías en cuanto a las secciones, siendo Política, Internacional y Opinión las más destacadas, en cambio El Mercurio, solo se identificó con la sección de Internacional.

VIII. Discusión y Conclusiones

Para llevar a cabo el estudio, se formularon cinco objetivos específicos que permitieron definir los elementos que eran necesarios para desarrollar el tema central, entre ellos, se consideraron: la

descripción de los géneros periodísticos empleados por los medios, la categorización de las imágenes utilizadas, identificar las fuentes empleadas en la construcción del corpus de la noticia, además de determinar los encuadres genéricos construidos (Semetko y Valkenburg, 2000), para reconocer las diferencias en la cobertura periodística respecto a la crisis bélica.

Los medios analizados, sin embargo, se detectó una diferencia en el diario El Mercurio, donde se identifica que el género con mayor presencia es el informativo (90%) y en The New York Times, aunque también se percibe este género, está en menor cantidad, con un 78%. Asimismo, el género de opinión e interpretativo se percibe en un segundo puesto y en el tercer lugar. El género de investigación, este último en El Mercurio, no se encontró, pero el medio The New York Times solo obtuvo un 1% de lo seleccionado. Esto último trae una consecuencia en el mundo investigativo ya que posiblemente hay temas que no se han cubierto y no se han indagado en profundidad a base del tema periodístico.

El Mercurio en ocasiones realizó publicaciones que abarcaban más de una página, lo que demuestra que este medio tiende a profundizar más la información entregada con el respectivo acompañamiento gráfico, dejando claridad en el tema tratado, brindando más información desde todas las aristas posibles.

El análisis de contenido también permitió categorizar las imágenes respecto al uso del acompañamiento gráfico que las publicaciones tenían en los medios analizados. El hallazgo permitió ver que el 75% y 90% de las publicaciones en los medios contenían fotografías. Nuevamente, El Mercurio y The New York Times fueron los medios que tuvieron esta tendencia de manera predominante, mientras que el 13% y 1,5% de las publicaciones en los medios no tuvo ningún acompañamiento gráfico. Al igual que las publicaciones realizadas que aparecieron en portada, el que tengan un acompañamiento gráfico permite darle dinamismo a la publicación y a la vez, tener un mayor grado de permanencia e inteligibilidad.

Las fuentes de información principalmente utilizadas por The New York Times fueron los talibanes y los ciudadanos afganos, dando así una información más fidedigna y cercana del conflicto en sí, mientras que El Mercurio contó con una fuente similar, en el caso de los ciudadanos afganos, sin embargo ocuparon en mayor cantidad fuentes expertas que explicarían el conflicto desde una mirada profesional y académica.

De acuerdo con los hallazgos relacionados a los encuadres, se identifica que la construcción del relato noticioso destaca ciertos aspectos de la noticia que otorgan mayor relevancia a la información de carácter político. Por lo tanto, aunque las noticias se refieran al problema causado por el fenómeno de la crisis en Afganistán, dependerá del tipo de encuadre que utilicen los medios en el tratamiento informativo para construir un producto para las audiencias. A partir de los resultados, se identifican las diferencias en la cobertura periodística del conflicto de Afganistán, de acuerdo con los tipos de audiencias a los que se dirige cada periódico, es decir que, los medios realizan una cobertura de la información de manera estratificada.

Finalmente, el objetivo general de esta investigación fue analizar la representación del conflicto de Afganistán presente en dos medios de comunicación, The New York Times y El Mercurio durante julio y agosto del año 2021, todo ello debido al abandono de las tropas americanas y el ascenso de los talibanes al poder en Afganistán. La elección de estos dos medios tiene como objetivo mostrar un punto de vista diferente de cada uno de ellos en este conflicto, tanto como fenómeno histórico e ideológico, como proyección mediática en sus respectivos países. Aquellos medios juegan un papel fundamental a la hora de informar tanto nacional como internacionalmente debido a su trayectoria profesional.

A lo largo de la investigación, se pudo corroborar que el procedimiento informativo en la cobertura mediática sobre el conflicto de Afganistán por los medios The New York Times y El Mercurio, en el espacio tiempo de los meses de julio y agosto del año 2021, presenta una serie de características vinculadas al tratamiento de información sobre los conflictos bélicos. Además de un análisis general de las diferentes características seleccionadas a la hora de conformar un planteamiento objetivo.

Es necesario insistir en que este nuevo escenario asimétrico ha de confrontarse con la nueva realidad en las relaciones con los medios de comunicación, principal fuente de información política de los ciudadanos. Como se ha mencionado anteriormente, la lógica competitiva de los medios hace posible que el flujo de información sobre un determinado conflicto pueda resultar negativo para los intereses objetivos del propio estado, elemento que no impediría su aparición pública. Quizá la ausencia de marcos de referencia o encuadres claros (como los de la Guerra Fría) pueda estar detrás de este fenómeno (Torres y García, 2009, p. 23).

En cuanto a la hipótesis planteada al inicio de la investigación, donde The New York Times sería el líder al informar sobre la cobertura mediática del conflicto porque su país está implicado en dicho

suceso directamente a diferencia de El Mercurio, ya que es un medio de comunicación alejado en América del Sur, sin ser una potencia informativa a nivel mundial. Por lo tanto, se logra demostrar esta premisa, arrojando resultados convenientes.

La cobertura mediática del tema bélico depende del sistema de medios que existe en la actualidad, siendo éstos los principales actores en la construcción y producción del sentido de las personas, así como en la legitimación de los modelos informativos que otorgan el valor al recurso natural mediante su discurso periodístico, el cual se construye por los sectores dominantes, quienes otorgan una cobertura mediática fragmentada del conflicto bélico y un limitado acceso a la información especializada sobre las noticias internacionales, las cuales expresan lo que pasa alrededor del mundo. Ya que con una población que posee poco conocimiento de lo que ocurre fuera de su país, el medio como tal deja de lado su rol social de informar para que las personas puedan tomar decisiones.

Las limitaciones a las que se enfrenta este fenómeno fue el no encontrar paper actuales sobre el conflicto de Afganistán. No existe en la actualidad una investigación sobre la cobertura de los medios de comunicación en el abandono de las fuerzas norteamericanas en terreno afgano. No hay ninguna cobertura de este tema por parte de los medios latinoamericanos, sólo se ha cubierto en medios estadounidenses y en España principalmente por la televisión, como único medio hispanohablante.

Así lo cubren los autores Manuel R. Torres Soriano y Javier García Marín (2009), quienes analizaron el conflicto bélico y su gestión informativa desde la mirada de medios estadounidenses y árabes, en donde ambos son docentes españoles examinando medios extranjeros.

Ángel Expósito Moras (2011) es otro autor español que investiga sobre este fenómeno en los medios televisivos de España. Martha Cabrera (2007), investigadora colombiana que analiza este hecho, pero en medios anglosajones como CNN, ABC, Sky News, The New York Times y el medio danés Politiken.

Por ende, se abre un espacio para una nueva investigación que, en vez de centrarse en Chile con Estados Unidos, se centre en otro país, principalmente latinoamericano o del tercer mundo. Y esto es relevante porque en el sentido periodístico las personas deben estar totalmente informadas sobre los sucesos actuales, acoplándose a realidad incluso cuando no estén ideológica o geográficamente guardando relación. Además, que en cada análisis y estudio del tema se pudiera mostrar una nueva

mirada dada el contexto donde se realice y así ampliar la investigación y el conocimiento sobre el fenómeno comunicacional.

IX. Bibliografía

Aigeneren, Miguel. (s/f). *Análisis de contenido: Una introducción*. CEO. Colombia. Enlace: <file:///C:/Users/ASPIRE/Downloads/Analisis%20de%20contenido%20una%20introducci%C3%B3n.pdf>

Ardèvol-Abreu. (2015). *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*.

Cabrera. M. (2007). *Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría*.

D'adamo. O. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*.

Expósito. A. (2011). *Los medios de comunicación en la evolución de los conflictos*.

Forigua-Rojas. (2010) *Guerra en Afganistán: La experiencia soviética*.

Guix, J. (2008). *El análisis de contenido: ¿Qué nos están diciendo? Unidad de Medicina Preventiva y Salud Pública. Barcelona, España. Universitat Rovira i Virgili. Agència de Salut Pública de Barcelona*.

Gronemeyer, M. Elena y Porath, W. (2017). *Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos*.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ª edición.

Idoyaga, Valencia, Gil de Montes y Ortiz. (2012). *Framing Effects and social representations of health epidemic: The case of influenza A*.

López L. P. (2004). *Población muestra y muestreo*.

Maciá-Barber, C. (2013). *La imagen del menor en la cobertura fotoperiodística de conflictos armados. El caso de la prensa generalista de España*.

Malgorzata. M. (2021). *El derecho a la educación en Afganistán y el impacto de los medios de comunicación*.

Martínez. M. (2011). *Redes alternativas de comunicación, framing y la construcción del poder político*.

Millán. T. (2001). *Las guerras que nunca vimos: El papel de la televisión en los conflictos bélicos*.

Newman. N, Fletcher. R, Schulz. A, Andi. S, Robertson. C, Klein. R. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021, 10th edition.*

Revista N° 56 de la Fundación Telefónica Telos. (2018). *Comunicación en tiempos bélicos: La guerra de la información en Afganistán.*

Riddick. B. (2009). *The Bombing of Afghanistan: The Convergence of Media and Political Power to Reduce Outrage.*

Rodríguez F. S. (2013). *La comunicación estratégica (STRACOM) en los conflictos modernos: El caso de Afganistán.*

Sánchez y Mercado. (2013). *ENCUADRES NOTICIOSOS LATENTES BAJO EL PARADIGMA POSITIVISTA: PROPUESTA DE ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO.*

Solosar A. I. (2017). *INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.*

Tracy, M. (3 de noviembre de 2021). [New York Times Adds 455,000 Subscriptions in Third Quarter](#). The New York Times.

Torres y García. (2009). *Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán.*