



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Relaciones Internacionales

**El “mundo” para los periodistas y las
audiencias de medios *online* en Argentina,
Chile y Uruguay**

Autora: Camila Giuliano
Legajo: 25032
Mentora: Eugenia Mitchelstein

Victoria, Provincia de Buenos Aires, mayo de 2017

ÍNDICE

Agradecimientos	3
Resumen/Abstract	4
Introducción	5
Estado de la cuestión	6
Medios de comunicación, opinión pública, democracia y política exterior	7
La teoría vinculada con el análisis de la selección de noticias: Agenda Setting	9
Agenda setting y noticias internacionales	11
Factores que explican la cobertura de noticias internacionales	13
El interés por las noticias internacionales en la era digital	15
Revisión sobre las características del sistema de medios, trayectorias política y cultura periodística de Argentina, Chile y Uruguay	17
Trayectorias políticas	18
Cultura periodística.....	18
Sistemas de medios y el estudio de noticias internacionales en America Latina	19
Marco teórico	21
¿Dónde se ubica nuestro estudio?	22
Noticias internacionales “most likely” para la teoría de agenda setting	22
Paradoja moderna y divergencia de intereses.....	24
Criterios de justificación y definiciones conceptuales	25
Hacia una definición del objeto de estudio: Las noticias internacionales.	25
Agendas	26
¿Por qué sitios online de diarios “líderes”?.....	27
¿Por qué esperaríamos similitudes entre los sitios de los países estudiados?.....	27
Pregunta de investigación, hipótesis y objetivos	28
Método	29
Muestra	31
La selección de los sitios.....	31
Descripción de las variables	33
Fiabilidad	34
Resultados	35
Composición de la muestra	35

¿Divergencia de intereses en cuanto a las noticias internacionales?.....	36
La Naturaleza de la Noticia: Tipos de noticia internacional	43
Principales temas de las noticias internacionales	45
El “mundo” de las noticias internacionales: Países más cubiertos.	49
Países y temáticas más desarrolladas. Los factores noticiosos.	52
Fuentes de las noticias internacionales	54
Formato de las noticias internacionales y la “inmediatez” del medio online.....	57
Discusión.....	62
Conclusión	68
Referencias bibliográficas	70
Anexos.....	79
Codebook.....	79
Reporte de fiabilidad intercodificador (Intercoder reliability).....	87
Tablas y gráficos de resultados.....	88
Guión entrevistas en profundidad a editores y periodistas de los sitios.....	97
Desgrabaciones de las entrevistas.	98
Entrevista a periodista de Internacionales de El País	98
Entrevista al editor de Internacionales de El País	113
Entrevista al encargado de Internacionales de EMOL.....	115
Entrevista a la subeditora de La Nación Online:.....	131

Agradecimientos

Con el cierre de este trabajo se termina una etapa que comenzó tras recibir en Arequito una carta que decía “Universidad de San Andrés”. Con muchas curiosidades y más incertidumbres que certezas, me embarqué en un gran desafío que hoy volvería a tomar. Después de mucho esfuerzo y perseverancia, llega a su fin.

Agradezco especialmente a mi mentora Eugenia Mitchelstein por su apoyo en todo momento durante el largo proceso de este Trabajo de Graduación.

Agradezco a todos aquellos que colaboraron con este trabajo, brindándome un momento de tiempo para realizar una entrevista, facilitándome un paper, haciendo sugerencias, y demás.

Agradezco a la Universidad de San Andrés, por haberme dado la oportunidad de crecer tanto académicamente como personalmente en esta maravillosa casa de estudios.

Agradezco a mi familia y en especial a mis papás por la confianza, el apoyo diario y la motivación constante.

Agradezco a mis amigas de la vida que a pesar de la distancia, están cerca siempre.

Agradezco a las grandes personas que conocí durante estos cuatro años que hicieron de cada día, uno mejor.

Sin ustedes, esta historia no podría ser contada.

Por eso, millones de gracias.

Resumen/Abstract

El presente trabajo analiza los intereses de los periodistas y las audiencias por noticias internacionales en los sitios web de diarios líderes de tres países de América Latina: Argentina (La Nación), Chile (EMOL) y Uruguay (El País). Buscamos entender en qué medida los periodistas tienen capacidad de fijar agenda, es decir, si hay convergencia o si existe una brecha de interés entre las noticias internacionales de asuntos públicos y no públicos que los periodistas presentan y aquellas que las audiencias eligen. Asimismo, examinamos si los medios convergen o difieren entre los países. El análisis se basa en los resultados obtenidos del método de análisis de contenido de las noticias publicadas de manera más preponderante en las páginas de inicio y las listas de las “más leídas” de los tres sitios durante un periodo de ocho meses que se extiende desde mayo a diciembre de 2016 y de entrevistas en profundidad realizadas a editores y periodistas de los tres sitios. Los resultados alcanzados por la investigación muestran que existe una brecha de interés en cada uno de los sitios y entre estas se presentan diferencias que se explican por factores diferentes. Para ello, retomamos los conceptos de factores noticiosos como la proximidad geográfica y cultural; la ubicación de las naciones en el sistema internacional; la prominencia para el país y la desviación de los sucesos.

Universidad de
San Andrés

Introducción

Gran parte de la información, conocimiento e imágenes que los ciudadanos tienen del mundo provienen de los medios de comunicación (Rosati y Scott 2011; Gavin 1998; Page & Shapiro 1992). En este sentido, una de las causas principales por las cuales el estudio de las noticias internacionales puede resultar de gran importancia es el efecto que Lippmann sugirió en *Public Opinion* (1922). Este se refiere a que el público se informa en gran medida sobre el mundo exterior, es decir, sobre eventos que están más allá de sus posibilidades de conocimiento directo, a través de los medios de comunicación, y estos contribuyen a moldear las imágenes del mundo en las mentes de las personas (Porath y Mujica 2011, 334).

A propósito de esto, la teoría vinculada con el análisis de la selección de noticias por parte de los medios de comunicación es la teoría de “agenda setting” (Cohen 1963; Lang y Lang 1966; McCombs y Shaw 1972; Iyengar y Kinder 1987; Patterson 1980; Iyengar, Peters y Kinder 1982). En términos de Lippmann (1922), puede entenderse a la selección como fuente de las “imágenes mentales” que los medios contribuyen a formar del mundo exterior. Según dicha teoría, los medios establecen una agenda en la cual priorizan, a través del proceso de selección (Wolf 1991), los temas o acontecimientos que consideran más importantes para la difusión y discusión en la opinión pública. De este modo, los medios le sugieren a las audiencias cuáles son los hechos a los que hay que prestarles más atención y, un gran número de estudios sobre establecimiento de agenda encontraron una correspondencia entre el énfasis que los medios le dan a ciertos temas y la importancia que les otorga la ciudadanía (McCombs y Stroud 2014; McCombs & Shaw 1972, 1977; Cohen 1963; Iyengar y Kinder 1987; Patterson 1980).

En esta línea, como establece Penalva Verdú (1998, 159), la teoría de agenda setting está fuertemente vinculada con el análisis de la selección de noticias y sobre todo para el análisis de las noticias internacionales porque las fuentes alternativas a la información que aportan los medios, como experiencias personales, comunicación interpersonal, entre otras, están más limitadas. En este sentido, tanto Gavin (1998) como Page y Shapiro (1992) sostienen que la cobertura de noticias internacionales está más determinada por las elecciones que los medios hacen e influencia más fuertemente a la opinión pública que las noticias sobre asuntos públicos domésticos ya que los

ciudadanos tienen sobre estos un mayor conocimiento contextual. De este modo, muchos trabajos se focalizaron en la naturaleza de las noticias internacionales en los medios y en la relación entre la cobertura periodística y la opinión pública (Schulz 2001; Wanta, Golan y Lee 2004; Penalva Verdú 1998; Porath y Mujica 2010, 2011; Porath, Mujica y Maldonado 2011; Golan 2006).

En este contexto, la propuesta general de este trabajo es llevar adelante un estudio mediante el método de análisis de contenido sobre la cobertura de las noticias internacionales y las preferencias de las audiencias en tres diarios online de tres países del cono sur: La Nación (Argentina), El País (Uruguay) y El Mercurio Online, EMOL (Chile). En concreto, nos interesa examinar si existe una brecha de interés entre los periodistas y las audiencias por las noticias internacionales de asuntos públicos, por un lado y de asuntos no públicos, por el otro. Asimismo, examinamos si las preferencias de los periodistas y consumidores divergen entre los países. El análisis es complementado por entrevistas en profundidad a periodistas y editores de los sitios estudiados para poder entender el contexto de producción de noticias y cuáles son los factores noticiosos que guían en mayor medida a los periodistas en la selección de las noticias sobre la materia.

Nuestro estudio se organizará de la siguiente manera: En primer lugar, comenzaremos con una revisión de literatura sobre la relación entre opinión pública, medios de comunicación y política exterior focalizándonos en su concepción a lo largo de la historia. Analizaremos también los principales antecedentes en materia de fijación de agenda y noticias internacionales, teoría sustantiva en la cual se inserta el trabajo. En segundo lugar, presentaremos el marco teórico del trabajo en el cual se precisarán los conceptos que guiarán el trabajo e indicaremos nuestras preguntas, hipótesis y objetivos de investigación. En tercer lugar, se dará lugar a la exposición de los resultados obtenidos a partir del análisis de contenido y entrevistas de profundidad a periodistas de los tres sitios y, en cuarto lugar, se presentará la discusión en función de lo que se ha encontrado en la literatura. Por último, cerramos el trabajo con una breve conclusión.

Estado de la cuestión

Medios de comunicación, opinión pública, democracia y política exterior

La disciplina de las Relaciones Internacionales tendió a prestarle poca atención tanto a los medios de comunicación como a la opinión pública (Robinson 2008; Rosati y Scott 2011). No obstante, el sub-campo del análisis de la política exterior acuerda con que los medios de comunicación y la opinión pública poseen significancia analítica (Robinson 2008). Desde esta perspectiva, entender el proceso de toma de decisiones de la política exterior requiere una examinación detallada de las influencias de las decisiones políticas a nivel estatal. De este modo, la cultura, historia, geografía, economía, instituciones políticas, mediáticas, ideologías, entre otras, forman el contexto social en el cual los decisores operan y, por ello, la importancia de considerarlas (Hudson 2008, 20).

A partir de este marco, esta revisión de literatura comienza con una breve referencia sobre cómo se concibió históricamente la relación entre medios de comunicación, noticias internacionales, opinión pública y la formulación política exterior. Luego, bajaremos en la escala de abstracción y reveremos la literatura sobre a lo que a este trabajo evoca y, en efecto, constituye un *primer paso* para entender dicha relación. Este tiene que ver con conocer el modo en que los medios de comunicación informan sobre los asuntos internacionales en la actualidad, si estos son capaces de fijar agenda en la materia y aproximarnos a los intereses de las audiencias con respecto a estos asuntos.

De este modo, para comenzar, cabe tener en cuenta el interrogante que guió a Holsti (1992) en su trabajo sobre si la política exterior está afectada por las percepciones de la opinión pública. Luego de la Guerra de Vietnam, un gran número de estudios revierten el consenso pos Segunda Guerra Mundial que establecía, en primer lugar, que la opinión pública era altamente volátil y proveía fundamentos débiles sobre política exterior. Segundo, que las actitudes públicas sobre política exterior carecían de estructura y coherencia; y, tercero, que la opinión pública tenía impacto limitado en la formación de la política exterior (Lippmann 1946, Almond 1956). De este modo, la Guerra de Vietnam representó un hito muy importante para el entendimiento del rol de la opinión pública con respecto a la cobertura de noticias relacionadas con la política exterior ya que la cobertura comenzó a reflejar diversos puntos de vista y se volvió

menos favorable a la política exterior del gobierno (Holsti 1992; Rosati y Scott 2011, 424; Hallin 1989).

Desde este campo, Robinson (2008, 141) postula que los medios de comunicación constituyen el nexo central entre opinión pública y política exterior. En este sentido, se pueden rastrear dos perspectivas dominan el debate académico sobre esta relación. Por un lado, el *modelo elitista* (Lippmann 1946, Almond 1956), estrechamente vinculado con la tradición realista de las relaciones internacionales, establece que los medios y la opinión pública son irrelevantes para las preocupaciones de los políticos o, que la única función de los medios es comunicar los puntos de vista de los políticos a los ciudadanos quienes pasivamente absorben lo que leen o escuchan. Por otro lado, el *modelo pluralista* (Golan, Wanta y Lee 2004; Mouron 2016; Milner y Tingley 2010; Holsti 1992) relacionado con la tradición liberal democrática, asume que la opinión pública es independiente tanto del gobierno como de los medios de comunicación y, para ello, los medios de deben presentar información objetiva y no simplemente los puntos de vista de los funcionarios políticos. El público es capaz de consumir y procesar la información que lee y escucha en los medios con el objetivo de formar sus propios puntos de vista.

El modelo elitista predominó en los análisis iniciales del rol de los medios de comunicación durante el consenso pos Segunda Guerra Mundial ya que era incierto si los medios cumplían con su papel democrático en lo que respecta a la política exterior (Holsti 1992). Los estudios basados en el modelo pluralista se incrementaron en las décadas 1980 y 1990 y, dos factores contribuyeron a este auge (Robinson 2008). Por un lado el conocido “efecto CNN” que encapsula la idea de que la tecnología de comunicaciones en tiempo real podría proporcionar respuestas importantes a las audiencias nacionales y a las élites políticas sobre los eventos globales (Robinson 1999, 301). Y, por el otro lado, el fin de la Guerra Fría y con ella el fin del prisma ideológico que había limitado tanto a los funcionarios como a los periodistas. No obstante, los análisis del rol de los medios de comunicación no dejaron de cuestionar si estos en realidad cumplen con su papel democrático, incluyendo lo que respecta a la política exterior (Robinson 2008, 142; Waisbord 2010). La prensa contribuye a la gobernanza democrática a través del monitoreo (watch dog) (Shudson 1995; Curran 2010), mediante la cobertura de información importante para la esfera pública que requiere la

atención de los ciudadanos y políticos (agenda setting) (Shudson 1995, Thompson 1998; Robinson 2008) y mediante la representación del espectro de la opinión pública facilitando la libre expresión de los ciudadanos, en términos de Habermas (1991) es dentro de esta esfera que los medios de comunicación deben ayudar a analizar las demandas de la opinión pública, educar, informar y facilitar el debate (Shudson 1995; Habermas 1991; Robinson 2008, 141).

Teniendo en cuenta esas consideraciones, en la era de la globalización, el flujo universal de información generado por los medios de comunicación llevaría a que a las personas a estar más “cerca” y, necesariamente, conduciría a una política exterior más abierta y sensible a los deseos del hombre común (Moisy 1997, 110). Si bien no existe un consenso al respecto, como establece Mouron (2016), aunque la política exterior fue históricamente considerada como un tema por el cual la población no posee ni muestra interés (Lippmann 1922; Almond 1956), durante las últimas décadas esta tendencia se ha estado revirtiendo y la política exterior tiene más posibilidades de verse afectada por las percepciones de la opinión pública (Holsti 1992; Milner y Tingley 2010; Burstein 2015; Mouron 2016).

La teoría vinculada con el análisis de la selección de noticias: Agenda Setting

La teoría vinculada con el análisis de la selección de noticias por parte de los medios de comunicación es la teoría de “agenda setting”. Como desarrollaremos, se espera que tenga más preponderancia en el análisis de las noticias internacionales (Penalva Verdú 1998, 159; Golan 2006; Gavin 1998; Page y Shapiro 1992).

El nacimiento de esta teoría tuvo lugar en el contexto del paradigma de efectos fuertes y duraderos en la década de 1970. En esta línea, Scheufele y Tewksbury (2007) explican que este cambio de paradigma estuvo impulsado por las investigaciones como las de Noelle-Neumann (1973) sobre los efectos duraderos en el flujo constante de medios presentados a las audiencias. Sin embargo, como explica Aruguete (2009, 17), la investigación pionera de la teoría de agenda setting fue *Public Opinion* (1922), y su autor, Lippmann, puede ser considerado su “padre intelectual” ya que fue quien postuló desde los inicios la relación existente entre la agenda de los medios y la agenda del

público (Aruguete 2009). Otro antecedente importante para esta teoría fue Cohen (1963, 13) quien estableció que “los medios frecuentemente no tienen éxito al decirle a la gente qué es lo que tiene que pensar, pero tienen un éxito asombroso al decirle a la gente sobre qué tiene que pensar”. Por su parte, el estudio de McCombs y Shaw (1972) representó la primera evidencia empírica de la teoría de agenda setting. Los autores acuñaron este término para hacer referencia, por lo tanto, a la capacidad de los medios de dirigir la atención de la opinión pública hacia determinados temas que los medios habían presentado como los más sobresalientes.

A partir de ese trabajo muchos estudios en diferentes ámbitos encontraron que los medios refuerzan la atención hacia ciertos asuntos, sugiriendo a las personas sobre qué deben pensar, saber y sentir (Lang y Lang 1966, 466; McCombs y Shaw 1972, 177; Iyengar y Kinder 1987; Patterson 1980; Iyengar, Peters y Kinder 1982).

Ahora bien, como establecen Scheufele y Tewksbury (2007), el modelo de agenda setting se enmarca en un modelo de procesamiento de la información basado en la memoria. Con esto, los medios pueden hacer que algunos temas puedan influenciar la atención de la opinión hacia ciertos asuntos a través de la administración de la accesibilidad que un tema irá a recibir. En otras palabras, no es la información específica sobre el tema la potencial generadora de efecto sino el hecho de que el tema haya recibido suficiente cobertura. Siguiendo esta línea, como indican Igartua y Humanes (2004, 245), un aspecto central de la teoría de agenda setting reside en comprender qué acontecimientos se van a considerar lo suficientemente interesantes para ser transformados en noticia. Por lo tanto, dado que el universo es complejo y los seres humanos limitados para entenderlo por completo (Luhmann 1973), la selectividad es una actividad necesaria y consecuentemente, los medios detectan que existe una sobreabundancia de información de sucesos que tienen posibilidades de aparecer en los medios y proceden a llevar adelante la tarea de “seleccionar” (Wolf 1991, Aruguete 2009).

En este sentido, Wolf (1991), conceptualiza “tematización” como un procedimiento informativo perteneciente a la fijación de agenda que supone poner un asunto en el orden del día de la atención pública, proporcionándole la importancia y la centralidad adecuada (Aruguete 2009). Para ello, los factores que determinan la

selección de las noticias tienen que ver tanto con la disponibilidad del material y con las características específicas del producto informativo. Por ello es de suma importancia entender el concepto de “news value” que establece, para cada caso, por qué un evento se convierte en noticia mientras que otros quedan ocultos a la opinión pública (Galtung y Ruge 1965; Schulz 1982; Wolf 1991; Igartua y Humanes 2004; Téramo 2006). Así, esto da lugar a que todos los medios cuenten con una agenda compuesta por un conjunto de temas informativos que son priorizados en un momento específico del tiempo (Dearing y Rogers 1996).

Agenda setting y noticias internacionales

En general, la investigación sobre las noticias internacionales fue descriptiva y generó evidencia significativa si los resultados se interpretan a la luz de una suposición de dependencia de los medios para la obtención de este tipo de información (Schulz 2001; Golan 2006). En este sentido, la literatura sobre las noticias internacionales toma en general como punta de partida la hipótesis de Lippmann (1922) que establece que las noticias internacionales son la principal fuente de las imágenes que las personas tienen sobre el mundo (Schulz 2001, 2-3). Así, describir cómo los medios de comunicación representan las noticias extranjeras cobra relevancia y la teoría que enmarca este análisis es en la teoría de agenda setting.

En esta línea, de acuerdo con la hipótesis de agenda setting, el público toma conciencia de los acontecimientos y cuestiones que aparecen en las noticias, y son los sucesos más destacados los que determinan con mayor fuerza la agenda pública (Schulz 2001). Como establece Rodríguez Díaz (2004), la teoría de agenda setting no es ajena a la proximidad tanto geográfica como empática o del grado de vinculación de la audiencia con un tema. De esta manera, no todos los temas cuentan *a priori* con el mismo grado de atención por parte del público sino que existen distintos grados de identificación del público con los diferentes temas. Esto depende, en gran medida, de si el público puede experimentar de forma directa los acontecimientos sin necesidad de remitirse a los medios o lo contrario. La cercanía o experiencia directa hace que el público pueda ser mucho más crítico y menos influenciado por los medios de comunicación. A partir de esto, se distinguen dos tipos de temas. Por un lado, los

“obtrusive” o “disruptivos” que son aquellos temas que el público conoce de manera directa pudiendo prescindir de los medios para emitir un juicio. Es por ello que, en términos de Lippmann (1922), los medios no ejercen tanta influencia en sus mentes porque las audiencias ya poseen una referencia personal al respecto siendo menos influenciables (Schulz 2001, 32). Ejemplos de estos pueden ser temas de inflación y empleo domésticos. Por el otro lado, los temas “unobtrusive” o “no disruptivos” son aquellos que resultan lejanos o poco familiares para las audiencias ya que no presentan un contacto directo con el hecho (Zucker 1978).

Los temas internacionales son definidos como “unobtrusive” y es por ello que se espera que la agenda de los medios resulte más influyente que en el caso de los temas “obtrusive” ya que al no contar con una experiencia directa, los medios pueden orientar al público en mayor medida ya que este se presenta más abierto y con menos filtros para asumir como fiable lo que transmite el medio de comunicación (Schulz 2001; Rodríguez Díaz 2004). La diferencia entre los efectos de la influencia de los medios de comunicación, es decir, el mayor efecto de la influencia del agenda setting en los temas “unobtrusive” está respaldada por una serie de trabajos empíricos en diferentes ámbitos de aplicación (Iyengar 1979, Palmgreen y Clarke 1977; Winter 1980).

Muchos estudios sobre la cobertura de noticias internacionales no solo revelan la importancia del proceso de selección sino que también la carencia en el equilibrio de la cobertura (Golan 2006; Wanta, Golan y Lee 2004, 364-366; Jones 2007; Penalva Verdú 1998). De este modo, el proceso de selección de las noticias en el establecimiento de agenda contribuye a determinar la cobertura que las diferentes naciones extranjeras tendrán en las noticias, y esto podría influenciar qué tan importantes son esas naciones para los individuos. Por ejemplo Golan 2006; Wanta, Golan y Lee (2004, 371) encuentra que cuanto mayor es la cobertura que una nación recibe, mayor cantidad de individuos pensarán que esa nación es de vital importancia para los intereses de Estados Unidos. Así, para la investigación sobre la transmisión de las “imágenes simbólicas” a través de la red de medios nacionales, el análisis de contenido de la localización de la noticia y de su fuente hecha luz para entender qué se elige como “noticiable” para la emisión y permite determinar la existencia de sesgo de fuentes o sesgo geográfico (Jones 2007, 224).

De esta manera, distintos elementos como la dependencia de fuentes, presiones organizacionales, culturales, sociales, entre otras, pueden condicionar la construcción de la agenda de los medios de comunicación en cuanto a noticias extranjeras (Gitlin 1980; Tuchman, 1978; Weaver y Gray, 1980; Aruguete 2010). En este sentido, si se define como sesgadas a “las noticias sistemáticamente desviadas de algún estándar de “realidad” o “realidad medida”” (Whitney et al 1989, 3; Gunter 1997), las razones por las que los sesgos pueden aparecer son varias (Whitney et al 1989). En primer lugar, las noticias reflejan la realidad del poder más que cualquier realidad genérica (Gans 1979). Segundo, las rutinas de los periodistas y las prácticas organizacionales están en sí mismas sesgadas por lo que algunos tipos de representaciones son más probables que otras. Sobre esta base, Tuchman (1978) explica que para localizar los recursos escasos para la cobertura de las noticias alrededor del mundo, los periodistas son enviados donde las noticias son más probables y estos en general son centros de poder político. Entonces, esto conlleva a que primen las rutinas de cobertura y que lo noticiable se vuelva predecible y, los sucesos posiblemente noticiables en lugares más remotos se vuelven más difícil de cubrir por las dificultades de entrada. En tercer lugar, las limitaciones económicas y tecnológicas hacen a algún tipo de noticias más probables que otras, en este sentido, las noticias están organizadas de forma burocrática y su organización implica consideraciones tanto económicas como tecnológicas (Whitney et al 1989; Jones 2007).

Factores que explican la cobertura de noticias internacionales

“Walter Lippmann (1922) fue el primero en referirse al término valor noticioso como la propiedad de un suceso que determina su probabilidad de convertirse en noticia” (Schwarz 2010, 20). De ahí, muchos estudios se focalizaron en la naturaleza de la cobertura de las noticias internacionales (Penalva Verdú 1998; Golan 2003, 2006; Whitney 1989; Chang 1988; Wanta 2004) con el objetivo de identificar las variables claves que explican el proceso de selección de las noticias internacionales en los medios de comunicación. Como establece Steve Jones (2007), determinar las preferencias sistemáticas que guían la selección de noticias es la tarea central en la investigación sobre las posibles discrepancias entre la “realidad” y las “imágenes del mundo” creadas por la prensa.

De este modo, estos trabajos hacen uso de la técnica de análisis de contenido para describir la imagen que los medios ofrecen del mundo. A partir de los clásicos estudios de Galtung y Ruge (1965) y Östgaard (1965), muchos académicos trataron de precisar cuáles son los determinantes de la cobertura de los hechos que ocurren más allá de las fronteras nacionales por parte de los medios de comunicación (Wu 2000; Golan 2006; Malik 1992; Penalva Verdú 1999; Chang y Lee 1994; Wanta, Golan y Lee 2004; Porath y Mujica 2010, 2011; Pizarro 2008, 205).

Si bien no hay un consenso absoluto en los criterios que determinan la cobertura y el interés social de las noticias internacionales, estos trabajos se enfocan en la toma de decisiones de los periodistas y en las características de los hechos y lugares de emisión. En general, encuentran ciertos factores o valores noticiosos de las noticias internacionales que explican su selección por parte de los medios de comunicación de las diferentes naciones. Entre los más destacados en la literatura se encuentran:

- *Desviación*: Se trata de eventos, acciones, personalidades que se sitúan fuera de la normalidad en cuanto al comportamiento cotidiano y esperado. Aquello que resulte novedoso, inusual, sensacionalista o conflictivo pueden ser indicios de hechos que puedan ser definidos como “desviados” (Golan 2006; Penalva Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006).

- *Prominencia para el país de origen del medio de comunicación*: Dependiendo del país de origen del medio, ciertas temáticas o países resultan más noticiables que otros en cuanto a las implicaciones o consecuencias del suceso en la vida social, económica y cultural del país de origen del medio (Porath y Mujica 2010, 31). En otras palabras, el grado de importancia, impacto, y efecto del evento para el país de origen del medio deriva en mayor o menor probabilidad de que el evento se constituya en noticia (Penalva Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006). Shoemaker y Cohen (2006), definen la significancia política como el contenido de la noticia que tiene un potencial o actual impacto en la relación entre los ciudadanos y el gobierno o entre los gobiernos de los países en cuestión. Con respecto a la prominencia económica, estos autores la definen como aquel contenido noticioso que tiene un potencial o actual impacto en el intercambio de bienes y servicios incluyendo el sistema monetario, empresario, trabajo, tarifas, recursos naturales, infraestructura, entre otros.

- *Proximidad geográfica*: Los países vecinos al país de emisión de la noticia recibirán una mayor cobertura noticiosa que aquellos que se encuentran más distantes (Golan 2006; Porath y Mujica 2010; Wu 2004). Como establecen Porath y Mujica (2010, 361), para el público lo próximo sería aquello que pese a ocurrir en el extranjero, afecta, de algún modo, a los nacionales.

- *Afinidad cultural*: Cuestiones que sean similares como la religión (Shomaker et al 1991), idioma, migraciones y matriz étnica (Golan y Wanta 2003) influyen en la cobertura (Porath y Mujica 2011, 33). Tiene que ver con la extensión del impacto de la noticia con respecto a la semejanza en las instituciones, tradiciones, normas, entre otras cuestiones con el país de origen del medio de comunicación.

- *Ubicación de las naciones en el sistema internacional*: Naciones con un PBI más grande (Robinson et al 1976), con un comercio de gran escala (Wu 2003), con gastos militares altos (Golan y Wanta 2003) y grandes poblaciones son más probables de ser cubiertas en los medios de masas de cualquier parte del mundo (Porath y Mujica 2010). Esto tiene que ver con el concepto de “naciones de elite” acuñado por Galtung y Ruge (1965) quienes establecen que hablar de naciones de elite o personalidades de elite puede servir como medio para dirigirse hacia una población más amplia. Por ejemplo, las noticias sobre personalidades de elite sirven como objetos de identificación por el público en general más allá de la importancia intrínseca del hecho (Galtung y Ruge 1965, 68).

El interés por las noticias internacionales en la era digital

La relación entre la propuesta noticiosa de los medios de comunicación a partir del proceso de tematización señalado por Wolf (1991) en el marco del establecimiento de agenda no obedece en todos los casos a una correlación entre lo que se propone y lo que capta el interés de las audiencias. En este sentido, como explican Mitchelstein, Boczkowski, Wagner y Leiva (2016) los periodistas, tanto por formación profesional como por requisitos organizacionales (Cook 1998; Williams y Carpini 2012) privilegian noticias sobre asuntos internacionales, política y economía mientras que las audiencias asuntos no públicos, entre ellos, deportes, entretenimientos, estado del tiempo, entre otros. En esta línea también se ubica la literatura que se podría englobar bajo la “ignorancia racional” postulada por Downs (1957) que establece que los ciudadanos

eligen no informarse sobre asuntos públicos porque los costos de hacerlo superan los beneficios que esta actividad les proporciona. Específicamente, un análisis empírico sobre la cuestión reciente es el trabajo llevado adelante por Boczkowski y Mitchelstein (2015). Los autores realizan un estudio de seis sitios periodísticos de diferentes países del continente americano y europeo y detectan una brecha temática entre las elecciones noticiosas online entre periodistas y el público. Por un lado, mientras que los periodistas “seleccionan” (Wolf 1991) artículos de asuntos públicos (temas sobre política, economía e internacionales), por el otro lado, el público le presta mayor atención a los artículos sobre deportes, policiales, espectáculos y estado del tiempo, es decir, asuntos no públicos. De este modo, en oposición al cuerpo teórico explicado anteriormente de agenda setting que establece que los medios de comunicación tienen capacidad fuerte y relativamente uniforme de fijar agenda, los autores encuentran una divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público lo que les permite afirmar que la capacidad de fijar agenda depende del contexto y es limitada durante los periodos de actividad política normal.

En esta línea de literatura que pone en jaque la teoría de agenda setting, en el marco de la era de la globalización donde el conocimiento sobre los eventos del mundo se vuelve más necesario (Wanta, Golan y Lee 2004, 365), la pregunta que hoy en día cobra relevancia es si las conexiones electrónicas globales hacen a los ciudadanos sean más conscientes de los problemas del mundo y más capaces de contribuir con soluciones (Moisy 1997). El flujo universal de información que lleva a las personas a estar más “cerca” necesariamente conduciría a una política exterior más abierta y sensible a los deseos del hombre común.

Como muestra Claude Moisy (1997), el análisis de las noticias internacionales alrededor del mundo revela una paradoja ineludible que *The Economist* llamó “paradoja moderna”: cuanto mejor se dan las condiciones que favorecen a la globalización, se le asigna menor importancia a las noticias provenientes del extranjero (The Economist, 4 de julio 1998) y diversos estudios apoyan esta tendencia en Estados Unidos y América Latina (Moisy 1997; Porath y Mujica 2010, 2011; Marin 2001; Schulz 2001). De este modo, el aumento de la capacidad de producir y distribuir noticias de tierras distantes ha ido acompañado por una disminución de su consumo. En esta línea, Moisy (1997, 112-114) en su estudio sobre Estados Unidos se pregunta: ¿Realmente importa para las

relaciones exteriores de los Estados Unidos si los medios de comunicación y el público en general se interesan menos por los asuntos internacionales? Esto nos permite retomar el inicio de esta revisión ya que suponemos que, en una verdadera democracia, la gente tiene voz en la forma en que se llevan a cabo las relaciones de su país con el resto del mundo y que un público desinformado es más probable que presione a sus líderes para tomar decisiones inapropiadas. A la conclusión que el autor llega es que el concepto de “establishment” en el cual se prevé que sólo un pequeño grupo de periodistas especializados, investigadores académicos y lectores instruidos participan en el debate de política exterior con políticos y altos funcionarios no es probable que sea superado por las nuevas tecnologías de la información.

Revisión sobre las características del sistema de medios, trayectorias política y cultura periodística de Argentina, Chile y Uruguay

Como en este trabajo nuestras unidades de análisis serán las noticias internacionales presentadas en tres sitios de noticias online de Argentina, Chile y Uruguay, cabe destacar que se trata de tres países de América del Sur de diferentes tamaños en cuanto a la cantidad de habitantes. Argentina es el país estudiado con mayor población (40 091 359 habitantes¹), seguido por Chile (16 634 603 habitantes²) y el país de la muestra con menor cantidad de habitantes es Uruguay (3 286 314 habitantes³).

Teniendo en cuenta esas características, en este apartado realizaremos una breve revisión del sistema de medios, la trayectoria política y cultura periodística de los tres países para encontrar similitudes y diferencias que nos ayuden a comprender el contexto a nivel país del proceso de producción de las noticias. Para ello, seguimos los lineamientos de Vreese (2003, 7-10) en su estudio cross national sobre el rol de las noticias en el proceso de formación de opinión sobre la integración europea ya que encuentra que varias características a nivel sistema definen el contexto en que se producen noticias. En esta línea, Semetko, de Vreese y Peter (2000, 122) establecen que el campo de la comunicación política incluye actores políticos (políticos y partidos), actores intermedios (agencias de relaciones públicas, asesores políticos, estrategias mediáticos), medios de comunicación (organizaciones de medios y periodistas) y la

¹ Según el último censo en Argentina del día 27 de octubre de 2010.

² Según el censo en Chile del año 2012.

³ Según el censo en Uruguay del año 2011.

opinión pública. Para comprender estos procesos desde la perspectiva cross national debemos considerar las características de dichas dimensiones en los países incluidos en nuestro estudio:

Trayectorias políticas

Con respecto a *sistemas políticos*, como indica Moreira (2006, 34), los tres países, con distintos grados de maduración política, compartieron en el último medio siglo recorridos políticos similares, es decir, radicalización política en los años sesenta, golpes de Estado entre mediados de los sesenta y mediados de los setenta, reaperturas democráticas desde inicios de la década de los ochenta. Y, la década de los noventa, como muestra Alvarado (2011, 7-10), se caracterizó por ser una época de modificaciones de los modelos de desarrollo en un contexto de una economía mundial cada vez más interconectada y globalizada. Se realizaron reformas de mercado y los países buscaron integrarse al mundo a través de distintas estrategias de inserción. Asimismo, los tres países se insertaron en la llamada "tercera ola" de gobiernos de izquierda en América Latina (Lanzaro 2007) y un mayor grado de institucionalización de la vida política y partidaria fue de la mano con una mayor importancia del eje izquierda-derecha en el alineamiento político de líderes y electorado (Moreira 2006, 34).

Cultura periodística

Con respecto a la *cultura periodística*, resulta importante tenerlo en consideración desde la perspectiva cross national ya que en el estudio de Hallin y Mancini (2004), para comparar a los sistemas de medios, los autores distinguen al profesionalismo periodístico como una de las dimensiones de los sistemas de medios y esto es de gran importancia debido a la falta de claridad del término que tiene que ver con la falta de conocimiento esotérico y con el grado de profesionalización que, a su vez, está estrechamente vinculado con las normas profesionales. De este modo, Ruiz (2009) en su análisis sobre los elementos que definen a la profesión periodística en Latinoamérica, encuentra que hay ciertas características que definen al periodismo en la región a través de un análisis histórico de las estructuras sociales compartidas durante las últimas décadas que delimitan al periodismo latinoamericano. En lo setenta, por los métodos violentos para oprimir la libertad de información y al periodismo por parte de las

dictaduras, la prensa tuvo un carácter político y la vida intelectual fue fuertemente afectada durante este período por la teórica crítica y el pensamiento europeo. En los ochenta, el rol del periodismo comenzó a ser más complejo que la mera relación entre gobierno y prensa, comenzando, además, una diversificación de programas de periodismo en las universidades. En los noventa, la oferta formativa de los programas de periodismo en la región alcanzó su punto más alto y, en esta década y en la primera del nuevo siglo tiene lugar la existencia de un gran monopolio de los medios. De este modo, muchos de los factores que interfirieron en el curso de la profesión y los aspectos que parecen diferenciar al periodismo latinoamericano tienen que ver con problemas de formación vinculados con la autonomía de la profesión, la existencia y alcance de los colegios profesionales y su valor cultural, las formas políticas y económicas, y la influencia extranjera ejercida por Europa y Estados Unidos (Ruiz 2009, 198-99).

Sistemas de medios y el estudio de noticias internacionales en America Latina

Como establece Waisbord (2010, 307-8), el pluralismo en el sistema de medios funciona como punto de referencia para evaluar si la prensa efectivamente expande el rango de temas y perspectivas en la esfera pública. El autor afirma que a pesar de que con el fin de las dictaduras militares mejoraron las condiciones para la práctica periodística y la participación cívica y que con la consolidación de las democracias liberales se afirmó una sociedad civil vibrante, no han sido condiciones suficientes para institucionalizar el pluralismo mediático que aun permanece débil en las democracias latinoamericanas.

En este sentido, en la región, los más viejos y más influyentes diarios nacieron como proyectos de facciones partidarias y familias poderosas durante el periodo de la segunda independencia y fueron fundados en las repúblicas oligárquicas del Siglo XIX (por ejemplo, *El Mercurio* de Chile, *El País* de Uruguay, *La Nación* de Argentina, *El Comercio* de Perú, *Estado de Sao Paulo* de Brasil). Estos diarios expresaban las aspiraciones económicas y políticas de elites y partidos políticos. Sin embargo, la prensa partidaria no se volvió dominante en América Latina en el Siglo XX. Los sistemas nacionales de prensa normalmente se desplegaron como periódicos de élite que representaban los intereses de los grupos económicos y políticos dominantes. En este sentido, la relación se basaba en vínculos económicos y políticos. Los funcionarios gubernamentales necesitaban los medios de comunicación para avanzar en sus objetivos

políticos, y las perspectivas de negocios de las compañías de medios estaban sujetas a mantener buenas relaciones con el estado. En definitiva, el legado de la prensa y la democracia ha sido plagado simultáneamente por "captura del mercado" y "captura del Estado" (Waisbord 2010, 308).

Así, resulta visible que la construcción de los espacios de los medios de comunicación en los tres países no se generaron a partir de luchas por participación y debate, sino que derivaron de las elites de poder concibiéndolos como commodities para explotar en el mercado privado, y como mecanismos de control social y político (Lugo-Ocando 2008, 2). Diversos autores coinciden en una de las características más sobresaliente de los sistemas de medios latinoamericanos es su alto nivel de concentración de la propiedad (Mastrini y Becerra 2011; Bustamante 2008; Ford y Rivera 1985; Getino 1995; Mastrini 2005). En este sentido, el pluralismo de los medios de comunicación en América Latina posee actualmente grandes desafíos y uno de ellos es la concentración (Waisbord 2010, 308).

Con respecto al el estudio de las noticias internacionales ha sido estudiado de diversos modos en la región pero no hallamos un corpus abundante sobre la cuestión. Resulta interesante destacar el proyecto internacional Foreign TV News Around the World, en el que participan investigadores de diecisiete países de distintas regiones (Brasil y Chile de América Latina) que tiene por analizar la incidencia y tratamiento que tienen las noticias que provienen del extranjero en el trabajo informativo de la televisión, así como el valor asignado a ellas en las sociedades de los diferentes países participantes.

El método de análisis de contenido es el más utilizado para el estudio de la cobertura de noticias extranjeras de los medios de comunicación de América Latina y mediante la realización de encuestas y focus groups se estudiaron las percepciones del público sobre las noticias extranjeras tanto en televisión como en la prensa escrita. Los hallazgos de estos trabajos coinciden en destacar la primicia de los contenidos locales por sobre los internacionales y también coinciden en determinar ciertos factores más noticiables para los asuntos internacionales como la desviación y la cercanía geográfica (Porath y Mujica 2010, 2011; Pizarro 2008; Schwarz 2010; Porath, Mujica y Maldonado 2011).

Marco teórico

Como se adelantó, este trabajo buscará aportar a un mayor entendimiento sobre el rol que la opinión pública puede jugar en la formulación de la política exterior. De este modo, consideramos que un primer paso para entender esta relación, en la cual los medios de comunicación son el nexo entre opinión pública y política exterior (Robinson 2008), es conocer el modo en que las audiencias se informan sobre este tipo de asuntos por parte de los medios de comunicación. En este sentido, no se debe perder de vista que la cobertura en la materia está, en gran medida, determinada por el criterio de selección de noticias internacionales que llevan adelante los periodistas (Galtung y Ruge 1965; Schulz 1982; Wolf 1991; Igartua y Humanes 2004).

Retomamos el concepto de “brecha noticiosa” acuñado por Boczkowski y Mitchelstein (2015) que sugiere la idea de la divergencia temática entre la oferta y demanda de las noticias de actualidad: mientras editores y periodistas tienden a dar prioridad a las noticias de asuntos públicos, los consumidores optan por noticias sobre asuntos no públicos. Específicamente, aplicaremos el análisis de la “brecha noticiosa” en el estudio de los intereses de los periodistas y el de las audiencias en materia de noticias internacionales de asuntos públicos, por un lado, y no públicos, por el otro lado, en los sitios web de tres diarios de América del Sur: La Nación (Argentina), El Mercurio Online (EMOL) (Chile) y El País (Uruguay). El estudio busca dar cuenta si, como establece la teoría de agenda setting, hay correspondencia entre el énfasis que los medios le dan a estos temas y la importancia que les dan las audiencias o si por lo contrario, los medios de comunicación no tienen éxito en la fijación de agenda en esta temática. Así, el análisis de las noticias internacionales de asuntos públicos, por un lado, y asuntos no públicos, por el otro, nos ayudará a discernir si existe una brecha con respecto a qué tipo de noticias internacionales. A su vez, nos permitirá caracterizar cuales son las “imágenes” (Lippmann 1922) que los ciudadanos poseen del mundo a través de los sitios y cómo se lo entiende, o que se prioriza, a través de su cobertura.

Esta sección se organiza de la siguiente manera: En primera instancia, justificaremos la elección de las noticias internacionales como unidades de análisis del estudio y explicaremos las dos posturas presentes en la literatura sobre la capacidad de establecimiento de agenda con respecto a noticias internacionales. En segundo término,

presentaremos el cuerpo de literatura sobre los sistemas políticos, culturas periodísticas y sistemas de medios de los tres países de origen de los sitios estudiados para dar cuenta de las similitudes y diferencias que nos lleva a esperar resultados similares entre ellos. En tercer lugar, presentaremos las definiciones y justificaciones conceptuales que guiarán el estudio. Por último, presentaremos las hipótesis y objetivos del trabajo.

¿Dónde se ubica nuestro estudio?

El principal motivo que explica porqué tomamos a las noticias internacionales como unidades de análisis tiene que ver con que estudio de las noticias internacionales presentadas por los medios resulta particularmente interesante ya que aparecen como el caso “most likely” (Gerring 2006; Seawright y Gerring 2008) para que se cumpla la teoría de agenda setting. Esto significa que habría más posibilidades de que se cumpla la teoría de agenda setting en este tipo de noticias porque forman parte del conjunto de temas “unobtrusive” o “no disruptivos”, es decir, son tópicos que resultan lejanos o poco familiares para las audiencias ya que estas no presentan un contacto directo con el hecho (Zucker 1978). Así, se esperaría que medios tengan una fuerte capacidad para fijar agenda y que logren influenciar en mayor medida a la opinión pública.

A partir de dicha consideración, presentamos las dos posturas encontradas en literatura sobre la capacidad de establecimiento de agenda con respecto a noticias internacionales en la que se enmarca nuestro trabajo. Por un lado, aquellos que establecen a partir de la teoría de agenda setting que los medios marcan agenda en materia de noticias internacionales (Lippmann 1922; Galtung y Ruge 1965; Zucker 1978; Page y Shapiro 1992; Gavin 1998; Wu 2004; Wanta et al 2004; Golan 2006). Por el otro lado, aquellos que sostienen que los medios de comunicación no tienen éxito en la fijación de agenda en esta temática (Moisy 1997; Porath y Mujica 2010, 2011; Marin 2001; Schulz 2001; Boczkowski y Mitchelstein 2015; Mitchelstein et al 2016).

Noticias internacionales “most likely” para la teoría de agenda setting:

Detectamos en la literatura dos motivos en los que se basan los estudios que esperan que medios tengan una fuerte capacidad para fijar agenda y que, de esta manera, logren influenciar en mayor medida a la opinión pública:

El primer motivo tiene que ver con los argumentos de Downs (1957) en *Teoría Económica de la Democracia*. En su modelo, el autor supone que un sujeto racional solo puede adquirir un número limitado de información, en primer lugar, por limitaciones de la mente innatas del ser humano que solo puede abarcar un volumen limitado de información, en segundo lugar, por la escases de tiempo para asimilar y evaluar dicha información y, en tercer lugar, por la existencia de costos que pueden ser tanto transferibles como no transferibles. El autor desarrolla que los costos de invertir en informarse políticamente son altos e indica que la regla básica para determinar el volumen de información es que el individuo continúa invirtiendo recursos en procurarse datos hasta que el rendimiento marginal de la información sea igual a su costo marginal. Downs (1957) desarrolla en su modelo que el rendimiento de la adquisición de información para votar depende del valor de voto y, que un sujeto racional compraría información política por diversas razones como influir en la política, según su previsión de cuan decisivo puede ser su voto, por entretenimiento o prestigio social. Sin embargo, el autor sostiene que lo racional para gran parte del electorado es minimizar su inversión en información política ya que sus rendimientos marginales son muy pequeños o nulos. En este sentido, se puede extender el argumento de Downs al caso de los ciudadanos informándose sobre asuntos internacionales. El razonamiento, en términos de Downs, es el siguiente: como los ciudadanos obtienen ganancias mínimas o nulas de informarse sobre lo que pasa en el mundo, estos invierten poco en hacerlo y, la manera más sencilla de hacerlo es dejándose “influnciar” por la propuesta de temas que hacen los medios de comunicación en la materia.

El segundo argumento, también se desprende del análisis de Downs (1957), y se refiere a que tanto el “conocimiento contextual” como la información propiamente dicha pueden tratarse como información y, que, a su vez, uno de los componentes de los que depende la capacidad del ciudadano para hacer uso de la información política es del propio conocimiento contextual. En términos Zucker (1978), se corresponde con la diferenciación hecha en el apartado anterior sobre temas “obtrusive” y “unobtrusive”. De este modo, podemos ver que en el caso de los asuntos internacionales no existe dicho “conocimiento contextual” que funcione como proveedor de información gratuita y como mecanismo que ayuda a interpretar la información que se recibe. Esto sugiere que la cobertura de noticias internacionales puede determinar más fuertemente a la opinión pública que las noticias sobre asuntos domésticos que los ciudadanos

experimentan experiencias directas (Zucker 1978; Schulz 2001; Rodríguez Díaz 2004; Penalva Verdú 1998, 159; Golan 2006; Gavin 1998; Page y Shapiro 1992; Galvin 1998). Con esto vemos nuevamente como el argumento de estos autores puede interpretarse como la probabilidad más alta que tiene de cumplirse el modelo de agenda setting en el caso de los asuntos internacionales.

Paradoja moderna y divergencia de intereses:

Aunque se tenga en cuenta la importancia de la cobertura de las noticias internacionales es más preponderante para las audiencias en la actualidad que antes de la década de los noventa debido los procesos de globalización emergentes, desde el cuerpo de literatura que establece la debilidad de los medios para fijar agenda, podría decirse el modelo de agenda setting no siempre se cumpliría para este tipo de noticias (Moisy 1997; Porath y Mujica 2010, 2011; Marin 2001; Schulz 2001; Boczkowski y Mitchelstein 2015; Mitchelstein et al 2016).

En este sentido, el análisis de las noticias internacionales alrededor del mundo, como se detalló, revela una paradoja ineludible que *The Economist* llamó “paradoja moderna”⁴ (The Economist, 4 de julio 1998). Esto mostraría la debilidad de marcar agenda en tanto no se presta atención o no se priorizan las noticias internacionales de asuntos públicos para “encantar” a las audiencias. En esta línea, de acuerdo a la teoría de “ciudadanía monitorial” (Schudson 1998), como explican Boczkowski, Mitchelstein, Wagner y Leiva (2016), implica que las audiencias no eligen escrupulosamente los temas de asuntos públicos en momentos de rutina, sino que con una mirada superficial sobre las noticias solo fijan su atención en temáticas de asuntos públicos en situaciones de “desviación” de la normalidad o lo cotidiano. Por ejemplo, cuando cuestiones más fenomenales alteran la dinámica de la política o la sociedad, como atentados, campañas electorales, desastres naturales, entre otros (Schudson 1998; Mitchelstein et al 2016).

En este sentido se esperaría que las audiencias presenten un interés menor por las noticias internacionales de asuntos públicos en general en momentos de normalidad,

⁴ “Here is the news”, The Economist 4 julio 1998, citado por Schulz (2001), Porath y Mujica (2011) y Moisy (1999).

más allá de lo que los periodistas prioricen y que este interés se “active” ante hechos “desviados” (Golan 2006; Penalva Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006).

Criterios de justificación y definiciones conceptuales:

Hacia una definición del objeto de estudio: Las noticias internacionales.

En la literatura sobre la cuestión, se presentaron diferentes conceptualizaciones y operacionalizaciones de las noticias extranjeras en función a los objetivos de cada estudio (Porath y Mujica 2011, 338). En este sentido, Hjarvard (2002) distingue dos tradiciones en los estudios de análisis de contenido de las noticias extranjeras. Por un lado, los estudios de valor noticioso que se centran en los factores que explican los criterios utilizados por los editores en el momento de seleccionar las noticias extranjeras. Y, por el otro lado, los estudios sobre el flujo de noticias a nivel internacional que hacen hincapié las regiones o países más cubiertos por los medios y las representaciones se construyen sobre cada área geográfica. Ambos tipos de estudios se relacionan con este trabajo ya que fueron llevados adelante para dilucidar los factores que explican los resultados obtenidos en el análisis de contenido de noticias internacionales en medios determinados y países específicos (Porath y Mujica 2011, 336).

En este estudio se clasifica la naturaleza del evento informativo en cuatro categorías (Porath et al 2011, 357-8)⁵:

- *Doméstica*: Eventos que ocurren dentro del país de origen del medio sin ninguna participación ni referencia a extranjeros u otros países. Por ejemplo, las noticias sobre las elecciones municipales en Chile que tuvieron lugar el 23 de octubre de 2016 que se presentan en EMOL o las noticias sobre el torneo de fútbol argentino de La Nación.
- *Doméstica con participación extranjera*: Eventos que ocurren dentro del país de origen del medio con referencia otros países, a extranjeros u organizaciones internacionales. Por ejemplo, las noticias sobre la visita de Máxima Zorreguieta a Argentina presentadas por La Nación o las noticias sobre la visita de Dilma Rousseff a Uruguay tras la invitación del Frente Amplio que aparecieron en El País.

⁵ A partir de la clasificación utilizada por Schulz (1976, 133) y utilizada por el mismo autor en otro estudio sobre noticias extranjeras en la prensa escrita (2001, 8-9).

- *Extranjera con participación doméstica*: Eventos localizados en el exterior con participación del país o nacionales del origen del sitio. Por ejemplo, las noticias sobre la participación de las delegaciones nacionales de los tres sitios en Brasil en los Juegos Olímpicos o por ejemplo una noticia sobre el robo sufrido por un uruguayo en Buenos Aires presentada por el diario El País.
- *Exclusivamente extranjera*: Eventos que ocurren en el extranjero sin ninguna participación de nacionales. Por ejemplo, las noticias sobre la situación en Siria presentada en los tres sitios, aquellas sobre el Brexit en Reino Unido o aquellas sobre el golpe de estado fallido en Turquía.

Como establecen Porath y Mujica (2011, 337-8), la construcción de esta matriz de cuatro categorías permite captar las noticias que no se limitan solamente a aquellas en las que entra en escena el concepto de Estado en su carácter público. En este sentido, dentro de las temáticas que alcanzan estas categorías también se encuentran deportes, negocios, desastres naturales, sociedad, entre otros independientemente de la aparición del Estado en el suceso.

En este marco, de aquí en adelante llamaremos “noticias internacionales” a las noticias correspondientes a las categorías de “doméstica con participación extranjera”, “extranjera con participación doméstica” y “exclusivamente extranjera”.

Agendas

El proceso de Agenda Setting consta de tres componentes interrelacionados: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política o institucional (Dearing & Rogers 1996; Rodríguez Díaz 2004; Aruguete 2010). En nuestra investigación se estudian las dos primeras.

Por un lado, la llamada "agenda-setting de los medios" se define como “un conjunto de cuestiones comunicadas en función de una determinada jerarquía” (Aruguete 2010, 13) y tiene que ver con la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. Por el otro lado, la "agenda-setting del público" es el grado o jerarquía de importancia que da el pública a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo (Dearing & Rogers 1996, 41) y se relaciona con la medición de la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia.

En este trabajo intentaremos verificar si se cumple el establecimiento de agenda, en este caso sobre los asuntos internacionales, que como se dijo, se mide según la capacidad de los medios de trasladar a la agenda del público la importancia de ciertos temas, a partir de la jerarquía informativa que se les otorga (Aruguete 2010, 14).

¿Por qué sitios online de diarios “líderes”?

Como establece Schulz (2001, 3), entre todos los medios de comunicación, los principales diarios de un país tienen un papel central en la formación de imágenes extranjeras y tienen gran capacidad de influencia en el carácter de las relaciones internacionales. Para este autor, los principales periódicos son una importante fuente de noticias de la élite de un país y de líderes de opinión. De hecho, estas noticias a menudo son fuente para otros medios de comunicación de masas, y como tales, establecen la agenda de noticias internacionales en lo que podría entenderse como un proceso de inter-media agenda setting (Golan 2006; Boczkowski 2010).

Asimismo, el soporte que difunde la noticia es también una variable a la hora de su definición (Martini 2000, 33). Podemos afirmar que vivimos en una sociedad posindustrial donde el flujo de información es mundial y la televisión por cable y los sitios de noticias online generaron mayor competencia y capacidad de los consumidores para elegir lo que desean consumir y en qué momento (Boczkowski y Mitchelstein 2015; Moisy 1997, 110). En este sentido, si bien no podemos determinar con exactitud la diferencia de la eficacia de diarios y televisión a la hora de marcar agenda; la ventaja del estudio de los medios digitales es que permite conocer de manera más precisa los comportamientos e intereses de las audiencias que antes de su emergencia solo podían ser estudiados de manera agregada e indirecta, como por ejemplo, a través de focus groups, entrevistas, encuestas, información sobre circulación y ratings (Mitchelstein, Boczkowski, Wagner y Leiva 2016, 1032).

Por las razones expuestas, nos parece interesante desplegar el análisis en los sitios digitales de diarios principales de tres países latinoamericanos.

¿Por qué esperaríamos similitudes entre los sitios de los países estudiados?

Las noticias de los sitios que se estudian en este trabajo pertenecen a tres países del América Latina, que como desarrollamos en el estado de la cuestión de este trabajo, Argentina, Chile como Uruguay poseen similitudes en cuanto a sus trayectorias

políticas, sistemas de medios y culturas periodísticas. Con este marco explicado, acotamos nuestro estudio a un sitio de noticias por país (La Nación, EMOL y El País) que convergen en una serie de dimensiones críticas que nos permiten predecir tanto por las características de los propios sitios como aquellas a nivel sistema y región, que la cobertura y el interés de sus audiencias sería similar entre ellos.

De este modo, estos sitios pertenecen a países de la misma región donde las consideraciones de proximidad geográfica y cultural respecto al mundo resulta similar. A su vez, estos sitios pertenecen a organizaciones mediáticas tradicionales y dominantes en sus países. Son sitios generalistas que informan sobre toda clase de sucesos, están vinculados a diarios impresos y, también, se identifican con perspectivas conservadoras o de derecha. En este sentido, esperamos que los ciudadanos tengan a través de estos medios de comunicación “imágenes del mundo” similares mediante el proceso de jerarquización desarrollado por los periodistas de los tres sitios guiados por factores noticiosos análogos.

Pregunta de investigación, hipótesis y objetivos

A partir de los cuerpos de literatura desarrollados, el presente trabajo tratará de responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Existe una brecha de interés entre la cobertura y el interés de las audiencias en noticias internacionales de asuntos públicos y no públicos en los sitios web de La Nación (Argentina), El País (Uruguay) y El Mercurio Online (Chile)? Considerando dicha pregunta que guiará nuestro trabajo, nos planteamos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: La agenda de los periodistas en cuanto a noticias internacionales no coincide con la agenda de las audiencias en esta materia.

Hipótesis 2: Las preferencias informativas de las audiencias y de los periodistas en cuanto noticias internacionales es similar es en los tres sitios de la muestra.

A partir de las hipótesis detalladas, nuestro trabajo tiene los siguientes objetivos:

El objetivo general es analizar en qué medida difieren las preferencias informativas de los periodistas y de las audiencias en lo que respecta a las noticias

internacionales en los sitios online de La Nación (Argentina), El País (Uruguay) y El Mercurio Online (Chile) en los meses que abarcan de mayo a diciembre de 2016.

En cuanto a los objetivos específicos: El primero de ellos es examinar la composición de las noticias internacionales que aparecen en las listas de noticias de las homepages y en la sección de las “más vistas” de los tres sitios. El segundo, identificar la convergencia o divergencia de las agendas en cuanto a noticias internacionales de asuntos públicos y no públicos que ofrecen los periodistas y la demanda de las audiencias. El tercer objetivo es examinar si existen diferencias entre las preferencias informativas de los periodistas y de las audiencias entre los tres sitios de los tres países a la luz de las teorías de los factores noticiosos.

Método

Para examinar el concepto de “brecha noticiosa” en cuanto a noticias internacionales, unidades de análisis del presente estudio, replicamos la metodología llevada adelante por Boczkowski y Mitchelstein (2015) que permite examinar las elecciones noticiosas de periodistas y consumidores y desplegarla en un estudio comparativo en distintos sitios periodísticos. De este modo, se ha realizado el análisis de contenido de noticias pertenecientes a tres sitios en línea de América del Sur: La Nación (Argentina), El País (Uruguay) y EMOL (Chile). Cabe destacar que el análisis de contenido es una de las técnicas de análisis cuantitativo más utilizadas en los estudios de agenda setting (Krippendorff 2012; Wrench et al 2008; McCombs y Shaw 1972; Reese y Danielian 1989)

El análisis se basa en una muestra de 3.778 noticias de los tres sitios. Del total de la muestra, 2.518 noticias pertenecen a la lista de los periodistas es decir fueron recolectadas de las homepages de los sitios y 1.260 pertenecientes de las “más leídas/vistas”, o lista de las audiencias. Los datos se juntaron en 56 días desde el 3 de mayo y el 30 de diciembre de 2016 y el método de recolección fue el de semana compuesta o construida (Hester y Dougall 2007; Téramo 2006). Se recolectaron las noticias de los siete días de la semana ubicados en distintas semanas de cada uno de los ocho meses que comprende la muestra: mayo a diciembre. En otras palabras, la semana construida consiste en elegir, por ejemplo, el lunes de la primera semana del mes, luego

el martes y viernes de la segunda semana, y así consecutivamente hasta cubrir una semana por mes (de lunes a domingo). Como establece Ramírez Gelbez (2017, 73), “este modo de selección permite obtener una muestra aleatoria de la información y evita las distorsiones propias de un momento reducido”. A su vez, la muestra establece un rango amplio que incluye, específicamente, noticias de ocho semanas construidas que permite el análisis que presentaremos. El horario de recolección fue en todos los casos entre las 18 y 18 30 hs de cada día ya que es el horario en el cual quedan manifiestas las noticias más clickeadas durante el día.

La *agenda de los periodistas* se midió en función de las 15 noticias que aparecen primero en la pantalla de las homepages de los sitios de diarios online (en una grilla de izquierda a derecha y de arriba abajo)⁶. Este criterio de recolección es utilizado sobre la base del entendimiento de que aquellas noticias que aparecen en la parte superior del sitio son las consideradas más “importantes” por los periodistas y, por ende, son un indicador de lo más noticioso para el periodismo. La *agenda de las audiencias* se mide en función de las noticias que los sitios presentan como “más leídas/vistas” (Mitchelstein, Boczkowski, Wagner y Leiva 2016, 1035).

La totalidad de las 3.778 noticias recolectadas fueron codificadas en función a la variable “contenido 1” que toma valor 1 cuando se trata de una noticia internacional como se definió anteriormente y 0 cuando la noticia hace referencia a un suceso exclusivamente doméstico. De este modo, solo las variables que tomaron valor 1, es decir, que son noticias internacionales fueron codificadas según las demás categorías. La cantidad de noticias internacionales en la muestra alcanza las 1.770 noticias.

Adicionalmente, se realizaron cuatro entrevistas en profundidad a informantes claves con el objetivo de conocer de primera fuente el proceso de selección de noticias internacionales. Estas se efectuaron a periodistas y editores de la sección de internacionales de los sitios que conforman nuestra muestra⁷. Se realizaron en total cuatro entrevistas en profundidad que se pueden encontrar sus correspondientes

⁶ Se seleccionaron las 15 primeras noticias que aparecen en las homepages porque estas son las más priorizadas por los periodistas y en este número en general aparecen noticias internacionales diariamente, sea más arriba o más abajo.

⁷ Las cuatro entrevistas en profundidad se realizaron a la subeditoria de Internacionales de La Nación Online, al Encargado de Internacionales de EMOL, a un periodista y al editor de la sección de Internacionales El País.

desgrabaciones en los anexos de este trabajo. El diseño del guión de las entrevistas se hizo sobre la base del construido por Pizarro (2008, 86) en su estudio sobre el “mundo” en la prensa argentina. A través de este guión se buscó comprender las cifras obtenidas en el análisis de contenido, específicamente en lo referente a la lista de los periodistas o homepages. El primer grupo de preguntas estuvo relacionado con las rutinas profesionales, la organización de la sección, elaboración de la agenda de un día cualquiera, la cantidad y distribución de corresponsales, la dependencia o no de las agencias internacionales de noticias, entre otras cuestiones. El segundo grupo de preguntas se relacionó directamente con los resultados del análisis de contenido. De ahí que se les consultó sobre los factores que consideraban como más determinantes para que un hecho internacional sea cubierto, sobre los temas más tratados y que consideran de mayor interés, como así también se les consultó sobre la relación con la inmediatez del medio online entre otras cuestiones. El guión también se puede apreciar en los anexos del estudio.

Si bien muchos estudios sobre los factores noticiosos se limitaron al análisis de contenido, como establece Schwarz (2010, 21) “la manera más factible de juzgar el criterio noticioso de los periodistas sería el análisis del proceso de entrada y salida de la información en organizaciones noticiosas”. En este sentido, para la interpretación de los resultados cuantitativos y la explicación acerca de los factores noticiosos, las entrevistas en profundidad resultan muy útiles y esclarecedoras.

Muestra

La selección de los sitios

Para llevar a cabo el nuestro análisis, elegimos tres sitios online de diarios principales que pertenecen a organizaciones mediáticas tradicionales y dominantes en sus respectivos países. A continuación, presentamos una breve descripción de cada uno de ellos:

- *La Nación*⁸ es uno de los diarios tradicionales de Argentina y el segundo diario impreso más grande del país. Su primer ejemplar fue publicado en 1870 e históricamente es considerado como un diario conservador en política, liberal en materia económica y católico (Pizarro 2008). En la actualidad, el medio cuenta con su versión online con una alta cantidad de usuarios únicos por día que es el sitio utilizado para llevar adelante este trabajo.

- *El Mercurio*⁹ es un periódico chileno tradicional que se caracteriza desde sus inicios por tener una línea editorial conservadora. Su primer ejemplar fue publicado en el año 1900. En la actualidad, el medio cuenta con una versión en línea y un portal de noticias basado en la publicación periódica. “Emol.com” que es el portal de noticias online de El Mercurio es el que usaremos para este trabajo. Este portal data de mediados de la década de 1990 como un servicio de información económica y de actualidad para empresas. En la actualidad “Emol” es el portal de noticias más leído de Chile que funciona en coordinación con la pauta de “El Mercurio” impreso, pese a tener una jefatura definida y su propio equipo de trabajo (Ramírez 2008).

- *El País*¹⁰ es el diario uruguayo con mayor circulación nacional y su primera edición fue en 1918. Como establece Schuliaquer (2017, 172), este diario es uno de los actores fundamentales en el ámbito político uruguayo. Este surgió en el seno del Partido Blanco y al día de hoy sus directivos reconocen vínculos con el Partido Nacional. A partir de 1996 cuenta con una edición online, sitio que utilizamos para la realización del presente estudio.

Como se adelantó, la selección de estos tres sitios tiene que ver con que estos son comparables por diferentes motivos. En primer lugar, como vemos en las descripciones, son similares en la medida que se trata de ediciones online de diarios generalistas con publicaciones de alcance nacional en sus respectivos países. En segundo lugar, los tres estos poseen una ideología conservadora. En tercer lugar, los tres sitios consiguen un alto número de visitantes únicos por día como indica el Ranking Alexa¹¹, es decir, tienen un alto número de visitantes únicos por día formando parte de

⁸ <http://www.lanacion.com.ar>

⁹ <http://www.emol.com>

¹⁰ <http://www.elpais.com.uy>

¹¹ El Alexa Traffic Rank in Country es la estimación de la popularidad de los sitios online por país. Se obtiene el ranking por país calculando la cantidad de visitantes promedio al sitio de los usuarios de ese

los sitios con mayor cantidad de entradas en cada país de origen del medio. En cuarto lugar, los tres diarios forman parte del Grupo de Diarios de América (GDA)¹² que desde su fundación en 1991 nuclea a los periódicos de mayor tradición y prestigio de América del Sur. Como indica la descripción del grupo, pertenecer a GDA implica que cada uno de los medios miembros poseen un papel clave al informar e influir en la opinión pública en sus respectivos mercados y que algunas de las características de sus lectores sean altos niveles educativos, recursos financieros y poder de decisión.

Descripción de las variables

Para la codificación de las noticias pertenecientes a la muestra, el libro de códigos está conformado por dieciocho categorías que pueden agruparse de la siguiente manera¹³:

1. *En relación con las características formales y el sitio en el que aparecen:* Se relevaron datos como la fecha de publicación de la noticia, el nombre del sitio en el que aparecía, la lista (de los periodistas o de las audiencias) y la posición. Las variables que tuvimos en cuenta aquí fueron las siguientes: “Fecha”; “Día”; “Mes”; “Sitio”; “Lista” y “Posición”.

2. *En relación a la naturaleza de la noticia:* En esta categoría se incluyen las variables que hacen referencia al tipo de noticia en cuanto a la participación del país de origen del sitio. Las variables que tuvimos en cuenta aquí fueron las siguientes: “Contenido 1” (si la noticia es doméstica es igual a cero y 1 si son internacionales) y “Participación” que denota si se trata de una noticia doméstica con participación extranjera; extranjera con participación doméstica o exclusivamente extranjera.

3. *En relación con el involucramiento del estado:* La variable a la que hacemos referencia tiene que ver con si la noticia es de “asuntos públicos” o no. Las noticias fueron categorizadas como de asuntos públicos si involucraba temas o figuras públicas o bien si tenía una implicancia política explícita. Por lo contrario, las noticias de asuntos no públicos con aquellas que en general se

país durante el último mes. El sitio con el número más alto de visitantes ocupa el puesto número 1 de ese país. Por ejemplo, en el mes de diciembre de 2016, La Nación ocupa el lugar 13 en Argentina; El Mercurio el puesto 5 en Chile y El País el puesto 9 en Uruguay.

¹² <http://www.gda.com>

¹³ Cada variable con el detalle de los valores que tomó en cada caso se encuentra disponible en nuestro codebook, ubicado en el anexo de este trabajo

relacionan con noticias sobre deportes, entretenimiento, crimen, tecnología, cultura, educación, el clima o toda noticia que no tuviera ningún tipo de vinculación con cuestiones públicas o implicancia política explícita.

4. *En relación con el formato:* La variable que tuvimos en cuenta fue “Formato” y los valores que puede tomar depende de si se trata de una noticia básica, nota de opinión, nota de color, etc.

5. *En relación con el contenido:* Se relevaron datos como el tema principal que trata la noticia, los actores principales que son los que hacen del hecho una noticia. Las variables que tuvimos en cuenta aquí fueron las siguientes: “Tema” y “Actor principal”

6. *En relación con el foco geográfico:* Se relevaron datos acerca de las regiones que cubren las noticias, los países a los que hace referencia y si menciona a organizaciones internacionales. Las variables que tuvimos en cuenta aquí fueron las siguientes: “Referencia a”; “Región”; País 1, 2 y 3 y “Organización Internacional”.

Con base en las variables “contenido 1” y “participación del país de origen del medio” calcularemos dos índices que fueron desarrollados por Schulz (1976, 2011) y Porath y Mujica (2011). El primero, el índice de Etnocentrismo, se calcula restando el porcentaje de noticias exclusivamente extranjeras del porcentaje de noticias dedicado a noticias domésticas. El segundo, el Índice de Globalización se obtiene sumando el porcentaje de la cantidad de noticias de las dos categorías intermedias: noticias que refieren a eventos domésticos con participación extranjera y noticias sobre sucesos extranjeros con participación doméstica.

Fiabilidad

Para medir el nivel de acuerdo intersubjetivo tomamos una muestra de 202 noticias, 5,35% del total de noticias, las cuales fueron analizadas por un segundo codificador entrenado a partir de la lectura del libro de códigos disponible en el anexo. Esta codificación alternativa se utilizó para garantizar que los resultados no fueran producto de la interpretación subjetiva de la investigadora y hallar el grado de replicabilidad de la codificación (Krippendorff, 2012). De este modo, encontramos un porcentaje total de acuerdo del 100% entre ambos codificadores, con un coeficiente Cohen Kappa promedio de 0,903 y un desvío estándar promedio de 0,122. El mayor

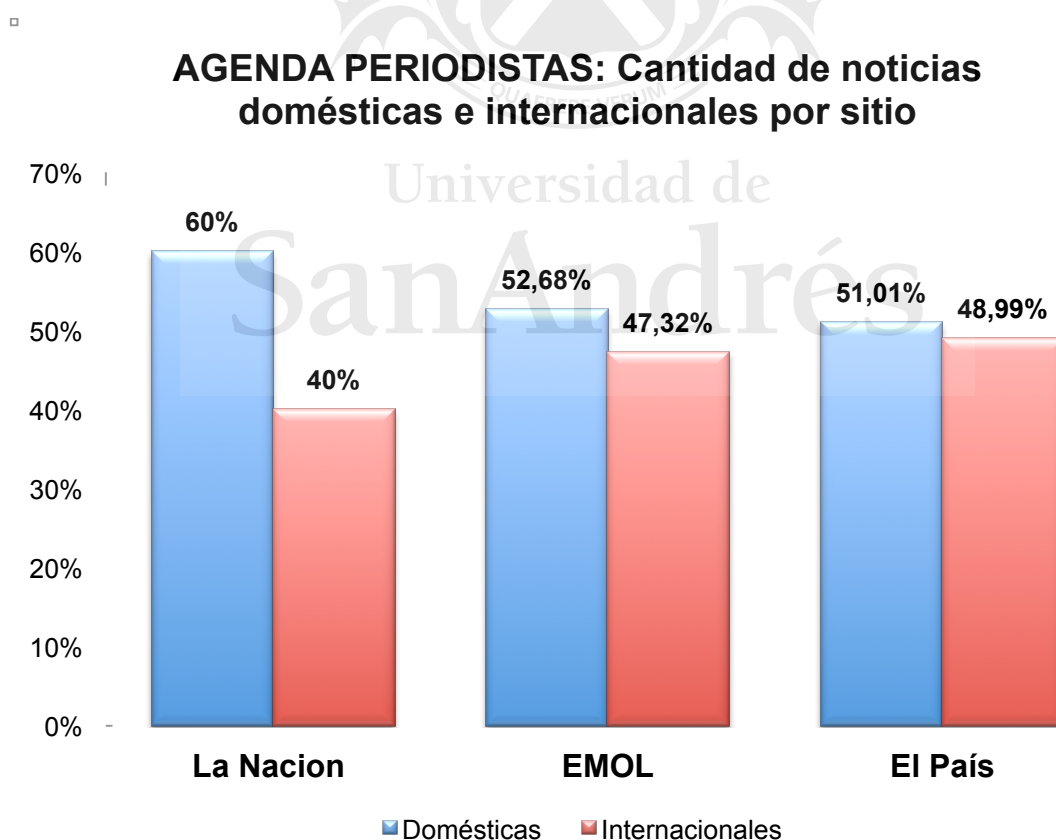
nivel de acuerdo fue de 100% para la variable “Organización Internacional” y el menor fue de 85% para la variable “Formato”. Estos resultados permiten establecer un grado considerable de fiabilidad a nuestro análisis.

Resultados

Composición de la muestra

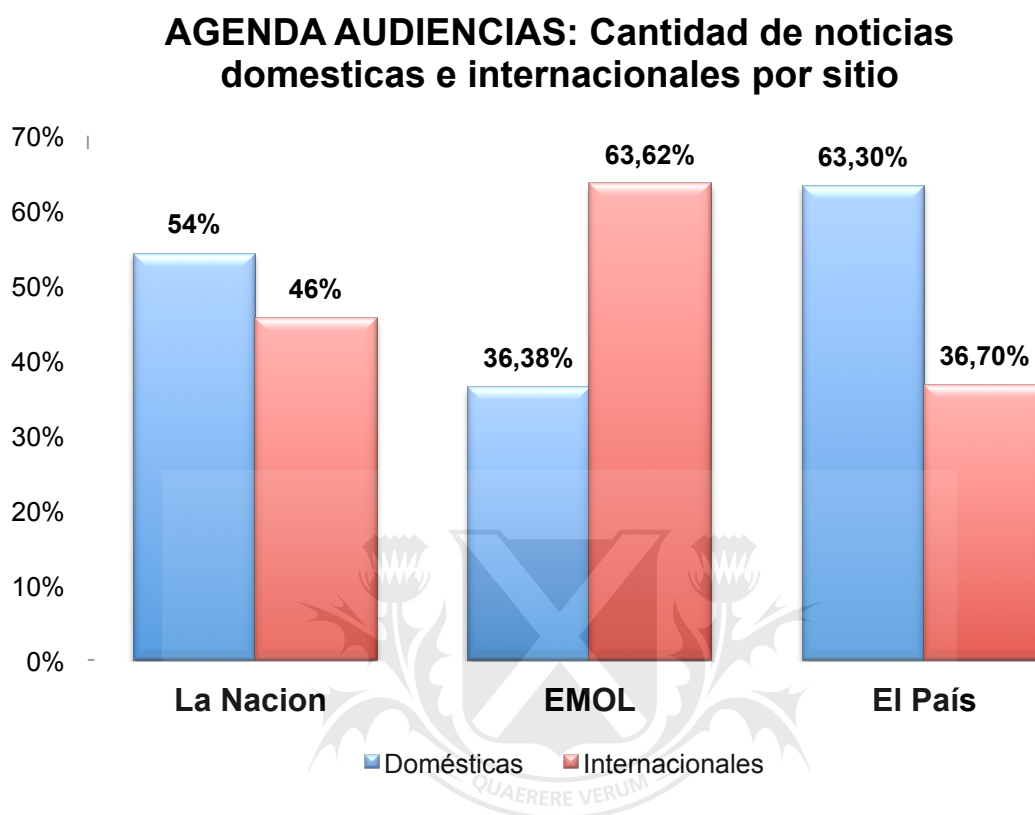
Para conocer la composición de nuestra muestra, comenzamos describiendo los resultados de la variable que denota si las noticias son de internacionales¹⁴ o domésticas. Para ello, iniciaremos observando el porcentaje de noticias internacionales y domésticas en las dos listas, es decir, las que presentan los periodistas y las de mayor interés de las audiencias de cada sitio.

GRÁFICO 1. Porcentaje de noticias internacionales y domésticas en la lista de los periodistas por sitio.



¹⁴ Como se las definió en la sección donde describimos la muestra, estas incluyen las noticias domésticas con participación extranjera, extranjeras con participación doméstica y noticias exclusivamente extranjeras sin importar su temática.

GRÁFICO 2. Porcentaje de noticias internacionales y domésticas en la lista de las audiencias por sitio.



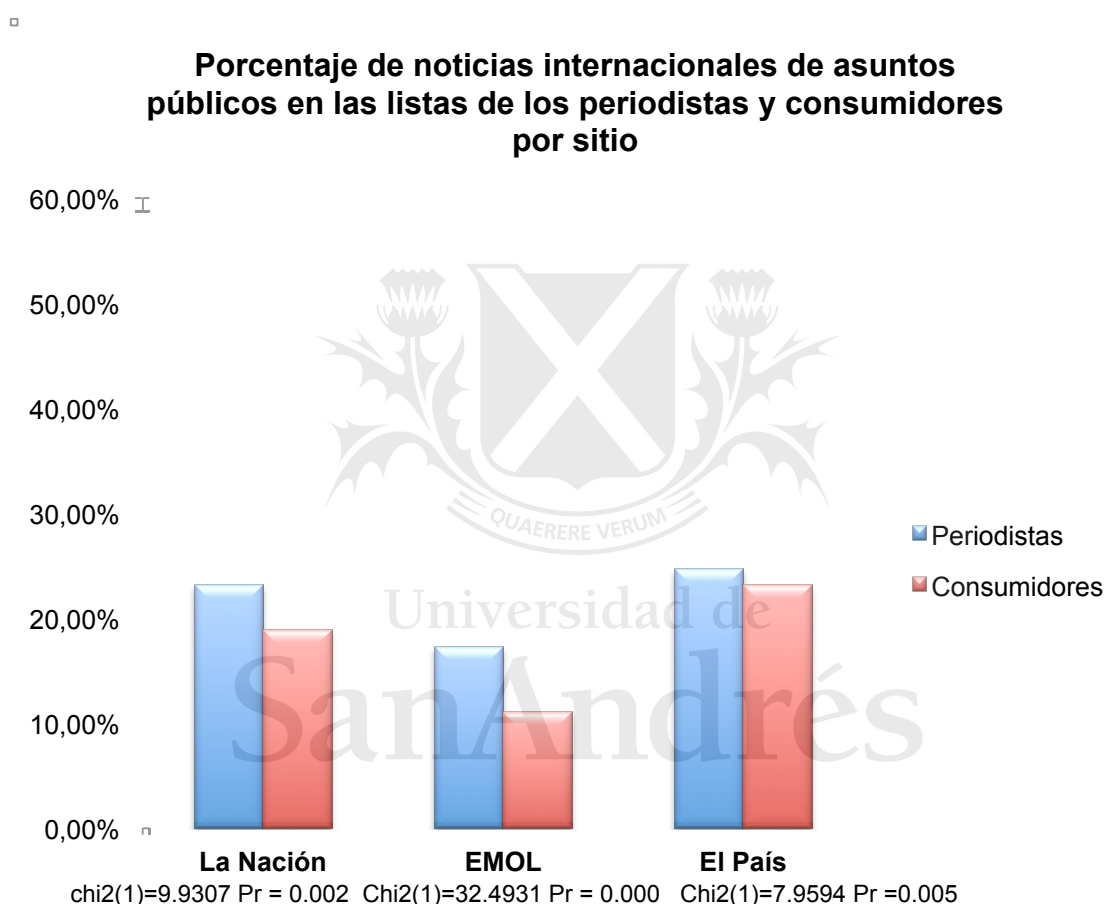
Como se puede observar en el Gráfico 1, si se parte de nuestra definición amplia de “noticias internacionales” se observa que los periodistas de los tres sitios realizan una cobertura similar en términos de la cantidad de cobertura que reciben las noticias internacionales y las noticias domésticas. El sitio que ofrece la mayor cantidad de noticias puramente locales es La Nación (60%) seguido por EMOL (52,68%) y, por último, El País (51,01%). Sin embargo, si se repara en el Gráfico 2, tanto en La Nación como en El País, la agenda de las audiencias cuenta con mayoría de noticias domésticas mientras que en EMOL esto se revierte, las audiencias muestran mayor interés por las noticias internacionales. De este modo, la composición de la agenda de las audiencias no se compone de igual manera que la perteneciente a los periodistas y presenta una mayor variación entre sitios (Boczkowski, Mitchelstein y Walter 2011).

¿Divergencia de intereses en cuanto a las noticias internacionales?

A los efectos de responder nuestra pregunta de investigación, recortamos el estudio sobre lo que concierne al contenido de las noticias internacionales dejando

afuera aquellas que se refieren asuntos puramente domésticos. De este modo, para brindar una respuesta a nuestra pregunta acerca de si existe una brecha de interés entre la cobertura y el interés de las audiencias en noticias internacionales de asuntos públicos y no públicos en los tres sitios de la muestra, procedemos a describir los resultados obtenidos en función a la variable que denota si la noticia internacional es de asuntos públicos o no, en cada lista, por sitio.

Gráfico 3: Noticias internacionales de asuntos públicos por lista en cada sitio.



En el Gráfico 3 podemos ver que en los tres sitios, los periodistas priorizan las noticias internacionales de asuntos públicos en mayor medida que las audiencias. De este modo, damos cuenta que en los tres los sitios las audiencias prefirieron consumir una menor cantidad de noticias internacionales de asuntos públicos que la ofrecida por los periodistas. Cabe destacar también, que como encontraron (Boczkowski, Mitchelstein y Walter 2011) hay una variación comparativamente menor en la proporción de noticias, en este caso internacionales de asuntos públicos, en la agenda de los periodistas que en la agenda de los consumidores a través de los sitios.

No obstante, lo que también puede notarse es que la “brecha” de interés es notoriamente menor en el sitio uruguayo, El País. Mientras que la brecha en este sitio es del 1,5 puntos porcentuales, tanto en EMOL como en La Nación es mayor. Por su parte, la brecha en el sitio argentino es de 4,16 puntos porcentuales y en el sitio de Chile 6,02 puntos. Las tres diferencias son estadísticamente significativas.

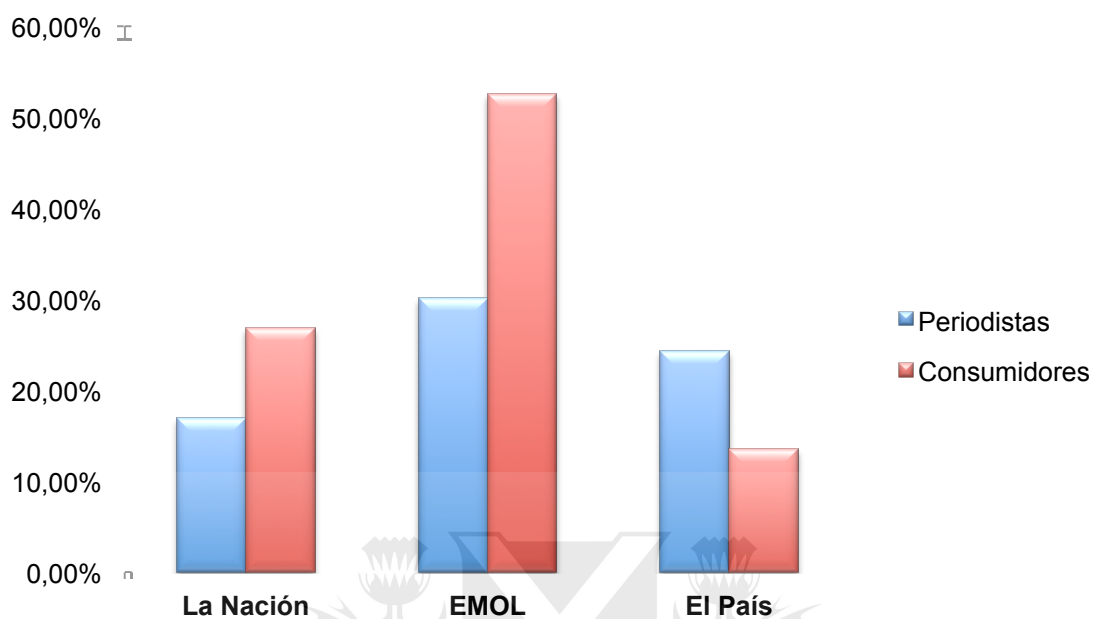
Con respecto a esta divergencia de intereses entre los periodistas y consumidores, las entrevistas en profundidad a profesionales de los tres sitios contribuyen a entender mejor a la “encrucijada” que estos se encuentran entre escribir sobre cuestiones de su interés, de interés del público o aquellas cuestiones que idealmente resulten de interés para ambos.

En este sentido, el periodista de internacionales de El País comentó que *“(…) no vas a escribir algo que a la gente que no le interesa, no vas a vivir en una burbuja, pero a veces hay ciertos hechos que tenés que dar que tal vez pueden ser poco divertidos como por ejemplo si Cristina Kirchner fue procesada por la causa Los Saucos, explicarlo es complicado, la gente se entrevera, es complicado, porque es lavado de dinero. (…) A veces hay temas espesos de explicar pero hay que explicarlos igual. Entonces lo difícil es explicar, pero, yo creo que como periodista, la responsabilidad es dar a conocer hechos más allá de que la gente no este tan sedienta en conocer los detalles, pero los tenés que dar”*. De esta manera, el periodista sugiere que una mayor convergencia de los intereses explicarse con el hecho de que en la edición papel del diario lo primero que aparece en las primeras páginas son las noticias internacionales y sugiere interpretarlo de este modo: *“(…) que primero hay que conocer que Uruguay al ser un país muy chico, o sea, tiene mucha importancia lo que sucede en el mundo, es como que todo nos impacta, tiene una influencia mucho mayor que en otros países más grandes (…) es como que somos más influenciables”*. Esto marca pauta, se extrapola en cierto sentido en el sitio online y el Gráfico 3 permite ver que las audiencias presentan también un interés amplio por lo que pasa en el mundo con respecto a asuntos públicos, tal como establece el periodista *“El uruguayo puede decirse que tiene como un problema de autoestima, nos sentimos muy chicos (…) En realidad, nos comparamos todo el tiempo con el exterior”*. Testimonios de estas características no los encontramos en las entrevistas con los profesionales de La Nación como tampoco de EMOL.

Así, por su parte, la subeditora de La Nación expuso que *“Nosotros le damos mucha importancia (al interés de las audiencias). Bueno, uno va midiendo. Hay, por ejemplo, personajes como Kim Jong-un en Corea del Norte que por lo insólito y por lo cruel generan mucha atención. Entonces, es como un círculo vicioso, nosotros sabemos que Kim Jong-un genera atención entonces producimos más notas entonces genera más atención entonces bueno”* y el encargado de Internacionales de EMOL sumó que *“a veces como que tu mismo tienes que abstraerte o dejar a un lado el rol de periodista... y pensar tu como lector común y corriente, qué leerías tu”*. Sin embargo, acercándose se la metáfora del periodista del país de *“no vivir en una burbuja”*, la subeditora de La Nación aclaró que *“uno prioriza el “criterio” por sobre el “click” porque sino... tampoco es que somos unos mercenarios del click. No es que si no le interesa a nadie lo de Dilma, no se hace. Sino que le damos una relevancia menor, una nota por día si pasa algo...”*. Inserto en una lógica análoga, el periodista de EMOL consideró que *“hay notas que generan más interés, entonces tu vas viendo, hay notas que no tienen mucho interés y te das cuenta (...) yo solía subir muchas notas de España, sobre política española, cuando estaba todo este enredo en España de que no tenían presidente, y en realidad nadie leía la noticia de España”*. El periodista chileno, al igual que la subeditora argentina, detectó que esas notas *“había que tenerlas en un momento”* pero después dejaron de hacerlas porque no llamaban la atención y generaban, de esta manera, un trabajo adicional que no valía la pena, y se podía dedicar a otras cuestiones que si podían tener mayor lectoría.

Gráfico 4: Noticias internacionales de asuntos NO públicos por lista en cada sitio.

Porcentaje de noticias internacionales de asuntos NO públicos en las listas de los periodistas y consumidores por sitio



chi2(1)=9.9307 Pr = 0.002 chi2(1) = 32.4931 Pr = 0.000 chi2(1)=7.9594 Pr = 0.005

En el Gráfico 4 presentamos el mismo análisis que en el Gráfico 3 pero observando las noticias internacionales de asuntos no públicos. Lo primero que puede advertirse es que se presenta una mayor variación entre los sitios que con respecto a las noticias de asuntos no públicos (Boczkowski, Mitchelstein y Walter 2011, 387-388).

Asimismo, notamos que tanto en el sitio argentino como en el chileno hubo más noticias internacionales de asuntos no públicos en la lista de las “más leídas” que en la lista de las homepages con la excepción de El País de Uruguay. En este sentido, mientras que en La Nación y EMOL se registra una brecha de interés en la cual las audiencias están más interesadas en asuntos no públicos internacionales que los periodistas, la brecha de interés en El País va en el sentido opuesto, es decir, los periodistas muestran mayor interés en noticias internacionales de asuntos no públicos que sus audiencias. El tamaño de la brecha que refleja el mayor interés de las audiencias por las noticias internacionales de asuntos no públicos en La Nación es del 9,88 puntos porcentuales, en EMOL es de 22,49 puntos porcentuales y en El País, con el sentido opuesto, la brecha es de 10,61 puntos porcentuales y todas las diferencias son estadísticamente significativas.

Con respecto a los intereses divergentes en temas de asuntos no públicos internacionales, las respuestas de los profesionales de los sitios también ayudan a entender los resultados cuantitativos en mayor profundidad. Por ejemplo, los periodistas de los tres sitios mencionaron lo mucho que llama la atención todo lo que tiene que ver con tecnología, como la gran importancia que se le da a los lanzamientos de teléfonos por parte de las principales empresas del mundo.

En este sentido, el gran interés de las audiencias de EMOL por las noticias de asuntos no públicos extranjeros puede verse reflejado en las propias palabras del profesional del sitio entrevistado: *“Al chileno le llama mucho la atención el lado futbolístico, absolutamente. Todo lo que tenga que ver con chilenos en el extranjero, futbolistas chilenos en Europa, llama mucho la atención. (...) siempre o la mayoría de las veces es lo más visto y es lo más comentado, también les gusta mucho todo lo que tenga que ver con la Selección Argentina, con Messi. (...) El chileno ve mucho lo que son como curiosidades, o cosas raras que pueden ocurrir, noticias que suelen ser de tendencias, no se, bueno, la noticia del oso panda, el perrito, o noticias de familias que se encuentran después de cincuenta años, cosas así, datos curiosos también. (...) bueno, y farándula. Al chileno, que bueno creo que a todo Hispanoamérica, como que llama mucho la farándula de Argentina que está mucho más desarrollada que acá. Pero, a veces dicen como que claro, suben estas porquerías de noticias, cinco años estudiando periodismo para esto, y es la noticia más leída, no se, “romance de las Kardashians” o todo lo que tenga que ver con farándula hollywoodense...”*

Como desarrollaremos en el apartado sobre “formato” detectamos que los periodistas tanto de La Nación como de EMOL entrevistados hicieron referencias a la necesidad y los modos de captar la atención de las audiencias para introducir información acerca de asuntos públicos a partir de modalidades que parecen alejarse de este tipo de noticias. Por ejemplo, la subeditora de La Nación brindó un ejemplo muy gráfico sobre la cuestión: *“El año pasado me fui a Corea del Sur y tenía que hacer notas. Básicamente, me habían invitado para eso. Pero, yo dije, cuántas chances hay... Y, entonces le busqué la vuelta (...) Fui a la frontera entre las Coreas y pensé qué podía escribir, era que había un gift store muy bizarro porque te vendían cosas de la guerra como si fuera... no se, era muy raro. Entonces hice una nota, ¿Cuánto sale un souvenir en la frontera más caliente del mundo? Y, vos entrabas y en realidad yo te contaba todo acerca de cómo es la frontera, como es llegar hasta ahí, como es estar hasta ahí (...)*

puse así para ver si resultaba un poco más agradable para el lector". Por su lado, el periodista de EMOL nos comentó que utiliza el trabajo en conjunto con la sección de diseño del sitio para crear infografías más entretenidas y poder contar asuntos que "en una sábana" nadie leería.

Por lo contrario, no encontramos testimonios similares en nuestros entrevistados de El País sino que se habla de la dependencia que sienten los uruguayos del mundo y, esto se refleja en los resultados cuantitativos si se compara el interés de las audiencias por asuntos internacionales públicos y no públicos. El interés de las audiencias de El País es mayor por las noticias internacionales de asuntos públicos (23,17%) que por las noticias de asuntos no públicos (13,52%). Tanto en EMOL como en La Nación sucede lo contrario.

De este modo, a través del análisis de los Gráficos 3 y 4 y los testimonios de los profesionales entrevistados podemos corroborar nuestra Hipótesis 1, la cual establece que la agenda de los periodistas en cuanto a noticias internacionales no coincide con la agenda de las audiencias en esta materia en los tres sitios. En este sentido, encontramos que existe una brecha de interés entre la cobertura de los periodistas y el interés de las audiencias tanto por las noticias internacionales de asuntos públicos como, también, por aquellas de asuntos no públicos.

Ahora bien, ¿Son similares en los tres sitios las preferencias informativas de las audiencias y de los periodistas en cuanto noticias internacionales? Al respecto, nuestra segunda hipótesis postula que las preferencias informativas de las audiencias y de los periodistas en cuanto noticias internacionales son similares. Sin embargo, en el análisis de los Gráficos 3 y 4 corroboramos que las brechas de interés no son similares en los tres sitios de la muestra. Los resultados anteriores nos permitieron ver que tanto en La Nación como en EMOL, si bien con distintas intensidades y variaciones, los periodistas priorizan en mayor medida las noticias internacionales de asuntos públicos que sus audiencias. Y, con respecto a las noticias internacionales de asuntos no públicos, las audiencias muestran mayor interés que los periodistas a través de su cobertura. El caso de El País es diferente. Si bien los periodistas priorizan más las noticias internacionales de asuntos públicos, la brecha es mínima con respecto al interés de las audiencias. Asimismo, en cuanto a las noticias internacionales de asuntos no públicos, la brecha adquiere el sentido opuesto que en los casos de La Nación y EMOL. Los periodistas de

El País muestran mayor interés por las noticias de asuntos no públicos internacionales que sus audiencias.

En consecuencia, a partir de nuestra segunda hipótesis nos preguntamos ¿las preferencias informativas de los periodistas y las audiencias son similares entre los tres sitios? Como se dijo, los gráficos 3 y 4 mostraron que hay divergencia entre los sitios y eso se reprodujo en las diferentes magnitudes de las brechas de interés y, en el caso de El País con respecto a los asuntos no públicos internacionales, también se manifestó en la diferencia del sentido de la brecha con respecto a los otros dos sitio. De este modo, para entender las divergencias y dar respuesta a la pregunta planteada a partir de la segunda hipótesis, llevamos adelante el análisis de ciertas variables por sitio que nos ayudarán a explicar las particularidades de la cobertura noticiosa y el interés de las audiencias en cuanto noticias internacionales. A continuación, presentamos los resultados a partir de las siguiente variables: Tipo de noticia internacional, temas, países, fuentes y formato de la noticia.

La Naturaleza de la Noticia: Tipos de noticia internacional

A partir del tipo de noticias presentadas por los periodistas en las homepages, resulta interesante ver las similitudes y diferencias entre los tres sitios en términos de sus Índices de Etnocentrismo y Globalización que se construyeron a partir de la variable “participación del país de origen del medio” para cada uno de los sitios y fueron explicados anteriormente (Schulz 1976, 2011; Porath y Mujica 2011).

Tabla 1: Tipo de noticias según la participación del país de origen del sitio en la agenda de los periodistas

Porcentaje de noticias extranjeras y domesticas en las Homepages (agenda de los periodistas)				
País - Sitio	Domésticas	Extranjeras	Extranjeras con participación doméstica	Domésticas con Participación Extranjera
La Nación	60%	16,30%	14,60%	9%
EMOL	52,68%	23,12%	17,05%	7,15%
El País	51,10%	28,10%	11,00%	9,78%

Como se desprende de la tabla 1, a partir de la cantidad de noticias domésticas y netamente extranjeras que presentan en los sitios en sus homepages, estos difieren en cuanto a su Índice de Etnocentrismo. El sitio argentino, La Nación, aparece en primer lugar como el sitio de la muestra más etnocéntrico con un 43,7% seguido por EMOL que alcanza el 29,59% y, en el último lugar, El País de Uruguay con el 23%.

Estos resultados reflejan nuevamente lo señalado por el periodista de El País quien expresaba la dependencia de Uruguay del mundo en el sentido de que “lo que pasa afuera repercute en el país”. En este sentido, esto se hace manifiesto en la mayor cobertura de las noticias netamente extranjeras por parte del sitio uruguayo en comparación con los EMOL y La Nación.

Por lo contrario, con respecto al índice de globalización, los tres sitios presentan niveles similares: La Nación 24,14%, EMOL 24,20% y El País 20,78%. Esto significa que se presenta una cantidad similar de noticias intermedias (extranjeras con participación doméstica y domésticas con participación extranjera) en cada uno de los sitios. De este modo, los resultados del Índice de Globalización para cada sitio sugiere el interés de los periodistas por “domesticar” las noticias que presentan en sus homepages.

Así, con respecto a la “domesticación” de la noticia internacional que se detecta con la cobertura de noticias de las categorías intermedias, los profesionales entrevistados introdujeron reflexiones muy interesantes al respecto en las que todos coinciden en el interés por presentar noticias internacionales que también involucren a nacionales. A continuación, presentamos ejemplos expresados por los periodistas de los tres sitios. En el caso del periodista chileno, sitio en el cual las noticias extranjeras con participación doméstica aparecen en mayor medida, establece que tanto para las noticias de asuntos públicos como no públicos genera mayor interés presentar noticias en la que se presenten vivencias o perspectivas de los chilenos en el sentido de cierta identificación o cercanía. Un ejemplo de esto es los chilenos triunfando en las ligas de fútbol o torneos de otros deportes del mundo o, como retrató el periodista, desde hace unos años se reproducen novelas turcas en Chile entonces una nota en la cual chilenos cuenten cómo es realmente vivir en Turquía, genera mucho interés. En el mismo sentido, el periodista de El País se refirió a este fenómeno de “domesticación” contando uno de los temas de asuntos públicos más trascendentes durante 2016: la crisis política e

institucional que vive Venezuela. En este caso, desde su perspectiva, el hecho de que el Secretario General de la Organización de los Estados Americanos (OEA), Luís Almagro, sea un ex canciller uruguayo, hizo que el tema se cubra en mayor medida. En sus propias palabras: *“Lo que pasa es que yo creo que si Argentina tuviera a Martín Lousteau en la OEA y se empezaría a pelear con Maduro, seguro correrían un río de tapas de La Nación. Y acá pasó un poco eso (...) en la reuniones de editores pedían que se cubra el tema porque en su momento cuando era canciller estaba en contra de lo que estaba pasando en Venezuela pero tenía que tomar una postura que obviamente idéntica a la postura uruguaya (...) ahora cambió drásticamente...”*. Con respecto a esta cuestión, la subeditora de La Nación también habló de la forma de “domesticación” de la crisis en Venezuela: *“Con respecto a Venezuela, en ese sentido, también tiene mucho que ver la política doméstica con la política internacional. Acá cuando en plena campaña era que nos estábamos por convertir en la próxima Venezuela, que era un argumento básicamente de Macri y después de Massa también, entonces era “no hay papel higiénico en Venezuela” y todo el mundo entrando a ver como era eso (...) somos “Argenzuela”, veamos como es...”*.

En definitiva, con respecto a los tipos de noticias que ofrecen los sitios notamos que las diferencias entre ellos provienen, en este sentido, de la cantidad desigual de cobertura destinada a asuntos netamente domésticos y extranjeros (índice de etnocentrismo) pero las diferencias no se pueden explicar por la cantidad de noticias intermedias que se presentan (índice de globalización) ya que en este tipo de cobertura los periodistas de los tres sitios coinciden y muestran interés por la “domesticación” de las noticias.

Principales temas de las noticias internacionales

Con el objetivo a la vista de entender las similitudes y diferencias entre los sitios, los Gráficos 5, 6 y 7 muestran, a partir de nuestra variable “tema”, los asuntos dominantes del total de las noticias internacionales en las dos agendas de cada sitio. Lo que se desprende de estos gráficos es que los periodistas de los tres sitios presentan en mayor medida noticias internacionales sobre deportes. El caso de las audiencias es similar, el tema de mayor interés es deportes, pero las audiencias pertenecientes a El País se diferencian ya que las noticias por las que manifiestan más interés son sobre política y no sobre deportes como es el caso de La Nación y EMOL.

Gráfico 5: Temas de las noticias internacionales por lista en La Nación.

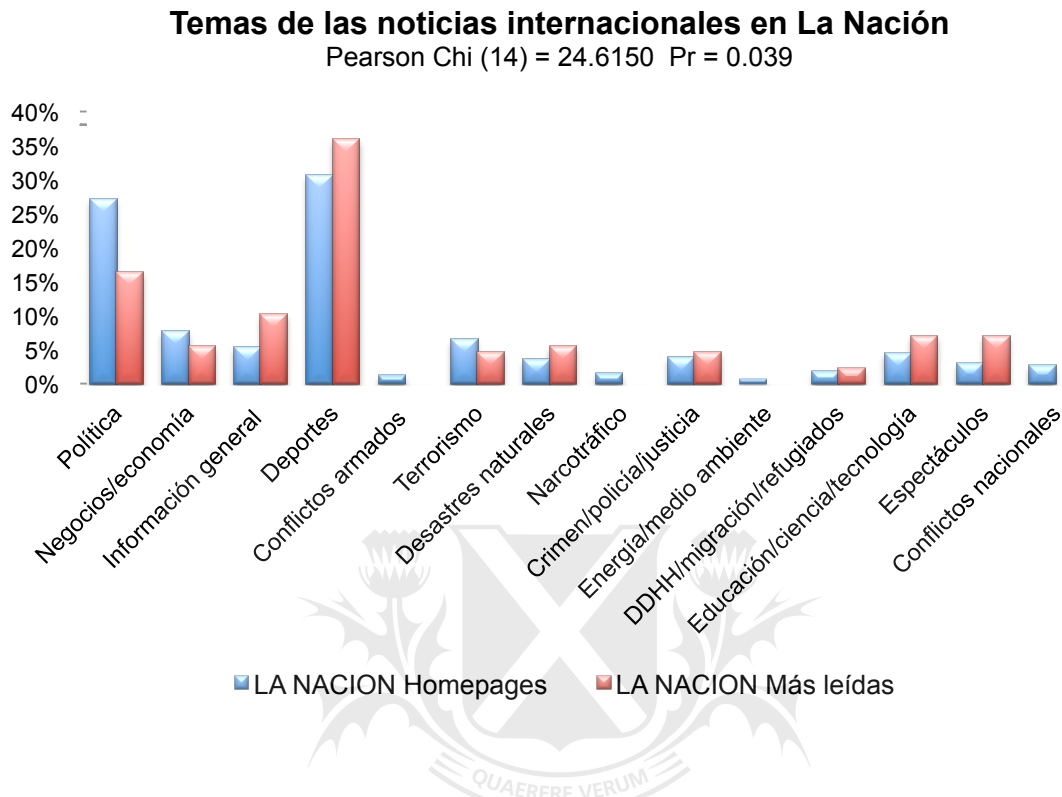


Gráfico 6: Temas de las noticias internacionales por lista en EMOL.

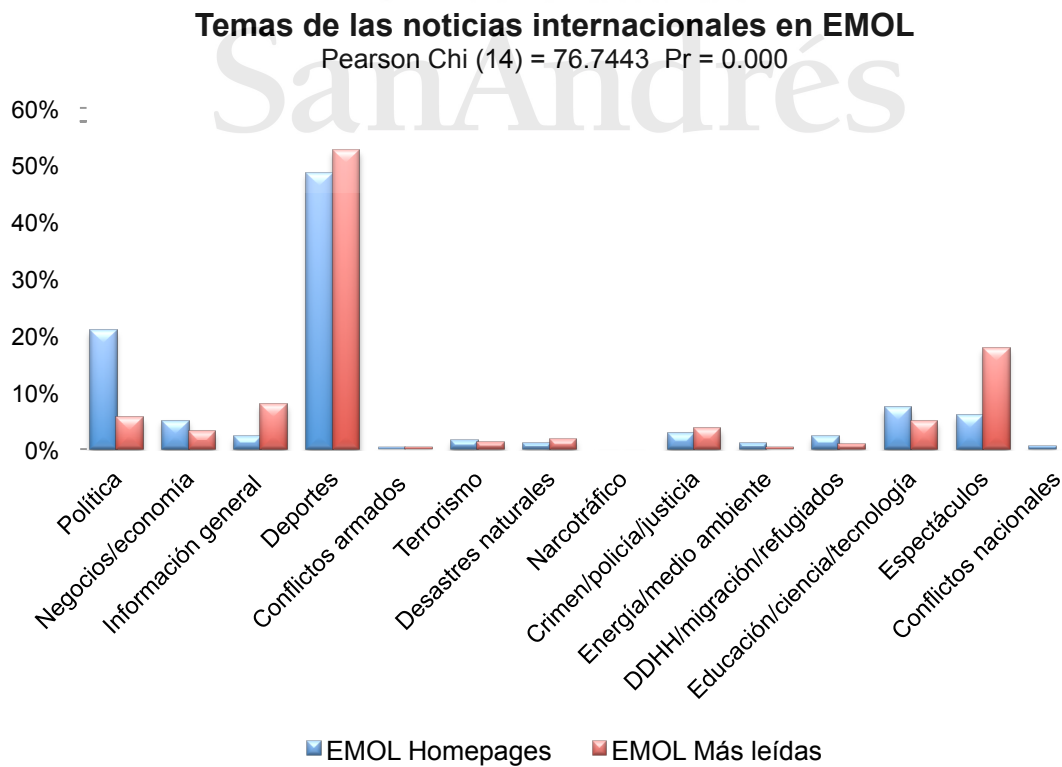
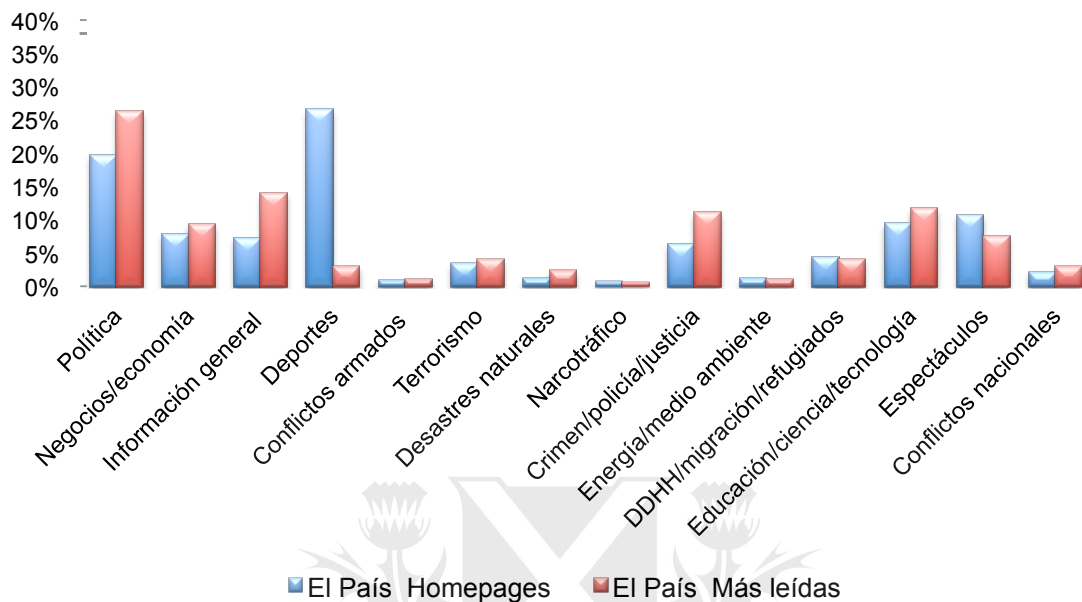


Gráfico 7: Temas de las noticias internacionales por lista en El País.

□

Temas de las noticias internacionales en El País

Perarson Chi (16) = 49.2526 Pr = 0.000



Si se observan los resultados por sitio, vemos que en La Nación los dos temas más dominantes de las noticias coinciden en las dos agendas (periodistas y consumidores), en primer lugar noticias sobre deportes y, en segundo lugar, noticias sobre política. Sin embargo, el tema que aparece en tercer lugar diverge entre las dos agendas. Los periodistas priorizan en tercer lugar noticias sobre economía mientras que las audiencias noticias sobre información general. En este sentido, si se le suma a la cobertura en temas de política aquella referente a campañas electorales¹⁵ y terrorismo, vemos que la cobertura de estos tres tópicos alcanza el 34% superando, inclusive, a la cobertura de deportes. En este sentido, la subeditora entrevistada nos comentó que durante el año pasado cubrir las elecciones en Estados Unidos “era como que ya todos sabíamos más o menos de qué estábamos hablando” ya que el Donald Trump fue un actor atípico que recibió una cobertura muy amplia y ya no requería explicar cuestiones que siempre deben hacerse al escribir en la sección de internacionales, por ejemplo, “Los atentados más que nada porque es complejo, quién fue, cual es la motivación, cual es el grupo, esto es difícil de entender, los objetivos. Es difícil contextualizar”.

¹⁵ Noticias sobre “política” y “campañas electorales” fueron codificadas por separado dada la trascendencia de las elecciones en si mismas, pero como estas son un tipo de noticias sobre política, para la presentación de los resultados se sumaron a esta categoría.

En EMOL hay una divergencia de temas de interés entre las dos listas: Si bien el primer tema de interés coincide y tiene que ver con noticias sobre deportes, el segundo y tercer tema más tratado o leído diverge. En la lista de los periodistas en segundo lugar aparecen las noticias sobre política y, después, sobre ciencia/tecnología/educación mientras que en la lista de las audiencias, luego de las noticias sobre deportes, estas se encuentran interesadas en noticias sobre espectáculos y, en tercer lugar, en aquellas de información general. En este sentido, como se vio más arriba en declaraciones del periodista entrevistado de EMOL, las percepciones sobre el interés de las audiencias del sitio mencionadas por el profesional coinciden con lo que encontramos como temas que predominan en la lista de las audiencias, es decir, deportes en el sentido de chilenos en triunfando en el mundo, espectáculo en lo referente a “la farándula” que el periodista indiciaba especialmente la perteneciente a Argentina y Hollywood, como también lo que tiene que ver con noticias de interés general.

En el sitio uruguayo, El País, hay divergencia en los tres temas de mayor interés entre las dos agendas. Los periodistas priorizan noticias sobre deportes, política y espectáculos, respectivamente, mientras que las audiencias muestran interés por política, información general y, luego, educación/ciencia/tecnología. Con esto puede verse como los temas más relacionados con asuntos públicos son priorizados en menor medida en la agenda de los periodistas que por parte de las propias audiencias. Como veremos luego, los temas de política que son aquellos a los que las audiencias les prestan mayor atención son sobre Argentina. Al respecto, el periodista de El País nos comentó verificando también nuestros resultados que *“cuando entré a la sección (...) el editor me decía que le tenemos que dar importancia a algunos temas (que son) más importantes para Uruguay que es todo lo que pasa en Argentina. Nosotros casi todos los días generábamos una noticia sobre Argentina porque Argentina para Uruguay tiene una importancia extraordinaria a nivel comercial, político, social (...) además de esa importancia a la gente le interesaba mucho”*.

En definitiva, más allá de las convergencias y divergencias que detallamos en los temas más tratados entre las dos listas de cada sitio, notamos que las diferencias entre los sitios no se explica en función de los temas más presentados por los periodistas ya que, aunque en cantidades diferentes, en esto coinciden y tiene que ver, en primer

lugar, con la cobertura de temas deportivos y, segundo, en noticias sobre política. Por lo contrario, las diferencias entre sitios se expresan en mayor medida en la agenda de las audiencias y es aquí donde, nuevamente, se diferencian las audiencias de El País con respecto a las pertenecientes a los otros dos sitios. En este sentido, en La Nación como de EMOL, al tema que más le prestan atención sus audiencias coincide con el más presentado por los periodistas y son los temas deportivos. Se registra una brecha en ambos en sentido de mayor interés por este tema por parte de las audiencias que por parte de los periodistas. En contraste, en El País, al tema que le prestan atención en mayor medida sus audiencias es “política” y se registra una brecha que muestra mayor interés por parte de las audiencias que por parte de los periodistas en cuanto a esta temática y lo contrario sucede si se analiza lo mismo con respecto a las noticias sobre deportes.

El “mundo” de las noticias internacionales: Países más cubiertos.

Los Gráficos 8, 9 y 10 permiten ver qué países son en mayor medida noticia para los tres sitios de nuestra muestra. En este sentido, estos gráficos muestran los países principales que aparecen con mayor frecuencia en las noticias internacionales recolectados a través de la codificación de nuestra variable “país 1” que denota el primer país mencionado en la nota.

Gráfico 8: Primer país mencionado en las noticias internacionales de La Nación en porcentaje.

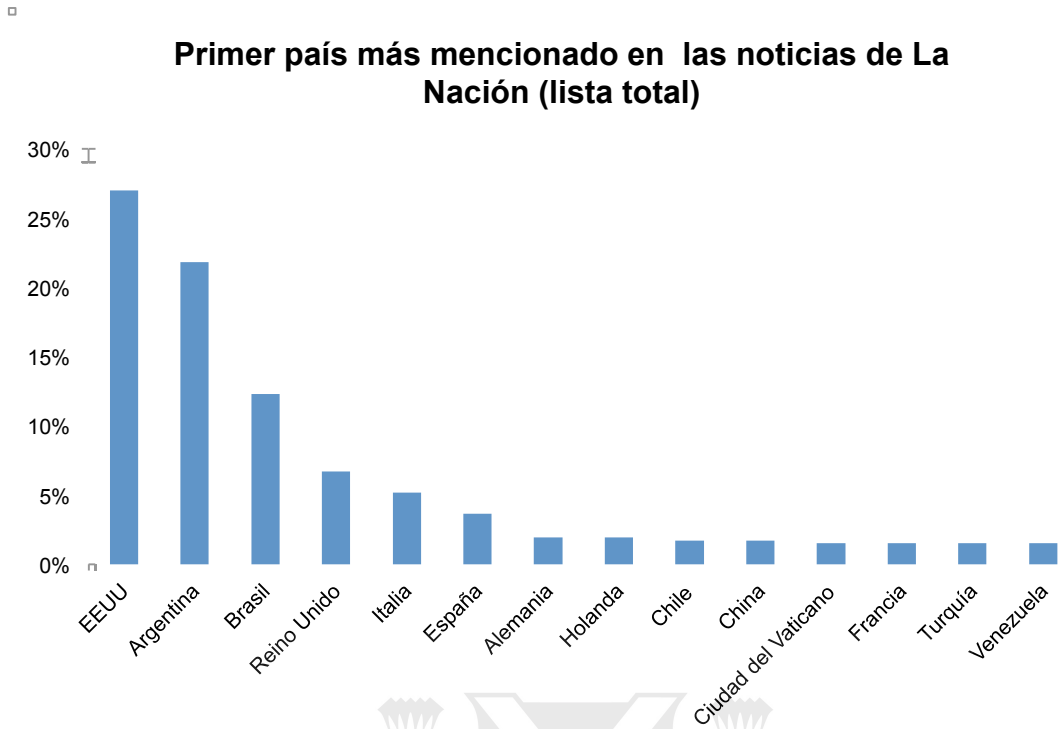


Gráfico 9: Primer país mencionado de las noticias internacionales de EMOL en porcentaje.

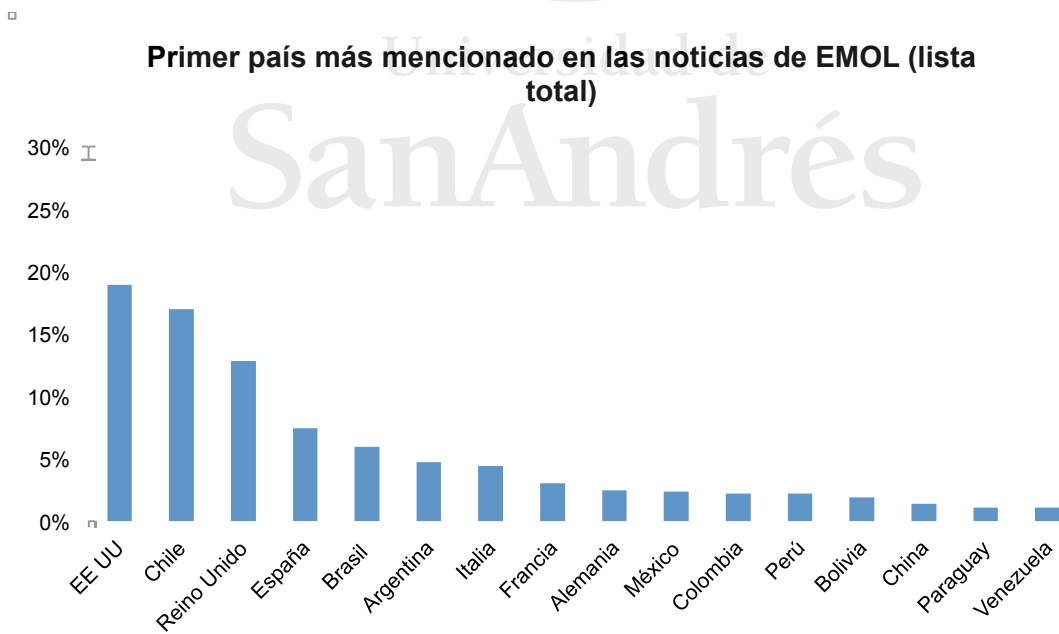
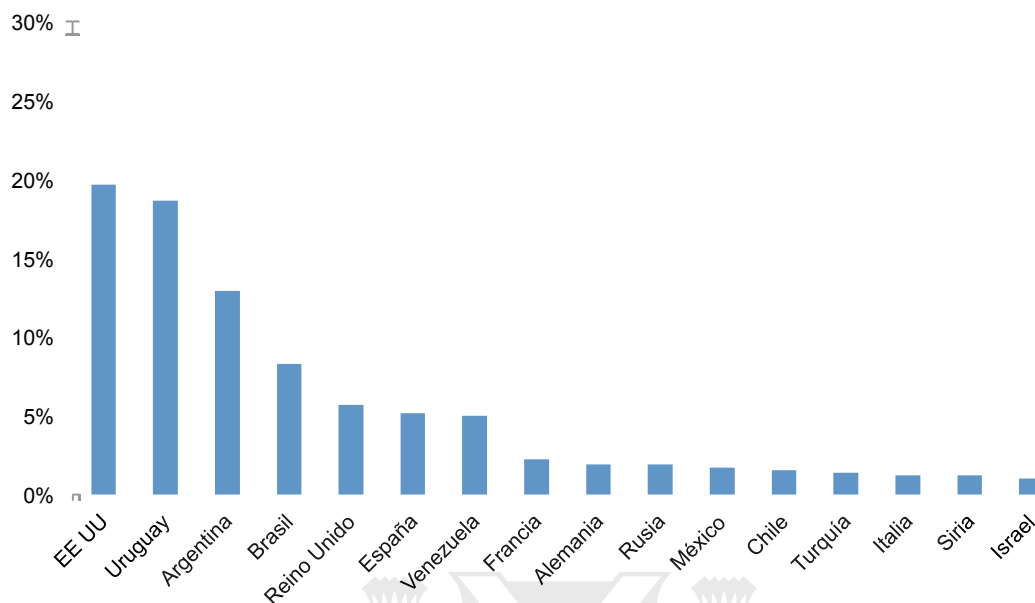


Gráfico 10: Primer país mencionado de las noticias internacionales de El País en porcentaje.

Primer país más mencionado en las noticias de El País (lista total)



Los Gráficos 8, 9 y 10 exponen que en La Nación, El País y EMOL, Estados Unidos es el país que concentra el número más grande de noticias. En segundo lugar, se encuentra el país de origen de cada sitio que puede complementarse con los gráficos en el anexo que muestran los países que aparecen más veces en las noticias internacionales que poseen al país de origen del sitio como país principal. El tercer país que aparece con mayor frecuencia difiere en los tres sitios. En el caso de La Nación es Brasil con el 12%, en EMOL Reino Unido con el 13%, y en El País, Argentina también con el 13%. Los demás países que le siguen concentran porcentajes menores. Así, en La Nación en cuarto lugar aparece Reino Unido con el 7% e Italia con el 5% y luego España con el 4%. En EMOL en cuarto lugar aparece España con el 7%, luego Brasil con el 5% y Argentina con el 4%. En El País está en cuarto lugar Brasil con el 8%, en quinto lugar Reino Unido con 6%, seguido por España y Venezuela con 5%.

En las entrevistas a los periodistas de los tres sitios se hizo notable el gran lugar que se le destinó a Estados Unidos en sus coberturas y sus declaraciones permiten ver como esto se vio incrementado por el hecho de las elecciones en dicho país durante el año 2016. Esto puede notarse explícitamente en palabras del periodista de El País “*Estados Unidos se cubrió ahora más por la campaña, casi todos los días hacíamos algo de Estados Unidos. De hecho, una vez le dije al editor que estábamos haciendo*

como tres notas... y me dice, ta, pero es Estados Unidos, estamos hablando de Estados Unidos, la mayor potencia”.

En definitiva, los tres sitios son similares en cuanto a que los primeros cuatro países más tratados concentran los porcentajes mayores de noticias y el resto de los países tratados se cubren en porcentajes muy pequeños. Asimismo, los tres sitios coinciden en términos de el país más cubierto que es Estados Unidos y, también, en cuanto al segundo país más cubierto, ya que en los tres casos, este se refiere al país de origen del medio retomando de este modo el tema de la “domesticación”. Las diferencias entre los sitios en cuanto a los países cubiertos se explica a partir del tercer país más tratado en cada uno de ellos.

Países y temáticas más desarrolladas. Los factores noticiosos.

Considerando los gráficos 5, 6 y 7 referente a los temas más abordados en las noticias internacionales en consonancia con los gráficos 8, 9 y 10 sobre los países cubiertos, a partir de las tablas del anexo, profundizamos en los países más cubiertos en las noticias de las temáticas dominantes, política y economía, para detectar las diferencias y similitudes entre los sitios en función a los criterios de los factores noticiosos desarrollados por los periodistas.

En el caso de La Nación, entre las noticias sobre política y economía predominan las domésticas con participación extranjera que hacen referencia a Estados Unidos. Y, en lo que respecta a aquellas extranjeras exclusivamente o las que tienen participación doméstica vemos que hacen en mayor medida referencia a Reino Unido o Brasil. Aquellas sobre política del Reino Unido aparecieron en un 75% en el mes de junio, mes en el que se votó el referéndum mientras que aquellas que hacen referencia a Brasil corresponden al mes de mayo, es decir, luego del comienzo del proceso de juicio político a Dilma Rousseff. Los siguientes temas más cubiertos, elecciones y terrorismo, corresponden en mayor medida a noticias exclusivamente extranjeras. Las noticias sobre elecciones son mayoritariamente sobre Estados Unidos y el 69% de la aparición de estas noticias en las homepage se registra en noviembre, mes en el que tuvieron lugar las elecciones en Estados Unidos y el seguimiento anterior al tema no parece haber sido muy amplio ya que se registran, una noticia por semana armada de la muestra referente

a las elecciones en Estados Unidos y dos noticias el mes de octubre, anterior a las elecciones. En el caso de las noticias sobre terrorismo, puede notarse que estas cubren atentados puntuales cuando estos tienen lugar en diferentes puntos del mundo, especialmente en países europeos. Esto está estrechamente vinculado a las respuestas que nos brindó la sub-editora del turno de la mañana de internacionales de La Nación con respecto a los factores que, desde su perspectiva, son los más importantes para que un hecho internacional sea cubierto: *“obviamente que siempre (...) todo lo que es tragedia como desastre natural, pero juega otro factor que tiene que ver con la cercanía geográfica y con el lector de La Nación (...) hay determinados lugares que ya sabemos que son los típicos destinos turísticos del lector de La Nación que va a llamar la atención por una cuestión lógica de decir que yo estuve ahí”*. De este modo, la subeditora considera que la proximidad y noticiabilidad en el sentido de impacto de cantidad de muertos como lo llamativo del evento son los factores más preponderantes para que un suceso sea noticia.

En el caso de EMOL, con respecto a las noticias sobre política, notamos, al igual que en La Nación, que las naciones cubiertas en determinado momento corresponden a un hecho particular, por ejemplo, Brasil en mayo y septiembre correspondiente a los momentos más decisivos del proceso de impeachment de Dilma Rousseff. En el caso de las noticias sobre política de tipo domésticas con participación extranjera o extranjera con participación doméstica notamos que tratan en mayor medida sobre países de la región, especialmente con Bolivia por la tensión ante el conflicto de la salida al mar y los intercambios generados entre los correspondientes Estados. Aquellas noticias sobre elecciones, son en su mayoría exclusivamente extranjeras y sobre Estados Unidos y aquellas sobre temas económicos, priman las que hacen referencia a Reino Unido y estas aparecen en gran medida en junio, mes en el cual tuvo lugar el Brexit..

En el caso de El País, con respecto a las noticias sobre política vemos que, a diferencia de EMOL y La Nación, se presentan noticias sobre Argentina de manera equilibrada durante los meses que abarca la muestra. Lo mismo sucede con las noticias que hacen referencia a Venezuela y, para comprender esto, no debemos dejar de tener en cuenta que el Secretario General de la OEA es uruguayo y durante 2016 diversos encuentros tuvieron lugar en ese marco en función de la crisis que atraviesa el país venezolano y las medidas que esta Organización tomó al respecto. Si se hace referencia

a las noticias de asuntos públicos sobre economía damos cuenta que estas se enfocan en gran medida en Estados Unidos y a los países de la región, específicamente Argentina y aquellas que son sobre elecciones se concentran en Estados Unidos. En este sentido, estos hallazgos se corresponden con la respuesta que nos brindó el editor de internacionales cuando se le preguntó acerca de las cuestiones que llamaban más la atención, para lo que aseguró que tiene que ver con *“lo que pasa en la región, los que involucran a personajes famosos, los que pueden impactar en la vida cotidiana de la gente, en especial en su bolsillo”* y, en esta línea, como los factores más influyentes para que un hecho internacional sea cubierto señaló *“el impacto que ese hecho pueda tener en el lugar donde uno viva y su espectacularidad. Por ejemplo, una decisión del presidente Donald Trump sobre acuerdos comerciales con América Latina es un asunto que puede tener directa repercusión en la economía de nuestros países y por ende en cada uno de nosotros”* Y, con respecto a la repercusión que tiene lo que sucede en Argentina para Uruguay, el periodista de El País retomó la frase del ex presidente José Mujica *“cuando Argentina estornuda, Uruguay se resfría”* para explicar la gran cobertura sobre este país ejemplificándolo mediante el caso de la crisis argentina del año 2001: *“empezó allá y terminó repercutiendo acá. Entonces, cualquier cosa, como que estamos alerta”*.

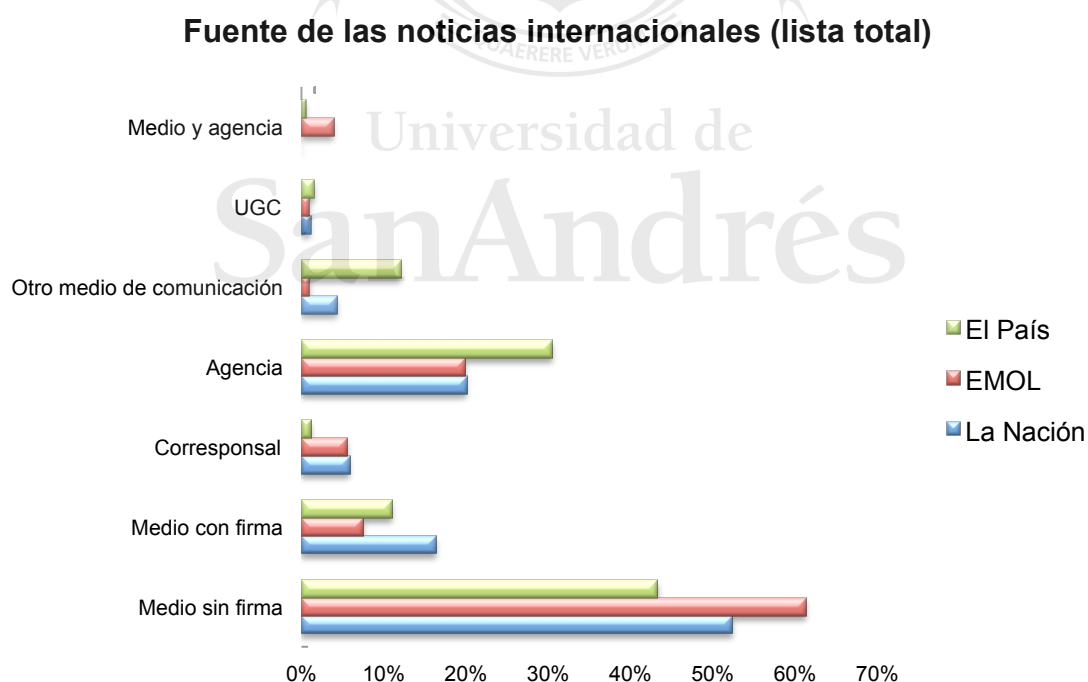
En definitiva, pudimos detectar similitudes y divergencias entre los sitios en cuanto a las particularidades de la cobertura de los temas de asuntos públicos y países cubiertos en los que profundizamos. En este sentido, los tres sitios coinciden en la amplia cobertura a las elecciones de Estados Unidos y en cuestiones económicas y políticas sobre la región que va en consonancia con lo expresado por los periodistas quienes afirmaron que uno de los factores noticiosos que los guía en mayor medida es la cercanía geográfica. Sin embargo, notamos que tanto en La Nación como en EMOL predomina la cobertura sobre hechos puntuales como Brexit, Impeachment en Brasil, determinados atentados mientras que en El País esto coexiste con la cobertura de noticias sobre Argentina de manera equilibrada durante todo el periodo que abarca nuestro estudio. No encontramos una cobertura análoga en La Nación y EMOL sobre algún país como es el caso de Argentina en El País.

Fuentes de las noticias internacionales

En este apartado analizamos los resultados obtenidos sobre las fuentes informativas de las noticias internacionales de los sitios. El gráfico 11 muestra que las noticias internacionales tanto de EMOL, La Nación como de El País tienen como fuente principal al propio medio de comunicación (61%, 52% y 43% respectivamente) y la segunda fuente son las agencias de noticias, 20% en los casos de La Nación y EMOL y 30% para El País. Hay mayor divergencia en tanto la tercer fuente más usada, en La Nación y EMOL corresponde al medio con firma mientras que en El País a otro medio de comunicación

De este modo, el Gráfico 14 refleja la relativa dependencia de las agencias internacionales de noticias ya que aparecen como una de las principales fuentes en cada uno de los sitios. No obstante, se puede apreciar que el peso de esta dependencia es mayor en El País que en los sitios chileno y argentino.

Gráfico 11: Fuentes de las noticias internacionales por sitio en porcentajes.



Las entrevistas en profundidad nos permitieron dar cuenta que La Nación es el sitio menos “dependiente” de las agencias internacionales de información ya que, a diferencia de EMOL y El País, la sección de internacionales de este diario cuenta con

corresponsales en distintos lugares del mundo: Washington, Roma, España, Uruguay, y poseen colaboradores en Venezuela y Chile. Por su parte, el sitio chileno no cuenta con una red de corresponsales pero el periodista entrevistado nos comentó que el sitio cuenta con una base de datos con “amigos chilenos por el mundo” a los cuales se puede acceder si surgen dudas ante un hecho específico que tiene lugar. El País solo contaba con una corresponsal en Buenos Aires que a fines de 2016 dejó de trabajar para el sitio.

El sentimiento de los periodistas de El País y EMOL es cierta dependencia de las agencias internacionales. Uno de los periodistas de El País manifestó *“el diario no le da tanta importancia a que el periodista de internacionales escriba una noticia, la organización era mucho más a través del levantado de agencias internacionales y GDA (...) nuestro trabajo era mucho más de jerarquización”*. La lectura que tiene el director al respecto es similar pero desde una perspectiva que podríamos considerar más optimista *“no contamos con una red de corresponsales. Eso no significa que no tengamos colaboración del exterior, además de los servicios de The New York Times y El País de Madrid, y los análisis de Fantini. Con los diarios del GDA se coordinan informes y coberturas especiales que escapan a lo que brindan las agencias internacionales. Además, en El País intentamos “traer” los temas internacionales al ámbito local y ponerle valor agregado que despierta mayor interés al lector uruguayo”*. Por su parte, el encargado de internacionales de EMOL comentó que *“aun con los contactos de chilenos en el mundo, tenemos cierta dependencia porque es mucho más difícil acceder a la información estando más lejos, hay que estar pendiente de lo que sacan los diarios del mundo para saber lo que pasa en el mundo”*. A diferencia del periodista del País, establece que esto lo pone a prueba según su ingenio para ver que otra vuelta se le puede dar por sobre todo del lado del análisis. Considera que esto es difícil y desafiante ya que la plataforma online te hace en cierto sentido ser “esclavo del breaking news” y para contrarrestarle y hacer el trabajo menos rutinario hacen que entre las dos personas que conforman la sección de internacionales se dividan las tareas, por momentos un chequea el breaking news y el otro se dedica al análisis.

En el caso de la subeditora de La Nación nos comentó su red de corresponsales es muy importante porque contribuye por la mirada desde adentro de donde suceden los hechos generando notas que desde la redacción no se harían. Sin embargo, remarca que es muy difícil conciliar los tiempos del medio online con el timing de los corresponsales

cuando suceden hechos como atentados, inundaciones, entre otros. Por ejemplo “cuando ganó Trump nosotros armamos un texto pero después nos mando el corresponsal uno media hora después y reemplazamos el texto porque nadie lo vive como el desde allá”. También, considera que al no tener, por ejemplo, corresponsal en China, hay cuestiones que suceden que desde acá no hay manera de saberlas y, por ende, de plantearlas.

En definitiva, los resultados del análisis de contenido y los enunciados de los periodistas muestran similitudes en cuanto a las fuentes ya que detectamos que en las tres redacciones los periodistas están continuamente pendientes de las agencias y, la divergencia que podemos sugerir entre los sitios tiene que ver con el hecho de que La Nación sea el único sitio de la muestra que cuenta con corresponsales propiamente dichos constituyéndolo como el sitio “menos dependiente”.

Formato de las noticias internacionales y la “inmediatez” del medio online

Gráfico 12: Formato de las noticias internacionales de la lista de los periodistas en porcentaje.

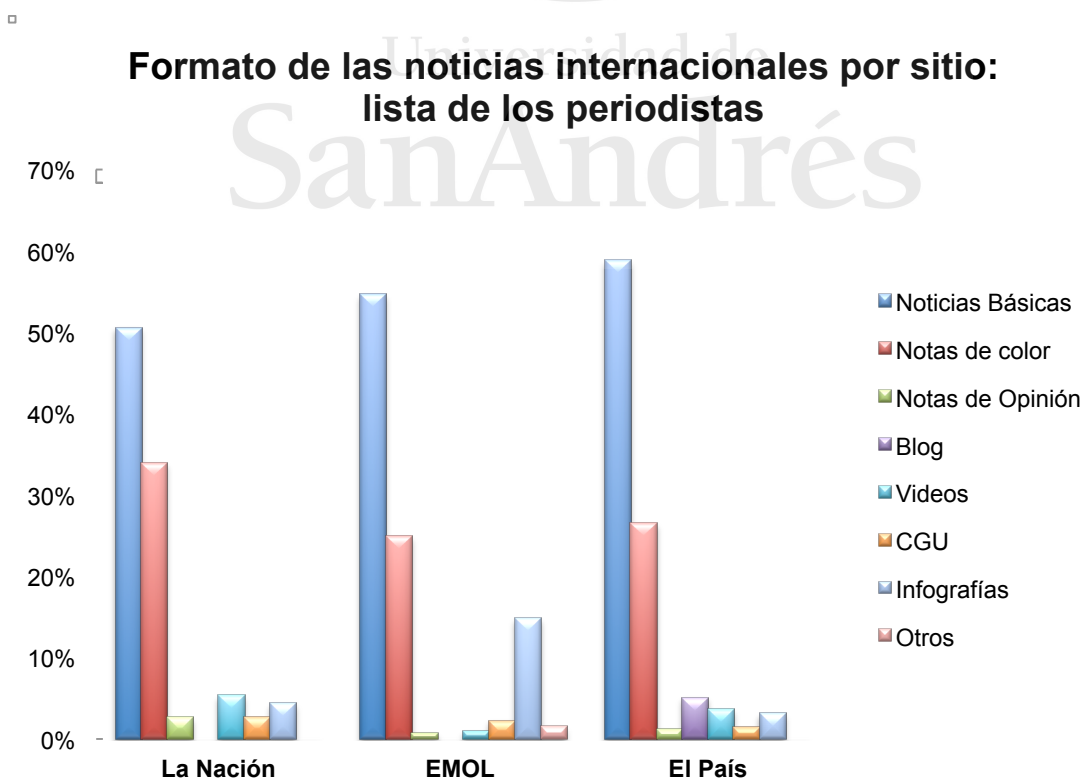
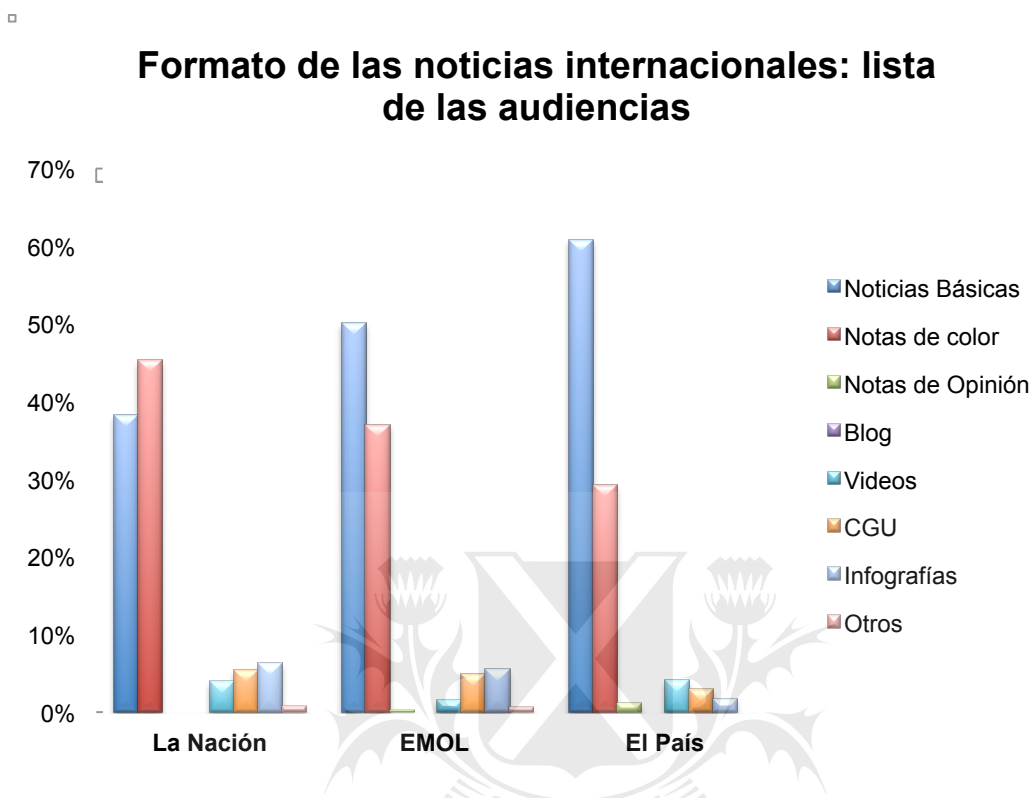


Gráfico 13: Formato de las noticias internacionales de la lista de las audiencias en porcentaje.



En el Gráfico 12 se puede observar que los periodistas de tres sitios presentan en mayor medida sus notas en el formato “noticia básica”, es decir, aquellas notas que poseen una configuración tripartita de título, bajada y cuerpo, conocida como “pirámide invertida” (Ramírez Gelbes 2017, 70). El segundo formato más utilizado en los tres sitios son las “notas de color”, es decir, con un estilo más narrativo que suelen ser en primera persona o incluyen un tono más personal sin utilizar en su primer párrafo la técnica de pirámide invertida. Un ejemplo de este tipo de formato de noticias son las notas que contienen entrevistas. En este sentido, la diferencia entre las categorías “noticias básicas” y “noticias de color” es amplia en cada uno de los sitios mostrando la primacía del primer formato por sobre el segundo. Específicamente, en La Nación el 51% son notas de color y el 34% noticias básicas, en EMOL el 55% son noticias básicas y el 25% notas de color y en El País, el 59% de noticias básicas y 27% de notas de color. Además, el tercer formato más elegido difiere entre los tres sitios, en el caso de La Nación, el 5% de las notas presentadas son los “videos”, en EMOL el tercer formato más utilizado son las “infografías” y ocupan un 15% mientras que en El País el 5% de las notas presentadas son “blogs”.

En las elecciones de los consumidores, el formato narrativo dominante de las listas de “más vistos” es el de “noticia básica” tanto en El País como en EMOL, a diferencia de La Nación donde el formato predominante son las “notas de color”. En estos casos, las variaciones entre los sitios son más amplias que en la agenda de los periodistas. En la lista de las “más leídas” de La Nación el 45% son notas de color y el 38% noticias básicas, en EMOL el 50% son noticias básicas y el 37% notas de color y en El País se presentan el 61% de noticias básicas y 29% de notas de color. En cuanto al tercer formato que más aparece en la agenda de las audiencias, en La Nación y El Mercurio son las “infografías” y, en El País el tercer formato son los “videos”.

En las entrevistas obtuvimos respuestas que pueden dar luz a estos hallazgos. En primer lugar, detectamos que los periodistas de los tres sitios sostuvieron la necesidad de recurrir a noticias básicas para cubrir eventos que suceden en el momento. Esto se vincula estrechamente con las características principales de los medios online: la inmediatez junto con la posibilidad de actualización constante de la información (Boczkowski 2010) en el sentido de que lo más importante de las “noticias duras” son el título y la bajada ya que son el principal vehículo para transmitir un mensaje. En esta línea, la subeditora de La Nación nos comentó que *“Si pasa algo importante se escribe acá en la redacción aun siendo en Italia (donde cuentan con una corresponsal). Nada es más rápido que escribirlo en la redacción, escribir un título y una bajada y subirlo”*. En sus palabras puede notarse la referencia explícita a las noticias básicas que hacen uso de la técnica de la pirámide invertida. A su vez, en la misma línea, el editor de Internacionales de El País comentó *“La razón de ser de un medio online es la inmediatez. Es decir, si sucede ahora tiene que estar publicado ahora. Después vendrán los detalles, pero la noticia hay que darle de inmediato una vez confirmada”* y, también, el encargado de Internacionales de EMOL subrayó al respecto que *“La inmediatez es como un golpe que te da en la cara. Y, que después es algo que obviamente te acostumbras y es algo que tu tienes que estar muy preocupado para subir la nota antes y no salir golpeado por la competencia, que la información de lo que ocurra al minuto la vas a encontrar en EMOL”*.

La correspondencia de estas declaraciones con la gran cantidad de noticias con formato de “notas básicas” que hay en nuestra muestra resulta clara. Asimismo,

consideramos llamativo explorar los demás formatos predominantes presentados por los periodistas de los tres sitios a partir de lo expuesto por los entrevistados. En este punto cabe destacar que, como establece Boczkowski (2010, 73), las noticias duras se vuelven un commodity genérico mientras que las noticias blandas un vehículo para la diferenciación de contenido. Las primeras son consideradas un tipo de contenido que atrae a los consumidores a entrar al sitio en primer lugar, una vez allí, ellos buscan otros productos y servicios, entre ellos, noticias blandas. Esto puede notarse en los enunciados de representantes quienes mencionaron la necesidad de incluir en sus portales de noticias respectivos, notas de análisis además de aquellas que tienen que ver con sucesos del momento.

Detectamos que los periodistas de cada sitio expresaron con distintas posibilidades e intereses la necesidad de incluir notas diferentes a las “básicas” o “duras”. El periodista de EMOL remarcó que *“somos esclavos del “breaking news”*” y comentó que *“(…) es complicado porque a veces tu estás haciendo algún tema, alguna cosa, más de análisis, y estás buscando fuentes y de repente ocurre un atentado en San Petersburgo y te tenés que dedicar a eso... Tienes que estar muy pendiente de lo que vaya pasando y tenés que estar (...) con un ojo en eso y el otro ojo puesto en los cables o el Twitter a medida que van pasando las actualizaciones”*. De esta manera, el periodista desarrolló que ser “esclavos del breaking news” conlleva la dificultad de depender de otros medios de comunicación ya que el tener que subir todo lo que ocurre en ese mismo instante, quita tiempo para balancear la presentación de este tipo de noticias incorporando otro tipo de notas mediante la búsqueda de fuentes alternativas, contextualización y creatividad. Para ello, comentó que desde hace poco tiempo encontraron una manera de poder organizarse que consiste en deciden dividirse las tareas a lo largo del día, por momentos uno está “pendiente del breaking news” y otro de escribir noticias con un mayor nivel de análisis. A su vez, establece que para que las notas puedan ir más allá de los sucesos puntuales, lo que hacen es trabajar con el equipo de equipo de multimedia que son periodistas y diseñadores gráficos a través de la construcción de infografías sobre determinados temas que llaman más la atención que *“una sábana de noticia que no la lee nadie”*. Un ejemplo estas infografías en nuestra

muestra es una sobre “Las cifras y los hechos históricos en los más de 50 años de las FARC”¹⁶.

Con el animo de evitar el mismo problema, la sub editora de La Nación mostró que el hecho de contar con corresponsales sirve en gran medida para poder presentar noticias de análisis que desde la redacción difícilmente tendrían lugar. En este caso, menciona, por ejemplo, la elaboración de entrevistas con personas que visitaron al Papa que son enviadas por la corresponsal italiana. También, hace referencia a la dependencia de “breaking news” pero desde una perspectiva que podríamos considerar diferente a la propuesta por el periodista chileno. En este sentido, la sub editora establece que luego de la presentación de ciertas noticias puntuales de hechos, con las herramientas disponibles para medir el grado de visualizaciones de dicha noticia, se evalúa si llevar a cabo o no otras notas de mayor análisis con respecto a ese tema. En sus propias palabras: *“una declaración de Corea del Norte contra Trump, que decía que estaban preparados para el ataque... Estuvo todo el día en el top ten! (...) Y, entonces, bueno, a partir de eso empezamos a hacer nota B, nota C sobre el tema (...) hicimos una sobre como es el porta aviones que envió Trump a la frontera coreana que probablemente no hubiese sucedido si no veíamos que el tema estaba en el top ten.”*. Esta reflexión y ejemplo, permite ver como “ciertas noticias básicas” pueden dar lugar a “notas de color” pero que está sujeto al interés de las audiencias de la “noticia dura” inicial.

En el caso de los periodistas de El País, destacaron que en el sitio se buscan títulos mucho más directos ya que *“el periodista web busca generar un impacto noticioso en el momento”* y, con respecto a las “notas de color” u otro tipo de noticias diferentes a las básicas, resulta más complicado por el hecho que notan la necesidad de análisis mayores, por ejemplo, *“por qué a la Argentina le pasa todo esto que le pasa... por qué cada gobierno termina tan mal, es como que se dan la cabeza contra la pared, y no hay nadie que analice estas cosas”*. La explicación que sugieren es que muchas veces se deben explicar cuestiones básicas o del momento para luego despegar y explicar complejidades, y, sin embargo, muchas veces no se alcanza este momento.

¹⁶ Disponible en: <http://www.emol.com/noticias/Internacional/2016/06/23/809241/Infografia-Colombia-y-las-FARC.html>

En definitiva, en cuanto a los formatos más utilizados por los periodistas, hay convergencia entre los sitios en el sentido que en los tres predominan las notas con el formato de “noticias básicas” que puede ser entendido en función de una de las características del medio online que tiene que ver con la inmediatez que requiere que se cubran los acontecimientos en el momento. La divergencia entre los sitios se ve en el ánimo de los periodistas por complementar esta lógica agregando otro tipo de noticias. En este sentido, mientras que en El País los periodistas detectan obstáculos para incluir otro tipo de noticias, viéndose reflejado en la mayor brecha entre los tres sitios en lo que corresponde a las noticias básicas y todas las demás, los periodistas de La Nación y EMOL recurren a otro tipo de formatos para, desde su perspectiva, interpelar y llegar mejor a las audiencias, por ejemplo, mediante infografías en el caso de EMOL y una retórica cercana a las noticias de asuntos no públicos en La Nación.

Discusión

El análisis empírico de este trabajo ofrece dos hallazgos principales. En primer lugar, se comprobó la primer hipótesis para los tres sitios estudiados (La Nación, El País y EMOL): la agenda de los periodistas en cuanto a noticias internacionales no coincide con la agenda de las audiencias en esta materia. En segundo lugar, descartamos nuestra segunda hipótesis ya que las preferencias informativas de las audiencias y de los periodistas en cuanto a noticias internacionales presentan diferencias entre los sitios y se explican por factores diferentes. Analizaremos estos descubrimientos en función de las teorías expuestas en el marco teórico de este trabajo.

Con respecto a la primer hipótesis, el análisis de la agenda de los medios y sus respectivas audiencias durante mayo a diciembre del año 2016 indica que, en los tres sitios estudiados, los editores privilegian en mayor medida las noticias internacionales de asuntos públicos que sus audiencias. Estos hallazgos nos permiten reflexionar sobre si se cumple lo establecido en la teoría de agenda setting o si estamos en presencia de la “paradoja moderna” que indica que, aunque estemos en el mundo de las conexiones, informar sobre el mundo es menos habitual (Moisy 1997; Schulz 2001; Porath y Mujica 2011). Los resultados del trabajo, específicamente si se observan los índices de etnocentrismo y globalización (Schulz 1976, 2001; Porath y Mujica 2011) para cada

uno de los sitios, muestran que el mundo recibe una amplia cobertura en los tres sitios estudiados ya que aproximadamente un 50% de las noticias hacen referencia al exterior si se tienen en cuenta las noticias internacionales de los tres tipos (noticias netamente extranjeras, extranjeras con participación doméstica y doméstica con participación extranjera). Sin embargo, cabe preguntarse, ¿Qué tipo de contenido de noticias internacionales se presenta? ¿Cuál es la imagen que los sitios nos presentan del mundo? Es aquí cuando vemos que los asuntos públicos internacionales, a los que se hace referencia cuando se habla de la “paradoja moderna”, se cubren en menor medida en los tres sitios por parte de los periodistas y editores, alcanzando apenas el 23,09% en La Nación, el 17,28% en EMOL y 24,67% en El País y, el interés de las audiencias es aun menor por estos asuntos. De esta manera, detectamos una brecha de interés y la incapacidad de estos medios de comunicación para fijar agenda en cuanto a noticias internacionales de asuntos públicos.

Este hallazgo nos permiten recapacitar sobre el rol de la oferta y la demanda de noticias en general y noticias internacionales, en particular. Como sugieren Mitchelstein, Boczkowski, Wagner y Leiva (2016, 1042) la existencia de una brecha de intereses entre periodistas y audiencias confirma que los periodistas, por formación profesional como por organización del trabajo (Benne, Lawrence y Livingston 2007; Gitlin 1980; Cook 1998; Williams y Carpini 2012), tienden a privilegiar y querer incorporar noticias sobre asuntos públicos. En cambio, las audiencias de los sitios de noticias tienden a seleccionar menor cantidad de noticias sobre asuntos públicos en general (Hamilton 2004; Prior 2007; Tewksbury 2003) y noticias internacionales de asuntos públicos en particular (Moisy 1997; Porath y Mujica 2010, 2011; Marin 2001; Schulz 2001). De este modo, podemos ver que si bien la literatura resalta la importancia de la cobertura de las noticias internacionales de asuntos públicos para las audiencias y su capacidad para influir en la toma de decisiones (Golan, Wanta y Lee 2004, 365; Gavin 1998; Page y Shapiro 1992), tal como encontraron Boczkowski y Mitchelstein (2015) los ciudadanos prefieren ir a buscar otros contenidos de forma cotidiana que tiene que ver con noticias de asuntos no públicos internacionales.

En este sentido, no esperábamos diferencias entre los sitios estudiados debido a las similitudes a nivel sistema en lo respectivo a la trayectoria política, cultura periodística y sistema de medios de Argentina, Chile y Uruguay. A su vez, esperábamos resultados análogos por el hecho de que los sitios seleccionados se pueden considerar

similares en tanto poseen sus orígenes en el mismo periodo temporal, son generalistas, pertenecen a organizaciones mediáticas tradicionales, están vinculados a diarios impresos y se identifican con perspectivas conservadoras o de derecha. Sin embargo, encontramos tanto convergencias como divergencias entre los sitios que se pueden explicar por distintos factores en relación con el tipo de cobertura de cada sitio estudiado.

Sin embargo, a partir de la respuesta a nuestra pregunta que se desprende de la segunda hipótesis sobre si las preferencias informativas de las audiencias y los periodistas son similares entre los sitios, pudimos ver que las brechas que se manifestaron en cada uno de los sitios mostraron divergencias e incluso, pudimos observar que el caso de El País de Uruguay es diferente a los otros dos sitios por dos cuestiones. Por un lado, la brecha de interés por noticias internacionales de asuntos públicos entre la agenda de los periodistas y la de los consumidores es muy pequeña alcanzando a penas 1, 5 puntos porcentuales en comparación con las de La Nación y EMOL. Y, por el otro lado, con respecto a las noticias internacionales de asuntos no públicos, las audiencias de La Nación y de EMOL las priorizan en mayor medida que los periodistas mientras que en el caso de El País sus audiencias le prestan menos atención que los periodistas a este tipo de noticias. A continuación retomaremos las diferencias entre los sitios a partir de las variables estudiadas bajo la luz de la literatura en relación.

En primera instancia, con respecto a los tipos de noticias internacionales que los medios presentan que puede entenderse a través de los índices de etnocentrismo y globalización, notamos que el primero de ellos difiere entre los sitios estudiados mientras que el índice de globalización es similar entre ellos. Con respecto a la similitud en cuanto a la cantidad de noticias intermedias, vemos la importancia otorgada por los tres sitios a la “domesticación” de las noticias (Porath y Mujica 2011). En cuanto al índice de etnocentrismo, este sugiere que el sitio menos localista, es decir, el que posee un menor valor en su resultado del índice de etnocentrismo es El País.

En segunda instancia, si tenemos en cuenta el bajo valor de El País en el índice de etnocentrismo en relación con los otros dos medios estudiados y si se considera que, a diferencia de La Nación y EMOL, el tema al que sus audiencias le prestan mayor atención tiene que ver con asuntos sobre política y, en cuanto a los actores generadores

del hecho noticioso, las audiencias del sitio uruguayo muestran mayor interés por aquellas que poseen al Estado como actor principal mientras que los consumidores de La Nación y EMOL leen en mayor medida noticias que tienen a personalidades destacadas como principal actor; podemos dar cuenta que en el sitio uruguayo se registra un mayor interés por los asuntos públicos mundiales. Cabe entender esto teniendo en cuenta que Uruguay es el país más chico de nuestra muestra y posee mayor dependencia del mundo (Albertoni 2011) y, como establecen Mastrini y Becerra (2011, 56) el sistema de medios uruguayo posee una fuerte penetración en la sociedad y es altamente dependiente de contenidos producidos en los países vecinos como Argentina y Brasil.

De esta manera, podemos sugerir explicar esta diferencia entre las preferencias de los periodistas y audiencias del sitio uruguayo con respecto al chileno y el argentino a través de la literatura sobre los factores noticiosos que guían en mayor medida la elección de las noticias. En términos generales, los resultados cuantitativos del análisis de contenido como los resultados cualitativos a través de las respuestas de los profesionales en las entrevistas en profundidad realizadas para este trabajo, nos permitieron sugerir una serie de criterios que están presentes e influyen la noticiabilidad del hecho internacional en los tres sitios:

En primer lugar la presencia del criterio de la proximidad geográfica y cultural (Golan 2006; Porath y Mujica 2010; Wu 2004) aparece como uno de los factores que guía en gran medida la selección de noticias. Esto quedó manifiesto en la cobertura que reciben los países vecinos o con cercanía cultural en cada uno de los sitios estudiados. A su vez, esto puede entenderse en función de las fuentes informativas con las que cuentan los medios y se puede advertir la dependencia de la información brindada por GDA lo que conlleva a un sesgo geográfico (Jones 2007) y a un sesgo de fuentes (Whitney et al 1989)

En segundo lugar, un criterio que parece marcar en gran medida la selección de las noticias en los tres sitios estudiados tiene que ver con la ubicación de las naciones en el sistema internacional (Robinson et al 1976; Wu 2003; Golan y Wanta 2003; Porath y Mujica 2010; Galtung y Ruge 1965). Como se explicó en la primera parte del trabajo, este criterio indica que las naciones más grandes, con mayor PBI e influencias en el sistema mundial tienen más posibilidades de ser cubiertas. Esto pudo verse en los

hallazgos referentes a los países más tratados ya que el que más se menciona en los tres sitios es Estados Unidos, nación que cumple con los requisitos del concepto de “nación de elite” acuñado por (Galtung y Ruge 1965).

Asimismo, sugerimos la presencia de dos factores que parecen guiar de manera diferente a, por un lado, La Nación y EMOL y, por el otro, a El país lo que contribuye a explicar las diferencias del sitio uruguayo planteadas más arriba.

Los resultados nos permitieron dilucidar que uno de los factores noticiosos que puede estar guiando en mayor medida las coberturas de noticias internacionales de asuntos públicos en los casos de La Nación de Argentina y EMOL en Chile es el de *desviación* (Golan 2006; Peñalba Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006), es decir, la cobertura extensa de eventos novedosos, inusuales y conflictivos que se diferencian de los eventos o procesos que transcurren cotidianamente en la escena internacional. Ejemplos de estos casos, como se explicitaron en la parte de resultados, pueden ser la gran cobertura de atentados terroristas que tienen lugar de manera inesperada sin otorgarle un seguimiento posterior o descubrimientos novedosos que impliquen la actuación del sector público en otro lado del mundo. Por lo contrario, si bien el criterio de desviación también aparece en el sitio uruguayo, en la cobertura de este sitio notamos que el factor que parece guiar en mayor medida la cobertura de las noticias internacionales es el de *prominencia de la noticia para el país de origen del medio* (Peñalba Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006). En otras palabras, el interés de los periodistas reside en cubrir en gran medida aquellas cuestiones internacionales que tienen implicancias sociales, políticas o económicas para Uruguay dada, como anunció el periodista de El País, la dependencia de Uruguay del mundo. En efecto, a diferencia de La Nación y EMOL, hemos registrado un mayor seguimiento y continuidad de las noticias sobre los mismos temas y países que se cubren a lo largo de la muestra.

Por lo tanto, podría pensarse que la menor brecha de interés en cuanto a noticias internacionales de asuntos públicos en El País se puede entender en función del factor noticioso que influye en mayor medida la selección de estas noticias internacionales y, de hecho, si se observan las características de las noticias de asuntos públicos de mayor interés de las audiencias de cada sitio, vemos que la mayor parte de las noticias internacionales del el sitio uruguayo son sobre política y sobre Argentina.

Con relación a esto, podemos sugerir interpretar los resultados en función de la Inversión Extranjera Directa (IED) que recibe Uruguay como indicador de la dependencia de este país del mundo y el impacto que las noticias de Argentina pueden tener para Uruguay, dado que, como establecen Forte y Santos (2015), la IED suele tener mayor relevancia en los países más pequeños. Así, damos cuenta que según las últimas cifras publicadas por el Banco Central de Uruguay¹⁷, Argentina fue nuevamente el principal origen de las inversiones extranjeras en el último reporte que corresponde hasta el primer trimestre de 2016 ya que el 29% del monto invertido provino de este país. Esto nos da la pauta de la jerarquía del factor de la importancia del suceso para el país de origen del sitio a la hora de seleccionar las noticias, Argentina mediante la IED y demás cuestiones culturales y sociales tiene gran importancia para Uruguay y tanto los periodistas como sus audiencias convergen en prestar atención a este tipo de noticias.

Siguiendo con la interpretación de los resultados a partir de la literatura de los factores noticiosos, con respecto a las características de las noticias de asuntos públicos de mayor interés de los periodistas y las audiencias de La Nación, vemos que la lógica es diferente de lo que encontramos en Uruguay. Los resultados se corresponden con el estudio de Pizarro (2008) sobre las propiedades que componen a las noticias internacionales en Clarín y La Nación durante el periodo 1980-1998, quien encuentra que para estos dos medios la noticia internacional “es el hecho específico, que sale de la rutina y que tiene características negativas” (Pizarro 2008, 238), como también, detecta de gran importancia la cercanía geográfica y cultural (Pizarro 2008, 324). Con respecto a las características de las noticias internacionales de mayor interés de los periodistas y las audiencias de EMOL, a diferencia de los hallazgos de Porath, Mujica y Maldonado (2011) en su estudio sobre la importancia que le otorga la televisión chilena a las noticias extranjeras que inciden en la selección de noticias del exterior, no vemos una primacía de contenido mayoritariamente local. Por lo contrario, vemos que el mundo es ampliamente cubierto por EMOL en cuanto a asuntos no públicos. El 48,61% de las noticias internacionales presentadas por este sitio son sobre deportes y en su mayoría son del tipo extranjeras con participación doméstica. Esto si es coincidente con los

¹⁷ Información disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/40213-la-inversion-extranjera-directa-america-latina-caribe-2016>

hallazgos de Porath, Mujica y Maldonado (2011, 362) quienes encuentran de igual manera que:

“el análisis de contenido muestra de manera específica un patrón de proximidad emocional o de identificación personal, dado que la presencia de deportistas nacionales anotados en las ligas de fútbol extranjeras o ganando torneos de tenis alrededor del mundo es una variable importante en la selección de noticias extranjeras en Chile”

La atención de las audiencias por estas noticias es también muy amplia e incluso mayor que el de los periodistas. Con respecto a las noticias de asuntos públicos más cubiertas detectamos patrones similares a los de La Nación, es decir, sobre temas y países que denotan eventos particulares en momentos específicos lo que nos permite sugerir que los criterios más preponderantes que guían la elección de las noticias son la “desviación” y “proximidad” (Porath y Mujica 2010, 2011; Golan 2006; Penalva Verdú 1999; Shoemaker y Cohen 2006) como también un gran peso de la “domesticación” de las noticias internacionales de asuntos públicos.

Por último, cabe destacar que dada la menor influencia del factor “prominencia para el país de origen del sitio” como aquel que guía en mayor medida la selección de las noticias internacionales, detectamos en los resultados sobre “formato” que tanto los periodistas de la Nación como de EMOL entrevistados se refirieron a la necesidad de buscar alternativas para captar la atención de las audiencias por las noticias de asuntos públicos internacionales mientras que esto no lo hemos detectado en los dichos de los entrevistados de El País.

Conclusión

La revisión de los resultados de esta investigación contribuyen a explicar, como indican los tradicionales trabajos tanto de Lippmann (1922) como Galtung y Ruge (1965, 64-65), las imágenes mentales de la realidad internacional que poseen los ciudadanos que en gran medida es aportada por los medios de comunicación. Mediante este estudio sobre los intereses de audiencias y periodistas en materia de noticias internacionales, notamos que los intereses por la cobertura del mundo en general es amplia si se considera la totalidad de las noticias internacionales asuntos públicos y no

públicos. Sin embargo, la atención hacia los asuntos públicos internacionales es pequeña.

En este sentido, encontramos que los tres sitios estudiados (La Nación, EMOL y El País) representan la llamada “paradoja moderna” que establece que si bien estamos en un contexto de globalización donde las conexiones globales abundan, cada vez los medios le asignan menos espacio a las noticias internacionales. En términos de estas noticias internacionales de asuntos públicos, el estudio confirma la primacía de lo local por sobre las noticias extranjeras en el interés de los periodistas y aun más en el interés de las audiencias. Es en este punto que este trabajo halla una brecha de interés entre periodistas y audiencias. En términos generales, las audiencias presentan un menor interés que los periodistas por las noticias internacionales que involucran asuntos públicos en los tres sitios.

En este sentido, estos resultados nos permiten sugerir la misma conclusión que Waisbord (2010, 308) abordó contemplando las características de los sistemas de medios latinoamericanos: “Los vínculos institucionales débiles entre la prensa y la esfera pública socaba el potencial de los medios de comunicación para fortalecer la gobernanza democrática”. De este modo, los medios de comunicación no cuentan con la capacidad esperada en el marco de la teoría de agenda setting para influenciar a la opinión pública sobre estas temáticas. Asimismo, podemos sugerir, que esta falta de interés dificulta el rol de los medios como “nexo” entre la opinión pública y la política exterior (Robinson 2008).

Asimismo, en este estudio dimos cuenta que las preferencias informativas en materia de noticias internacionales no son las mismas en los tres sitios estudiados. Los temas y países que más se priorizan o los formatos que más se utilizan en cada medio no coinciden entre sí, por lo que los orígenes de la brecha de interés se explica por distintos factores.

Si bien en cuanto a las variables que determinan el interés por las noticias internacionales hay influencia de factores comunes en los tres sitios, como por ejemplo, la cercanía geográfica y cultural, la magnitud de los hechos y la ubicación de las naciones en el espectro internacional (Porath y Mujica 2010), en adhesión, hemos detectado criterios más comunes en algunos sitios que permitieron nos entender las diferencias de los resultados obtenidos. En este sentido, el análisis de las variables como

temas y países más cubiertos, formatos y fuentes más utilizados y tipos de noticias más presentadas nos ayudaron a despejar incógnitas acerca de cuales son los factores más comunes que guían la selección de noticias internacionales en cada sitio y dan lugar a la “imagen del mundo” que se les ofrece a las audiencias.

Bajo la luz de la teoría de los factores noticiosos, notamos una diferencia entre La Nación y EMOL, por un lado y El País por el otro. Detectamos que el sitio uruguayo presenta una mayor cantidad de noticias de acuerdo a la prominencia o impacto que estas tengan para el país mientras que los sitios argentino y chileno priorizan las noticias que tienen que ver con hechos fuera de lo común, conocidos en la literatura como “desviados”. Las diferencias entre los sitios sugieren que la dependencia de Uruguay del mundo marca la pauta en la cobertura noticiosa de los periodistas como así también influencia el interés de las audiencias por estas temáticas.

Por último, resulta útil y necesario destacar que se deberían considerar para futuras investigaciones en la materia el rol de las redes sociales, ya que las audiencias utilizan las redes y la tecnología para filtrar, evaluar y reaccionar ante la información que recibe tanto sobre asuntos locales como internacionales.

Referencias bibliográficas

Albertoni, Nicolás. 2011. *Entre el barrio y el mundo*. TAURUS.

Almond, Gabriel. 1956. “Public opinion and national security policy”. *Public Opinion Quarterly*, 20(2), 371-378.

Alvarado, Fernando. 2011. *La política exterior económica de Argentina y Chile en los años 90: dos estrategias para insertarse en la globalización*. Tesis Doctoral. Berlín: Freie Universität Berlín,

Aruguete, Natalia. 2009. “Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting”. *Ecos de la Comunicación*. 2(2).

Aruguete, Natalia. 2010. "Poder y Comunicación. Una vulneración al derecho a acceder a la agenda de los medios." *Diálogos de la comunicación* 82, 7.

Baek, Young Min, Magdalena Wojcieszak y Michael Delli Carpini. 2012. "Online versus face-to-face deliberation: Who? Why? What? With what effects?." *New media & society* 14.3, 363-383.

Bennett, Lance. 1990. "Toward a theory of press-state relations in the United States". *Journal of communication*, 40(2), 103-127.

Boczowski, Pablo y Eugenia Mitchelstein. 2015. *La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Buenos Aires: Manantial.

Boczowski, Pablo, Eugenia Mitchelstein y Martin Walter. 2011. "Convergence across divergence: Understanding the gap in the online news choices of journalists and consumers in Western Europe and Latin America." *Communication Research* 38.3, 376-396.

Boczowski, Pablo. 2010. *News at work: Imitation in an age of information abundance*. Chicago: The University of Chicago Press.

Burstein, Paul. 2003. "The impact of public opinion on public policy: A review and an agenda". *Political Research Quarterly*, 56(1), 29-40.

Bustamante, Esteban. 2008. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Editorial GEDISA.

Chang, Tsan-Kuo. 1998. "All Countries Not Created Equal to Be News: world system and international communication", *Communication Research* (25), 528-66.

Chong, Dennis y James Druckman. 2007. Framing theory. *Annual Review of Political Science*. 10, 103-126.

Cohen, Bernard. 1963. "The press, the public and foreign policy". *Reader in Public Opinion and Communication*.

Cook, Timothy. 1998. *Governing with the news: The news media as a political institution*. Chicago: University of Chicago Press.

Dearing, James y Everett Rogers. 1996. *Agenda-setting*. Sage publications.

Downs, Antony. 1973. *Teoría económica de la democracia*. Madrid: Aguilar.

Entman, Robert. 1993. "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of communication*, 43(4), 51-58.

Ford, A., Rivera, J. B., Romano, E., y Muraro, H. 1985. *Medios de comunicación y cultura popular* (pp. 20-23). Buenos Aires: Legasa.

Forte, Rosa y Nancy Santos. 2015. "A cluster analysis of FDI in Latin America." *Latin american journal of economics* 52.1 pp. 25-56.

Galtung, Johan y Mari Holmboe Ruge. 1965. "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers" *Journal of peace research* 2.1, 64-90.

Gans, Herbert. 1979. *Deciding What's News*. New York: Pantheon.

Gavin, Neli. 1998. *The economy, media and public knowledge*. Leicester: Leicester University.

Gerring, John. 2006. *Case study research: Principles and practices*. Cambridge University Press.

Getinio, Octavio. 1995. *Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas*. Ediciones Colihue SRL.

Getino, Octavio. 1995. *Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Gitlin, Todd. 1980. *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. California: University of California Press.

Goffman, Erving. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

Golan, Guy. 2003. 'America's Narrow Window to the World: an analysis of network global coverage'. *International Communication Bulletin* 38(3/4), pp. 2-11.

Golan, Guy. 2006. "Inter-media agenda setting and global news coverage: Assessing the influence of the New York Times on three network television evening news programs". *Journalism studies*, vol. 7, 323-333.

Gunter, Barrie. 1997. *Measuring Bias on Television*. Luton, England: John Libbey Media.

Habermas, Jürgen. 1991. *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.

Hallin, Daniel y Paolo Mancini. 2004. *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.

Hallin, Daniel. 1989. *The uncensored war: The media and Vietnam*. University of California Press.

Hester, Joe Bob y Elizabeth Dougall. 2007. "The efficiency of constructed week sampling for content analysis of online news". *Journalism & Mass Communication Quarterly* 84(4), 811-824.

Holsti, Ole. 1992. "Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond-Lippmann consensus". *International studies quarterly*. 36(4), 439-466.

Hudson, Valerie. 2008. "The History and Evolution of foreign policy analysis", *Foreign Policy: theories, actors, cases*. Oxford: Oxford University Press,

Igartua, Juan José y María Luisa Humanes. 2004. *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Igartua, Juan José y María Luisa Humanes. 2004. *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Iyengar y Kinder. 1987. *News that Matters: Agenda-Setting and Priming in a Television Age*. Londres: University of Chicago Press.

Iyengar, Shanto, Mark Peters y Donald Kinder. 1982. "Experimental demonstrations of the "not-so-minimal" consequences of television news programs". *American Political Science Review*, 76(04), 848-858.

Iyengar, Shanto. 1979. "Television news and issue salience: A reexamination of the Agenda-setting hypothesis" *American Politics Quarterly*, no 7, p. 397-416.

Jones, Steve. 2007. "Television news: Geographic and source biases,1982-2004." *International Journal of communication* 2: 30.

Krippendorff, Klaus. 2012. *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.

Lang, Kurt y Gladys Lang. 1966. "The mass media and voting". *Reader in public opinion and communication*, 2, 455-472.

Lanzaro, Jorge. 2007. "La "tercera ola" de las izquierdas latinoamericanas: entre el populismo y la social-democracia". *Encuentros Latinoamericanos*, 1(1), 20-57.

Lippmann, Walter. 1946. *Public opinion*. Transaction Publishers.

Lugo-Ocando, Jairo. 2008. *The Media in Latin America*. Nueva York: Open University Press.

Luhmann, Niklas. 1973. *Método funcional y Teoría de Sistemas. Ilustración sociológica y otros ensayos*. Sur: Buenos Aires.

Malik, Rex. 1992. The global news agenda. *Intermedia*, 20(1), 8-70.

Marin, Cristobal. 2001. Televisión y espacio público. *Informe N° 2 PNUD*, 29-63.

Martini, Stella. 2000. *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (Vol. 4). Editorial Norma.

Mastrini, Guillermo Néstor y Martín Becerra. 2011. "Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano." *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*.

Mastrini, Guillermo. 2005. Mucho ruido, pocas leyes. *Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*.

McCombs, Maxwell y Donald Shaw. 1972. "The agenda-setting function of mass media". *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

McCombs, Maxwell y Stroud. 2014. "Psychology of agenda-setting effects: Mapping the paths of information Processing" *Review of Communication Research* 2(1), 68-93.

Milner, Helen y Dustin Tingley. 2010. The political economy of US foreign aid: American legislators and the domestic politics of aid. *Economics & Politics*, 22(2), 200-232.

Mitchelstein, Eugenia, Pablo Boczkowski, Celeste Wagner y Silvana Leiva. 2016. "La brecha de las noticias en Argentina: factores contextuales y preferencias de periodistas y público". *Palabra Clave* 19(4), 1027-1047.

Moisy, Claude. 1997. Myths of the global information village. *Foreign Policy*, 78-87.

Moreira, Constanza. 2006. "Sistemas de partidos, alternancia política e ideológica en el cono sur (Argentina, Brasil, Chile Y Uruguay)". *Revista Uruguaya de Ciencia Política*. 15(1). 31-56.

Mouron, Fernando. 2015. "The domestic costs of foreign aid on a context of economic and political hardship: Evidence from an experimental survey in Brazil". San Pablo: *Universidad de San Pablo*.

Disponible: <http://live.v1.udesa.edu.ar/files/UAHumanidades/EVENTOS/PaperMouron070916.pdf?SMMK=3888.45141833333w.xD0r1gZfOd>

Noelle-Neumann, Elizabeth. 1973. Return to the concept of the powerful mass media. *Studies in Broadcasting*, 9, 67-112.

Östgaard, Einar. 1965. "Factors influencing the flow of news." *Journal of Peace Research* 2.1 (1965): 39-63.

Page, Benjamín y Robert Shapiro. 1992. *The rational public: Fifty years of trends in Americans' policy preferences*. Chicago: Chicago University Press.

Palmgreen Philip y Peter Clarke. 1977. "Agenda-setting with local and national issues". *Communication Research*, No 4, 435 - 452.

Patterson, Thomas. 1980. The mass media election.

Penalva Verdú, Clemente. 1999, "La selección de noticias como indicador de desigualdad entre naciones." *Papers: revista de sociologia* 59: 0155-172.

Penalva, Verdu, Clemente. 1998. *Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales*. Tesis Doctoral. Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante.

Pizarro, Ana Marcela. 2008. *El "Mundo" de la prensa argentina: ¿qué es noticia internacional para La Nación y Clarín?*. Buenos Aires: Universidad Austral, Facultad de Comunicación.

Porath William, Constanza Mujica y Francisco Maldonado. 2011. "Procesos de producción, emisión y recepción de las noticias extranjeras en la TV chilena/Production." *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 18.1 pp. 353-370.

Porath, William y Constanza Mujica. 2010. "Percepciones del público chileno sobre las noticias extranjeras en televisión/The chilean public's perception about foreign news in television." *Cuadernos de Información* 26. Pp. 29-44.

Porath, William y Constanza Mujica. 2011. "Las noticias extranjeras en la televisión pública y privada de Chile comparada con la de catorce países". *Comunicación y Sociedad* . Vol XXIV.

Ramírez Gelbes. 2017. "Sobre viejas y nuevas pirámides: La superestructura informativa en los diarios online" en *Titulares, hashtags y videojuegos. La*

comunicación en la era digital, compilado por Eugenia Mitchelstein y Pablo Boczkowski, 67-81. Buenos Aires: Manantial.

Ramirez, Juan Domingo. 2008. "Estudio de las demandas de desempeño profesional de un periodista de un medio online. El caso de Emol. com, de la sociedad periodística de El Mercurio." Tesis de Licenciatura. Universidad de Chile.

Reese, Stephen y Lucig Danielian. 1989. "Intermedia influence and the drug issue." *Communication Campaigns about Drugs*, edited by Pamela J. Shoemaker, 29-46.

Robinson, Piers, 2008. "The role of media and public opinion". *Foreign Policy: theories, actors, cases*. Editado por Smith, Hadfield y Dunne. Oxford: Oxford University Press. Capítulo 8, 137-154.

Rodríguez Díaz, Raquel. 2004. *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Rosati, Jerel y James Scott. 2011. *The Politics of United States Foreign Policy*. Cengage Learning.

Ruiz, Claudia. 2009. "Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis". *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. (33).193-201.

Scheufele, Dietram y David Tewksbury. 2007. "Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models". *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.

Schudson, Michael. 1995. News as Public Knowledge. *The power of news*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Schudson, Michael. 2000. *The good citizen: A history of American civic life*. Nueva York: Martin Kessler Books.

Schuliaquer, Iván. "¿Quién domina la escena? La relacion entre los gobiernos del Frente Amplio y las empresas mediáticas en Uruguay (2005-2015)" en *Titulares, hashtags y*

videojuegos. La comunicación en la era digital, compilado por Eugenia Mitchelstein y Pablo Boczkowski, 168-181. Buenos Aires: Manantial.

Schulz, Winfried. 2001. "Foreign news in leading newspapers of western and post-Communist countries". *Annual Conference of the International Communication Association*.

Schwarz, Andreas. 2010. "La teoría de los valores noticiosos y su validez externa: cómo influyen los factores noticiosos en la cobertura de las noticias internacionales en la prensa mexicana." *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Seawright, Jason y John Gerring. 2008. Case selection techniques in case study research: A menu of qualitative and quantitative options. *Political Research Quarterly*, 61(2), 294-308.

Shaw, Donald y Maxwell McCombs. 1977. *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. West Group.

Shoemaker, Pamela y Akiba Cohen. 2016. *News around the world: Practitioners, content and the public*. New York: Routledge.

Thompson, John. 1998. *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Tuchman, Gaye. 1978. *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

Vreese, Claes Holger. 2003. "Framing Europe: television news and European integration". Amsterdam: Amsterdam School of Communication Research.

Waisbord, Silvio. 2010. "Latin America". *Public Sentinel: News Media and Governance Reform* (pp. 305-328). Pipa Norris editora. Washington, DC: The World Bank.

Wanta, Wayne, Guy Golan y Cheolhan Lee. 2004. "Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations". *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 81(2), 364-377.

Whitney, Charles, Matilyn Fritzier, Steve Jones, Sharon Mazzarella y Lana Rakow. 1989. "Geographic and source biases in network television news 1982-1984". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33(2), 159-174.

Williams, Bruce y Michael Carpini. 2011. *After broadcast news: Media regimes, democracy, and the new information environment*. Cambridge University Press.

Winter, James. 1980, "Differential media-public Agenda-setting effects for selected issues, 1948-1976", Tesis Doctoral Syracuse University, Syracuse, NY.

Wolf, Michael. 1987. *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.

Wrench, Jason et al. 2008. *Quantitative research methods for communication: A hands-on approach*. Oxford University Press.

Wu, Haoming Denis. 1998. "Investigating the determinants of international news flow a meta-analysis." *International Communication Gazette* 60.6: 493-512.

Zucker, Harold G. "The variable nature of news media influence." *Communication year book 2* (1978): 225-240.

Anexos

Codebook

CODEBOOK - ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS INTERNACIONALES PARA CODERS

1. **Código de la unidad de análisis** (la noticia).
2. **Fecha:** Se coloca la fecha exacta en la que la noticia fue publicada.

3. **Mes:** Puede tomar los valores del 5 (mayo) al 12 (diciembre).

4. **Día:** Se escribe el día en que fue publicada la noticia.

5. **Medio/Sitio**

- 1- La Nación
- 2- El Mercurio
- 3- El País

6. **Lista**

- 1- Homepage (Agenda de los periodistas)
- 2- Más leídas (Agenda de las audiencias)

7. **Posición** (1 a 15 dependiendo de su lugar de aparición en la pantalla.)

8. **Contenido 1:**

- 0- **Noticia NO internacional** (evento doméstico que ocurre en el país de origen del diario sin participación extranjera).
- 1- **Noticia Internacional** (incluye eventos domésticos con participación extranjera; eventos extranjeros con participación doméstica; y eventos exclusivamente extranjeros)

9. **Contenido 2:**

- 0- **Asunto no público:** ANP (*noticias sobre temas como deportes, crimen, entretenimiento, tecnología, clima. Por ejemplo, noticias sobre temas medioambientales no son AP a menos que tengan una implicancia política o económica manifestada explícitamente en el artículo. Es decir, para categorizarlo como AP la noticia tiene que plantear la vinculación con lo político de manera directa, no lo podemos presuponer.*)
- 1- **Asunto público:** AP (*noticias sobre política, gobierno, economía, negocios, sindicatos, relaciones internacionales, etc., o noticias que no sean de un tema de AP pero que tengan una implicancia directa con lo político. Es decir, si son noticias sobre ANP pero involucran a figuras políticas son AP. Ejemplo: si la Presidente va al zoológico es un AP. Pero si nace un león en el zoológico es un ANP*)

10. **Formato**

- 1- **Noticia básica** (*refiere a un estilo de redacción que enfatiza en los hechos importantes; en general está narrada de manera impersonal; pirámide invertida, crónicas. "Straight news"*)
- 2- **Feature Style** (*artículo de interés general-de color; notas que adoptan un estilo narrativo, a veces en primera persona, a veces pueden incluir un*

tono más personal, se diferencian claramente de 1 porque en su primer párrafo no utilizan la pirámide invertida, el formato tipo crónica de síntesis del qué, cómo, cuándo, dónde, etc. Una entrevista es FS.)

- 3- **Opinión** (*incluye notas que adoptan un claro punto de vista sobre algún tema o producto; normalmente se las denomina como columnas de opinión, editoriales, reseñas, críticas deportivas, de películas u obras de teatro, etc.*)
- 4- **Blog** (la nota es la entrada a un blog: por ejemplo: EME de Mujer del País)
- 5- **Video** (*siempre que la noticia sea el video en sí mismo. Si aparece un video al final de la noticia no se considera formato video. Si el video tiene una breve frase de presentación pero la noticia es presentada como el video en sí mismo entonces es formato video*)
- 6- **Contenido generado por los usuarios CGU** (*notas que estén principalmente conformadas por contenido que hayan generado usuarios, no periodistas; el criterio es que el CGU debe ser mayor al 50% de la nota para ser marcado como CGU. Ejemplo: notas que citan tweets, comentarios de lectores, publicaciones de Facebook de usuarios famosos o no famosos, fotos que usuarios comparten al sitio y el sitio hace una noticia compartiéndolas, ej. fotos del día de la madre, etc.*)
- 7- **Infografías/fotos**
- 8- **Otros**

11. Participación del país en la noticia.

- 1- **Evento/Hecho extranjero sin la participación doméstica:** Hecho localizado en el exterior sin participación del país de origen del diario.
- 2- **Evento/Hecho extranjero con la participación doméstica:** Hecho localizado en el exterior con participación del país de origen del diario. (o de una personalidad destacada del país de origen del diario, por ejemplo: una nota que hable específico de Messi en el Barcelona)
- 3- **Evento/Hecho doméstico con participación extranjera:** Hecho localizado en el país de origen del medio que haga referencia a otro país u organización internacional.

12. Tema principal: (no se aclara si es nacional o no porque ya está respondido en 10)

- 1- Política exterior e interior.
- 2- Negocios/economía/comercio interior o exterior.
- 3- Sociedad/información general (incluye sociedad, el clima, otros)
- 4- Deportes
- 5- Conflictos armados de carácter militar/ defensivo
- 6- Terrorismo
- 7- Desastres naturales
- 8- Narcotráfico
- 9- Ayuda o desarrollo internacional.
- 10- Crimen/ justicia/ policía
- 11- Energía/ conservación/ medio ambiente
- 12- Derechos humanos / Migración/ inmigración/Refugiados
- 13- Golpes de Estado

- 14- Elecciones - Campañas electorales
- 15- Educación, ciencia, tecnología y cultura de cualquier país mundo. (por ejemplo: Descubrieron un asentamiento maya en..., especialistas desarrollaron..., etc.)
- 16- Espectáculos
- 17- Conflictos nacionales (ejemplo: marchas, protestas)

13. Actor “principal”

- 1- Estado / nación / sector público en general.
- 2- Organización civil/sindicato/ONG local
- 3- Ciudadanos
- 4- Organización internacional
- 5- Sector privado/ empresarial/ clubes de futbol/SA (por ejemplo, el Manchester City invirtió \$ para... o cuando se refiere a empresas, etc.)
- 6- Otro medio de comunicación
- 7- Personalidades destacadas (cuando la nota se centra en una personalidad famosa destacada como puede ser un jugador de futbol en particular, actriz, etc.)

14. Fuente:

- 1- Medio sin firma.
- 2- Medio con firma (ejemplo: periodista del medio que cubre las elecciones de EEUU desde Argentina. El periodista escribe alguna nota, con firma, pero no es un corresponsal).
- 3- Corresponsal/enviado especial.
- 4- Agencia de noticias.
- 5- Otros medios de comunicación.
- 6- Ciudadano común. UGC.
- 7- Medio y agencia de noticias (por ejemplo cuando aparece EMOL/AP/DPA)

15. Región a la que hace referencia la noticia:

- 1- América del norte
- 2- America Latina y el Caribe
- 3- Europa
- 4- África
- 5- Oriente Medio
- 6- Asia y el Pacífico
- 7- Varias regiones.

16. A qué hace referencia la noticia:

- 1- Un país
- 2- Dos o más países
- 3- Organismo internacional
- 4- Organismo internacional y un país.

5- Organismo internacional y varios países

17. Organizaciones internacionales:

- 1- Banco Mundial
- 2- CEPAL
- 3- FAO
- 4- FMI
- 5- Liga Árabe
- 6- MERCOSUR
- 7- Naciones Unidas o las agencias de la ONU
- 8- NAFTA
- 9- OCDE
- 10- OEA
- 11- OMC
- 12- OMS
- 13- OPEP
- 14- OTAN
- 15- TTP
- 16- UNASUR
- 17- Unión Africana
- 18- Unión Europea
- 19- Otra
- 20- Varias



18. País u organización a la que hace referencia la noticia 1, 2 y 3

1. Afganistán
2. Albania
3. Alemania
4. Andorra
5. Angola
6. Antigua y Barbuda
7. Arabia Saudita
8. Argelia
9. Argentina
10. Armenia
11. Australia
12. Austria
13. Azerbaiyán
14. Bahamas
15. Bangladés
16. Barbados
17. Bahreín
18. Bélgica
19. Belice
20. Benín

21. Bielorrusia
22. Birmania
23. Bolivia
24. Bosnia y Herzegovina
25. Botsuana
26. Brasil
27. Brunéi
28. Bulgaria
29. Burkina Faso
30. Burundi
31. Bután
32. Cabo Verde
33. Camboya
34. Camerún
35. Canadá
36. Catar
37. Chad
38. Chile
39. China
40. Chipre
41. Ciudad del Vaticano
42. Colombia
43. Comoras
44. Corea del Norte
45. Corea del Sur
46. Costa de Marfil
47. Costa Rica
48. Croacia
49. Cuba
50. Dinamarca
51. Dominica
52. Ecuador
53. Egipto
54. El Salvador
55. Emiratos Árabes Unidos
56. Eritrea
57. Eslovaquia
58. Eslovenia
59. España
60. Estados Unidos
61. Estonia
62. Etiopía
63. Filipinas
64. Finlandia
65. Fiyi
66. Francia
67. Gabón
68. Gambia



Universidad de
San Andrés

69. Georgia
70. Ghana
71. Granada
72. Grecia
73. Guatemala
74. Guyana
75. Guinea
76. Guinea ecuatorial
77. Guinea-Bissau
78. Haití
79. Honduras
80. Hungría
81. India
82. Indonesia
83. Irak
84. Irán
85. Irlanda
86. Islandia
87. Islas Marshall
88. Islas Salomón
89. Israel
90. Italia
91. Jamaica
92. Japón
93. Jordania
94. Kazajistán
95. Kenia
96. Kirguistán
97. Kiribati
98. Kuwait
99. Laos
100. Lesoto
101. Letonia
102. Líbano
103. Liberia
104. Libia
105. Liechtenstein
106. Lituania
107. Luxemburgo
108. Madagascar
109. Malasia
110. Malawi
111. Maldivas
112. Malí
113. Malta
114. Marruecos
115. Mauricio
116. Mauritania



Universidad de
San Andrés

117. México
118. Micronesia
119. Moldavia
120. Mónaco
121. Mongolia
122. Montenegro
123. Mozambique
124. Namibia
125. Nauru
126. Nepal
127. Nicaragua
128. Níger
129. Nigeria
130. Noruega
131. Nueva Zelanda
132. Omán
133. Países Bajos
134. Pakistán
135. Palaos
136. Panamá
137. Papúa Nueva Guinea
138. Paraguay
139. Perú
140. Polonia
141. Portugal
142. Reino Unido
143. República Centrafricana
144. República Checa
145. República de Macedonia
146. República del Congo
147. República Democrática del Congo
148. República Dominicana
149. República Sudafricana
150. Ruanda
151. Rumanía
152. Rusia
153. Samoa
154. San Cristóbal y Nieves
155. San Marino
156. San Vicente y las Granadinas
157. Santa Lucía
158. Santo Tomé y Príncipe
159. Senegal
160. Serbia
161. Seychelles
162. Sierra Leona
163. Singapur
164. Siria



Universidad de
San Andrés

- 165. Somalia
- 166. Sri Lanka
- 167. Suazilandia
- 168. Sudán
- 169. Sudán del Sur
- 170. Suecia
- 171. Suiza
- 172. Surinam
- 173. Tailandia
- 174. Tanzania
- 175. Tayikistán
- 176. Timor Oriental
- 177. Togo
- 178. Tonga
- 179. Trinidad y Tobago
- 180. Túnez
- 181. Turkmenistán
- 182. Turquía
- 183. Tuvalu
- 184. Ucrania
- 185. Uganda
- 186. Uruguay
- 187. Uzbekistán
- 188. Vanuatu
- 189. Venezuela
- 190. Vietnam
- 191. Yemen
- 192. Yibuti
- 193. Zambia
- 194. Zimbabue
- 195. Autoridad Nacional Palestina



Universidad de
San Andrés

Reporte de fiabilidad intercodificador (Intercoder reliability)

Variable	Porcentaje de Agreement	Coefficiente Kappa	Standard Error
Contenido 1	99,00%	0,9797	0,0705
Contenido 2	96,47%	0,9293	0,1084
Formato	85,88%	0,7687	0,0703
Participación del país de origen	95,29%	0,9036	0,0844

Tema	88,24%	0,86	0,0442
Actor	91,76%	0,8905	0,057
Fuente	94,12%	0,913	0,0689
Región	92,94%	0,9054	0,0613
Referencia	90,48%	0,8368	0,048
Organización Internacional	100,00%	1	0,3162
País 1	92,94%	0,919	0,377
País 2	86,84%	0,8441	0,0362
País 3	100,00%	1	0,25
PROMEDIO	93,38%	90,39%	0,122492308

Tablas y gráficos de resultados.

Tabla 1: Porcentaje de noticias internacionales de asuntos públicos y no públicos por lista y sitio.

Porcentaje de noticias internacionales de asuntos públicos en la lista de los periodistas y consumidores por sitio			Porcentaje de noticias internacionales de asuntos NO públicos en la lista de los periodistas y consumidores por sitio		
	Periodistas	Consumidores		Periodistas	Consumidores
La Nación	23,09%	18,93%	La Nación	16,90%	26,78%
El Mercurio	17,28%	11,08%	El Mercurio	30,04%	52,53%
El País	24,67%	23,17%	El País	24,31%	13,52%

Tabla 2: Porcentaje de tipo de noticias de asuntos públicos o no públicos por lista y sitio:

Noticias homepage (AGENDA PERIODISTAS)					
		Extranjeras	Extranjeras con participación doméstica	Domésticas con participación extranjera	Total
La	NO AP	44 (13%)	81 (24,1%)	17 (5,05%)	142 (42,26%)

Nación	AP	93 (27,68%)	42 (12,5%)	59 (17,56%)	194 (57,74%)
	TOTAL	137	123	76	336
EMOL	NO AP	104 (26,19%)	114 (28,72%)	34 (8,56%)	252 (63,48%)
	AP	90 (22,67%)	29 (7,30%)	26 (6,55%)	145 (36,52%)
	TOTAL	194	143	60	397
El País	NO AP	109 (26,52%)	65 (15,82%)	30 (7,30%)	204 (49,64%)
	AP	127 (30,90%)	28 (6,81%)	52 (12,65%)	207 (50,36%)
	TOTAL	236	93	82	411

Noticias "más leídas" (AGENDA AUDIENCIAS)					
		Extranjeras	Extranjeras con participación doméstica	Domésticas con participación extranjera	Total
La Nación	NO AP	21 (16,4%)	43 (33,60%)	11 (8,59%)	75 (59,59%)
	AP	29 (22,66%)	11 (8,59%)	13 (10,16%)	59 (41,4%)
	TOTAL	50	54	24	128
EMOL	NO AP	150 (45,87%)	99 (30,28%)	21 (6,42%)	270 (82,57%)
	AP	26 (7,95%)	16 (4,89%)	15 (4,59%)	57 (17,43%)
	TOTAL	176	115	36	327
El País	NO AP	40 (23,39%)	12 (7,02%)	11 (6,43%)	63 (36,84%)
	AP	59 (34,5%)	13 (7,6%)	36 (21,05%)	108 (63,16%)
	TOTAL	99	45	47	171

Tabla 3: Temas tratados por los sitios en cada lista.

	LA NACION		EMOL		El País	
	Homepages	Más leídas	Homepages	Más leídas	Homepages	Más leídas
1. Política	19,64%	12,50%	14,36%	3,06%	15,57%	23,98%
2. Negocios/economía	7,74%	5,47%	5,04%	3,06%	7,79%	9,36%
3. Información general /Sociedad	5,36%	10,16%	2,27%	7,95%	7,30%	14,04%
4. Deportes	30,65%	35,94%	48,61%	52,60%	26,60%	2,92%
5. Conflictos armados de carácter militar/defensivo	1,19%	0,00%	0,25%	0,31%	0,97%	1,17%
6. Terrorismo	6,55%	4,69%	1,51%	1,22%	3,41%	4,09%
7. Desastres naturales	3,57%	5,47%	1,01%	1,83%	1,22%	2,34%
8. Narcotráfico	1,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,73%	0,58%
9. Ayuda/desarrollo internacional	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,49%	0,58%

10. Crimen/polici�a/justicia	3,87%	4,69%	2,77%	3,67%	6,33%	11,11%
11. Energía/conservación/medio ambiente	0,60%	0,00%	1,01%	0,31%	1,22%	1,17%
12. DDHH/migración/refugiados	1,79%	2,34%	2,27%	0,92%	4,38%	4,09%
13. Golpes de Estado	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,49%	0,00%
14. Elecciones/campañas electorales	7,44%	3,91%	6,55%	2,45%	4,14%	2,34%
15. Educación/ciencia/tecnología	4,46%	7,03%	7,30%	4,89%	9,49%	11,70%
16. Espectáculos	2,98%	7,03%	6,05%	17,74%	10,71%	7,60%
17. Conflictos nacionales	2,68%	0,00%	0,50%	0,00%	2,19%	2,92%

Gráfico 1: Segundo país más tratado en La Nación cuando el primer país mencionado es Argentina



Gráfico 2: Segundo país más tratado en EMOL cuando el primer país mencionado es Chile.

Segundo país más mencionado en EMOL cuando el primero es Chile

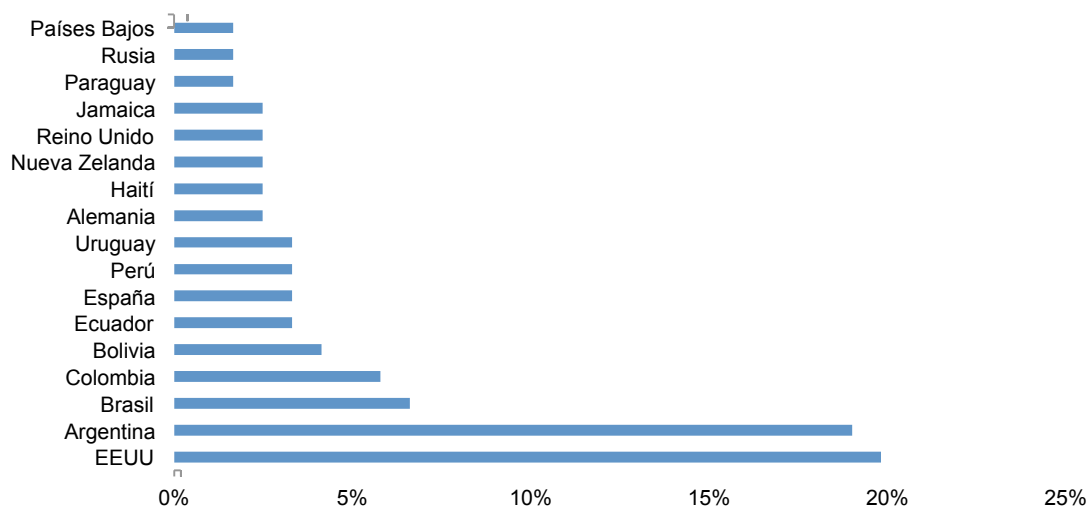


Gráfico 3: Segundo país más tratado en El País cuando el primer país mencionado es Uruguay.

Segundo país más mencionado en El País cuando el primero es Uruguay

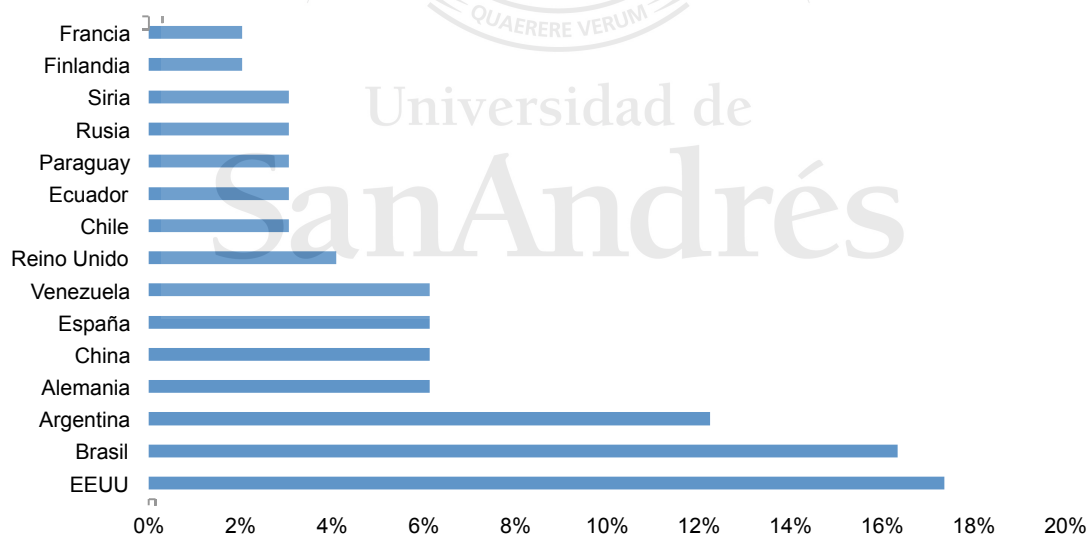


Tabla 4: Fuente de las noticias internacionales por sitio (lista total)

	La Nación	EMOL	El País
Medio sin firma	52%	61%	43%
Medio con firma	16%	7%	11%
Corresponsal	6%	6%	1%
Agencia	20%	20%	30%
Otro medio de comunicación	4%	1%	12%

UGC	1%	1%	2%
Medio y agencia	0%	4%	1%

Tabla 5: Formato de las noticias internacionales por lista y sitio

	La Nación		EMOL		El País	
	Homepages	Más leídas	Homepages	Más leídas	Homepages	Más leídas
Noticias Básicas	50,6%	38,3%	54,7%	50,2%	58,8%	60,8%
Notas de color	33,9%	45,3%	24,9%	37,0%	26,5%	29,2%
Notas de Opinión	2,7%	0,0%	0,8%	0,3%	1,2%	1,2%
Blog	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%
Videos	5,4%	3,9%	1,0%	1,5%	3,7%	4,1%
CGU	2,7%	5,5%	2,3%	4,9%	1,5%	2,9%
Infografías	4,5%	6,3%	14,9%	5,5%	3,2%	1,8%
Otros	0,0%	0,8%	1,5%	0,6%	0,0%	0,0%

Tabla 6: Temas y países más tratados en La Nación, por lista.

LISTA PERIODISTAS LA NACIÓN (N=336)						
TEMA		Deportes 103 (30,65%)	Política (19,64%)	Economía 26 (7,74%)	Elecciones 25 (7,44%)	Terrorismo 22 (6,55%)
País 1	Argentina	17 noticias (16.50%)	23 noticias (34.85%)	13 noticias (50%)	2 noticias (8%)	1 noticia (4.55%)
	Brasil	2 noticias (28.16%)	9 noticias (13.64 %)	3 noticias (11,54%)		
	UK	7 noticias (6.80%)	8 noticias (12.12%)	1 noticia (3.85%)		
	EE UU	18 noticias (17.48%)	7 noticias (10.61%)	4 noticias (15.38%)	19 noticias (76%)	12 noticias (54.55%)
	Holanda		6 noticias (9.09%)			
	Vaticano		4 noticias (6.06%)			
	China		3 noticias (4.55%)			
	Uruguay		2 noticias (3.03%)			
	España	12 noticias (11.65%)				
	Italia	8 Noticias (7.77%)			2 noticias (8%)	
	Suiza	4 noticias (3.88%)				
	Perú				2 noticias (8%)	
	Turquía					5 noticias (22.73%)

	Alemania					3 noticias (13.64%)
	Francia					1 noticia (4.55%)
TEMA		Deportes (N=17)	POLÍTICA (N=19)	Economía (N=13)	Elecciones/campañas (N=2)	
País 2 (cuando Argentina es país 1)	EE UU	9 noticias (52.94%)	3 noticias (15.79%)	6 noticias (46.15%)	2 noticias (100%)	
	Venezuela		3 noticias (15.79%)			
	Francia		2 noticias (10.53%)	2 noticias (15,38%)		
	Brasil	2 noticias (11.76%)		2 noticias (15,38%)		
	Chile	2 noticias (11.76%)				
	Túnez					1 noticia (100%)

LISTA AUDIENCIAS LA NACIÓN (N=128)						
TEMA		Deportes 46 (35,94%)	Política 16 (12,50%)	Info gral. 13 (10,16%)	Espectáculos 10 (7,03%)	Edu/ciencia/tecno 9 (7,03%)
País 1	EEUU	12 noticias (26.67%)	1 noticia (6.25%)	6 noticias (46.15%)	3 noticias (30%)	4 noticias (44.44%)
	Argentina	8 noticias (17.78%)	4 noticias (25%)	3 noticias (23,09%)	5 noticias (50%)	
	Brasil	8 noticias (17.78%)				
	UK	5 noticias (11.11%)	3 noticias (18.75%)		1 noticia (10%)	2 noticias (22,22%)
	España	4 noticias (8.89%)				
	China		2 noticias (12.50%)	1 noticia (7,69%)		
	Italia		2 noticias (12.50%)			
	Holanda		2 noticias (12.50%)			
	México				1 noticia (10%)	
TEMA		Deportes (N=8)	Política (N=3)	Info Gral. (N=3)	Espectáculos (N=3)	
País 2 (cuando Argentina es país 1)	EEUU	2 noticias (25%)	1 noticia (33.33%)		3 noticias (100%)	
	Brasil	1 noticia (12,50%)				
	Chile	1 noticia (12,50%)		1 noticia (33.33%)		
	Catar		1 noticia (33.33%)			
	Alemania		1 noticia (33.33%)	1 noticia (33.33%)		
	Australia			1 noticia (33.33%)		

Tabla 7: Temas y países más tratados en EMOL, por lista.

LISTA PERIODISTAS EMOL N=397						
TEMA		Deportes 193 (48,61%)	Política 57 (14,36%)	Edu/ciencia/tecno 29 (7,30%)	Elecciones 26 (6,55%)	Espectáculos 24 (6,05%)

País 1	Chile	36 noticias (18.65%)	7 noticias (12,28%)	3 noticias (10.34%)		4 noticias (16.67%)
	UK	26 noticias (13.47%)	5 noticias (8.77%)			
	Brasil	22 noticias (11.40%)	9 noticias (15,79%)			
	España	22 noticias (11.40%)				
	Italia	14 noticias (7.25%)				2 noticias (8.33%)
	Alemania	13 noticias (6.47%)				
	Colombia		6 noticias (10.53%)	2 noticias (6.90%)		
	Argentina		6 noticias (10.53%)			3 noticias (12.50%)
	Bolivia		5 noticias (8.77%)			
	EEUU			10 noticias (34,48%)	15 noticias (57.69%)	13 noticias (54.17%)
	Francia			3 noticias (10.34%)		
	Perú				4 noticias (15.38%)	
	México			2 noticias (6.90%)	2 noticias (7.69%)	
	TEMA		Deportes N=36	Política N=7	Edu/ciencia/tecno N=3	Elecciones (N=0)
País 2 (cuando Argentina es país 1)	Brasil	6 noticias (17.14%)				
	Argentina	6 noticias (17.14%)	1 noticia (14.29%)			1 noticia (25%)
	EEUU	4 noticias (11.43%)				1 noticia (25%)
	Bolivia		2 noticias (28.47%)			
	Venezuela		1 noticia (14.29%)			
	Colombia		1 noticia (14.29%)			1 noticia (25%)
	Israel					1 noticia (25%)
	Alemania			1 noticia (33.33%)		
	Francia			1 noticia (33.33%)		
	Australia			1 noticia (33.33%)		

LISTA AUDIENCIAS EMOL N=327					
TEMA		Deportes 172 (52.60%)	Espectáculos 58 (17.64%)	Información general 26 (7.95%)	Edu/ciencia/tecno 16 (4.89%)
País 1	Chile	32 noticias (18.60%)	5 noticias (8.62%)	4 noticias (15.38%)	1 noticia (6.25%)
	UK	37 noticias (21.51%)	9 noticias (15.52%)	1 noticia (3.85%)	2 noticias (12.50%)
	España	24 noticias (13.95%)	3 noticias (5.17%)		

	Brasil	11 noticias (6.40%)			1 noticia (6.25%)
	Argentina	10 noticias (5.81%)		3 noticias (11.54%)	
	Italia	10 noticias (5.81%)			
	EEUU	10 noticias (5.81%)	29 noticias (50%)	10 noticias (38.46%)	7 noticias (43.75%)
TEMA		Deportes N=32	Espectáculos N=5	Información general N=4	Edu/ciencia/tecno (N=1)
País 2 (cuando Argentina es país 1)	EEUU	7 noticias (21.88%)	2 noticias (40%)	1 noticia (25%)	1 noticia (100%)
	Argentina	11 noticias (34.38%)			
	Colombia	2 noticias (6.25%)	1 noticia (20%)	1 noticia (25%)	
	España	2 noticias (6.25%)			
	Uruguay	2 noticias (6.25%)		1 noticia (25%)	
	México		1 noticia (20%)		
	Israel		1 noticia (20%)		
	UK			1 noticia (25%)	

Tabla 8: Temas y países más tratados en EMOL, por lista.

LISTA PERIODISTAS EL PAÍS (N=411)						
TEMA		Deportes 96 (23.60%)	Política 64 (15.47%)	Espectáculos 44 (10.51%)	Edu/ciencia/tecno 39 (9.49%)	Economía 32 (7.69%)
País 1	Uruguay	19 noticias (19.79%)	11 noticias (15.63%)	6 noticias (13.64%)	5 noticias (12.82%)	13 noticias (40.63%)
	Argentina	11 noticias (11.46%)	16 noticias (25%)	11 noticias (25%)		1 noticia (3.13%)
	EE UU	7 noticias (7.21%)	2 noticias (3.13%)	17 noticias (18.64%)	18 noticias (46.15%)	7 noticias (21.88%)
	España	21 noticias (21.88%)		1 noticia (2.27%)	2 noticias (5.13%)	
	Brasil	14 noticias (14.58%)	10 noticias (15.63%)	1 noticia (2.27%)		3 noticias (9.38%)
	UK	5 noticias (5.21%)	4 noticias (6.25%)	4 noticias (9.09%)	3 noticias (7.69%)	2 noticias (6.25%)
	Venezuela		12 noticias (18.75%)			2 noticias (6.25%)
	Israel		4 noticias (6.25%)			
	Japón				3 noticias (7.69%)	
	Australia				1 noticia (2.56%)	
TEMA		Deportes (N=18)	Política (N=10)	Espectáculos (N=6)	Edu/ciencia/tecno (N=5)	Economía (N=11)
País 2 (cuando Argentina es país 1)	España	4 noticias (22.22%)				
	Argentina	3 noticias (16.67%)	1 noticia (11.11%)	3 noticias (50%)		
	Ecuador	3 noticias (16.67%)				

EEUU	2 noticias (11.11%)	1 noticia (11.11%)	2 noticias (33.33%)	1 noticia (20%)	3 noticias (27.27%)
Chile	2 noticias (11.11%)			1 noticia (20%)	
Paraguay	2 noticias (11.11%)				
Italia	1 noticia (5.56%)				
Brasil		4 noticias (4.44%)	1 noticia (16.25%)		2 noticias (18.18%)
Venezuela		3 noticias (33.33%)			
UK				1 noticia (20%)	
Finlandia				1 noticia (20%)	
Suiza				1 noticia (20%)	
China					2 noticias (18.18%)
Japón					1 noticia (9.09%)

LISTA DE LAS AUDIENCIAS EL PAÍS (N=171)						
TEMA		Política 41 (23.98%)	Info Gral. 24 (14.04%)	Edu/ciencia/tecnología 20 (11.70%)	Crimen/policía/justicia 19 (11.11%)	Economía 16 (9.36%)
País 1	Uruguay	8 noticias (19.51%)	1 noticia (4.17%)	2 noticias (10%)	6 noticias (31.58%)	9 noticias (56.25%)
	Argentina	10 noticias (24.39%)	5 noticias (20.83%)	1 noticia (5%)	3 noticias (15.79%)	2 noticias (12.50%)
	Venezuela	7 noticias (17.07%)				
	Brasil	6 noticias (14.63%)	1 noticia (4.17%)		2 noticias (10.53%)	1 noticia (6.25%)
	UK	3 noticias (7.32%)	2 noticias (8.33%)	3 noticias (15%)		
	Perú	1 noticia (2.44%)				
	EEUU		7 noticias (29.17%)	9 noticias (45%)	3 noticias (15.79%)	1 noticia (6.25%)
	Chile				1 noticia (5.26%)	1 noticia (6.25%)
	España		1 noticia (4.17%)		1 noticia (5.26%)	
	Suiza			2 noticias (10%)		
TEMA		Política (N=7)	Info Gral. (N=1)	Edu/ciencia/tecnología (N=2)	Crimen/policía/justicia (N=6)	Economía (N=9)
País 2 (cuando Argentina es país 1)	Argentina				1 noticia (16.97%)	
	Brasil	4 noticias (57.14%)				1 noticia (12.50%)
	EEUU	1 noticia (14.29%)			1 noticia (16.97%)	2 noticias (25%)
	Venezuela	2 noticias (28.57%)				1 noticia (12.50%)
	Rusia		1 noticia (100%)			
	Alemania			1 noticia (50%)	3 noticias (50%)	
	Finlandia			1 noticia (50%)		
China					1 noticia (16.97%)	2 noticias (25%)

	UK					1 noticia (12.50%)
--	----	--	--	--	--	-----------------------

Guión entrevistas en profundidad a editores y periodistas de los sitios.

1. En relación con las rutinas profesionales (para determinar el valor que la empresa periodística le asigna a la información internacional)

- ¿Cómo se organiza la sección de internacionales?
- ¿Cómo llevan adelante la elaboración de la agenda internacional un día cualquiera?
- ¿Cuál es la dinámica que manejan con los corresponsales?
- ¿Cuántos corresponsales tiene el medio? ¿En qué lugares?
- ¿Qué tan extensa cree que es la red de corresponsales del medio como para cubrir todo aquello que resulta de interés según su óptica? O, por el contrario, ¿Cree que deben ponerse en manos de las agencias de prensa para salvaguardar su imagen de máquinas noticiosas capaces de cubrir todo, en todas partes y en todo momento?

2. En relación con los resultados concretos del Análisis de contenido (mencionaré los temas y países que obtuve como más cubiertos por el medio de la persona que esté entrevistando al final para no sesgar las respuestas, ahí pediré que me haga un comentario al respecto)

- ¿Cuál considera que son los factores más determinantes para que un hecho internacional sea cubierto?
- Considerando que cada usuario puede seleccionar la información que quiere conocer, ¿cómo podría describir el interés social por las noticias internacionales? ¿La tienen en cuenta a la hora de elegir que eventos internacionales cubrir?
- ¿Priorizan la cobertura de sucesos internacionales sobre asuntos públicos o no públicos? ¿Cómo cree que se relaciona esto con el interés de las audiencias?
- ¿Cuáles cree que son los temas internacionales que generan mayor interés a las audiencias del sitio?
- ¿Cuáles son los países a los que más atención o seguimiento se les presta? ¿de que depende?
- ¿Cuál es la relación con la inmediatez del medio online?

Desgrabaciones de las entrevistas.

Entrevista al periodista de Internacionales de El País

Entrevistadora: Hola, ¿cómo estás? Muchas gracias por estar un domingo tomándote un momento para esto.

Periodista El País: No hay problema! Contame que estás investigando!

Entrevistadora: Bueno, te cuento un poquito y después te hago un par de preguntas pero más que nada es una conversación para saber un poco sobre las dinámicas de trabajo y lo referente a las noticias internacionales en El País. Te cuento: El tema de mi tesis es la cobertura y el interés de las audiencias por las noticias internacionales en La Nación de Argentina, El Mercurio de Chile y El País de Uruguay. Recolecté mis datos de mayo a diciembre del año pasado. Junté las noticias de la homepage y de las “más leídas” con la técnica de semana armada. Luego, hice análisis de contenido de las noticias internacionales de esta muestra. Una vez analizados estos datos, nos pareció interesante sumar entrevistas para saber que valor se les da a las noticias internacionales en las redacciones y las dinámicas que manejan. Bueno, primero hablemos un poco de la organización, de la sección de internacionales, como es la elaboración de la agenda internacional un día cualquiera, como se manejan con corresponsales si es que cuentan con ellos...

Periodista El País: Primero quiero decirte que en este momento no estoy trabajando en la sección internacionales, pero si trabajé en el periodo que vos analizaste. Yo entre ahí a mediados de 2015 y terminé a mediados de 2016, a fines de 2016.

Entrevistadora: Claro, justo durante mi estudio.

Periodista El País: Si, justito! Y ahora estoy en la sección “ciudad”, una sección más local. Pero, internacionales, ¿Cómo se organiza? Primero que el diario le destina una preponderancia grande a esto porque, por ejemplo, cuando abrís la edición papel, no la edición web, las primeras páginas, dos tres o cuatro, depende, es la sección internacional. Esto te habla un poco de las prioridades del diario, que lo primero que se

abra sea lo internacional. Esto tiene muchas interpretaciones, pero creo que una puede ser: que bueno, primero hay que reconocer que el Uruguay es un país muy chico, y tiene mucha importancia lo que sucede en el mundo, es como que todo nos impacta, tiene una influencia mucho mayor.

Entrevistadora: Claro, como una dependencia de Uruguay del mundo y como repercuten las dinámicas internacionales?

Periodista El País: Exactamente, es como que nosotros somos mucho más influenciados. Como nos organizamos en la sección, el diario tiene una cosa media, es como que no está muy bien organizado. En el momento en el que yo trabajé éramos dos personas y el diario no le da tanta importancia a que el periodista de internacionales cree una noticia, entiendes? La organización era mucho más a través de agencias internacionales y no se si estás al tanto que junto a La Nación, El Mercurio y serán diez diarios más de América Latina formamos parte del Grupo de Diarios de América.

Entrevistadora: Si, si. GDA.

Periodista El País: Bueno, nosotros nos basamos mucho en eso para poder crear nuestras noticias. Pero, básicamente eran levantadas de otros medios.

Entrevistadora: Claro, y su trabajo era un poco compaginar todo esto y armar...?

Periodista El País: Claro, mucho más de jerarquización.

Entrevistadora: ¿Y qué característica crees que tenía que tener un hecho para que sea cubierto?

Periodista El País: Y era... El hecho en si, en cuanto a las características... Cuando yo entré a la sección el editor de la sección era mucho más viejo que yo y el vino y me dijo que tenemos que darle importancia a temas que son muy básicos, uno de los temas más importantes para el Uruguay es todo lo que pasa en Argentina, nosotros casi todos los días generábamos una noticia sobre Argentina. Pero por qué, porque Argentina en Uruguay tiene una importancia extraordinaria y mucho más durante el periodo de los

Kirchner. Que si bien terminó cuando ganó Macri, me abarco pila de tiempo más, sobre todo por las denuncias que empezaron a aparecer, tiene un peso mayor por toda la importancia que tiene la Argentina para Uruguay, tanto comercial, político, social... La mayorías de las aperturas eran de Argentina. No se que encontraste vos...

Entrevistadora: Si, ahora si te comento para no sesgar lo que estabas comentando. Encontré que en las homepages las noticias que se priorizan en internacionales son sobre política y sobre Argentina. Y, bueno, noticias sobre asuntos públicos de Argentina.

Periodista El País: Si, era tremendo. Sabíamos que era un tema que más allá de la importancia política, económica que tenía, a la gente le interesaba mucho. La gente estaba interesada en saber. Eran historias que... a veces... Lo que tiene Argentina es que son una máquina de generar noticias. Son hechos que no suceden tradicionalmente. El hecho este de López, me tocó cubrir solo ese hecho y fue ciencia ficción. La gente estaba completamente anonada con ese hecho. Y, claro, no sucede en otra parte del mundo, sucede solo en Argentina. Si investigaste a alguno de nuestros ex presidentes que fueron José Mujica y Jorge Batlle que dijeron que “cuando Argentina estornuda, Uruguay se resfría”. Es así, es tal cual.

Entrevistadora: Claro, y me decís que a la gente le importa lo que pasa en Argentina, este interés por las noticias internacionales lo evalúan todo el tiempo y en función a eso deciden o qué crees que tiene que tener la noticia para ser cubierta y priorizada en el medio.

Periodista El País: Esa es una pregunta muy filosófica de lo que es el periodismo porque a veces es ¿qué hace el periodista? ¿Busca lo que a la gente le interesa o lo que es realmente importante? Y yo creo que un poco de las dos. Vos no vas a escribir algo que a la gente que no le interesa, no vas a vivir en una burbuja pero a veces hay ciertos hechos que tenes que dar que tal vez pueden ser poco divertidos como por ejemplo si Cristina Kirchner fue procesada por la causa Los Sauces, explicarlo es complicado, la gente se entrevera, es complicado, porque es lavado de dinero. ¿Cómo se genera esa ruta? ¿Cómo es que lo hizo? Pero bueno, hay que explicarlo, es un hecho importante. Entonces, hay un poco de todo. A veces hay temas espesos de explicar pero hay que

explicarlos igual. Es algo que paso y lo tenés que explicar de alguna forma. Entonces lo difícil es explicar pero yo creo que como periodista la responsabilidad es dar a conocer hechos más allá de que la gente no este tan sedienta en conocer los detalles, pero los tenés que dar.

Entrevistadora: Y, a que otros países les prestan atención o veían interés de las audiencias por ellos?

Periodista El País: Bueno, el tema Brasil en su momento fue importante. Ahora no se, pero me parece que el periodo que vos agarraste...

Entrevistadora: Si, incluyó el impeachment.

Periodista El País: Bueno, yo sufrí esto porque estaba solo, fue bastante jodido para mi pero estuvo bueno porque te ayuda a conocer en detalle cosas para prestar atención. Y, así bueno, es el otro gigante que tenemos a nuestro costado que tuvo una importancia tremenda. A mi lo que me llamaba la atención es que el uruguayo tiene una cultura política mucho más estigmatizadora por decirlo de algún modo. No se, vos sos de tal partido, entonces sos de izquierda, derecha. Capaz en Argentina puede caer un poco más... pero es imposible... Es demasiado el lio político que hay, la cantidad de partidos políticos que hay.

Entrevistadora: Claro, en Uruguay los partidos están más claros.

Periodista El País: Uruguay si, es mucho más sencillo. Obviamente, que también por ejemplo la izquierda critica a la derecha y la derecha no quiere asumir que es derecha. Pero, es como que la gente lo ubica más. Vos lo querés hacer en Brasil, y fue mucho más complejo para mi. Por más de que Dilma tenga mayor asociación con el partido uruguayo del Frente Amplio. Es muy compleja la política brasileña, es difícil simplificar, es difícil generar identificación.

Entrevistadora: ¿Crees que con Argentina hay más identificación?

Periodista El País: Lo que pasa es que Argentina es como, no se... Te digo, nosotros sabemos más de Argentina que de nuestro propio país. Es tremendo, nosotros consumimos todo de Argentina. Todo, todo. Nosotros conocemos todo.

Entrevistadora: Claro, porque también noticias de asuntos no públicos, por ejemplo, espectáculos, entretenimiento también se cubren de Argentina.

Periodista El País: Todo, todo. Nosotros todo lo que hacen ustedes lo tenemos clarísimo. Tenemos a Moyano, Tinelli, hasta los tipos vinculados a los que hacen periodismo de espectáculos. Acá son programas que la televisión uruguaya compra. Obviamente, tenemos lo nuestro pero mucho más provinciano. El uruguayo puede decirse que tiene como un problema de autoestima, nos sentimos muy chicos. Pero, nosotros tenemos cosas hermosas. O sea, nos pasan cosas. El sistema político es rico, pero ta, pasan pila de cosas, pila de líos, corrupción, pero mucho en menor medida.

Entrevistadora: Claro, decís que las cosas pasan pero en menor medida por eso se presta atención afuera y también se aprende?

Periodista El País: Si, si. En realidad nos comparamos todo el tiempo con el exterior. El Frente Amplio juega mucho con eso porque nosotros tenemos uno de los mejores índices de seguridad de América Latina. Y, sin embargo, el uruguayo medio se queja de los problemas de seguridad. Pero, claro. Si te comparas con el resto de América Latina estás bárbaro.

Entrevistadora: Claro, como decíamos antes, con Argentina y Brasil pasa esto. Y, con el tema de la inmediatez del sitio web de El País online, como es la relación con estos eventos?

Periodista El País: Yo era periodista de papel, pero el diario tiene un mecanismo de trabajo muy raro. Yo como periodista de papel casi ni toco el digital. Los que actualizan la web son los periodistas digitales. Em, yo me tenía que ocupar por generar un título más para el lector de la semana siguiente, o un título más analítico de la historia que algo más noticioso o del impacto del momento, no se, poner “Otro atentado terrorista sacude el mundo...” por ejemplo, y en el digital algo mucho más directo. Es un título

mucho más atemporal. El periodista web busca generar un impacto noticioso en el momento. Nuestra relación no era mucha, solo comentarnos que pasó o que me lo digan a mí, el día por ejemplo que encontraron al homicida, el nombre del tipo... atropelló a cuantas personas..

Entrevistadora: Y, con el tema de los corresponsales siguiendo esta línea, tenés idea cuantos tienen y que lugares se priorizan para mandar corresponsales...

Periodista El País: Esas son cosas que siempre me he quejado en el diario. Cuando yo trabajé teníamos una, una corresponsal en Argentina que sinceramente trabajaba poco. Em, y claro, y era re complejo. Le pedías una nota y te mandaba... No se, un párrafo era media carilla. La verdad que era difícil... Era como que mandaba algo y no estaba pronto como para comunicar, había que volverlo a armar. Era la única corresponsal que teníamos.

Entrevistadora: Me resulta un poco contradictorio...

Periodista El País: Yo siempre fue crítico en cuanto a la carencia de corresponsales, ya que la sección internacional es la que abre el diario y no hay corresponsales.

Entrevistadora: Claro, y cómo hacían? Se manejaban con GDA para acá América Latina y para el resto del mundo?

Periodista El País: Con GDA y cables... EFE, AFT, ROUTERS Y AMSA.

Entrevistadora: Claro, las fuentes eran esas. Y veías cierta dependencia?

Periodista El País: A mí me parecía raro. En Argentina había otro, pero solo hacía cosas puntuales. Pero después era todo levante. Me parece no estaba bueno porque no tenía contenido original, a mí me desmotivaba un poco. Como periodistas no estábamos generando algo propio. Yo como que tenía ganas de crear algo pero cuando trabajaba solo era como que estaba tapado. Pero sí, he hecho algunas notas, sobre todo con el tema Venezuela, que me preguntabas antes con los temas.

Entrevistadora: Si.

Periodista El País: Los principales temas creo que fueron: Argentina y todos los problemas referidos a la corrupción, la crisis en Venezuela que en un momento creció muchísimo.

Entrevistadora: Si, con la posibilidad de aplicación de la Carta Democrática a Venezuela el año pasado... El País lo cubrió mucho.

Periodista El País: Si, eso lo cubrimos mucho.

Entrevistadora: Esto puede llegar a tener que ver con el hecho de que la OEA esté en Uruguay, el Secretario General, Luis Almagro sea uruguayo...

Periodista El País: Si, sobre todo porque Almagro fue canciller y como se distanció del FA...

Entrevistadora: Y esto de la domesticación de noticias, ya que estamos hablando de este tema puntual que lo involucra... No se, una noticia domestica con participación extranjera o extranjera con participación doméstica... se suele cubrir más? Como me decis que el tema Venezuela se cubría en gran medida y uno de los factores tenía que ver con que Almagro esté jugando un papel importante ahí en el medio... O crees que los hechos se cubren independientemente de esta domesticación...

Periodista El País: Y... Es depende, lo que pasa es que yo creo que si Argentina tuviera a Martin Lousteau en la OEA y se empezaría a pelear con Maduro, seguro correrían un rio de tapas de La Nación. Y acá pasó un poco eso, se bastardieron mucho entre ellos. Este es un proceso que todavía sigue no? Un poco raro... En la reuniones de editores pedían que se cubra el tema porque en su momento cuando era canciller estaba en contra de lo que estaba pasando en Venezuela pero tenía que tomar una postura que obviamente idéntica a la postura uruguayaya que fue mostrarse... no escéptico pero callada. Juega.. ahora cambió drásticamente, pero en su momento fue una postura extraña, se violaron DDHH en Venezuela desde hace años... Y, nadie decía nada, y que se yo, Almagro alineaba a eso y de repente cambió dramáticamente. En realidad,

entretelones se sabía que él estaba en contra de todo lo que era Venezuela, incluso de que Venezuela ingrese al MERCOSUR.

Entrevistadora: Esta bien, entonces crees que el papel del uruguayo...

Periodista El País: Eso influencia mucho, te diría que es uno de los factores más importantes porque se cubrió el tema Venezuela. El tema Venezuela ya era interesante, por lo menos a mí me gustaba mucho porque parecía ser el país más ajeno a todo lo que era el desarrollo supuestamente progresista que se estaba generando en América Latina. Tiene todo el tema de violación de DDHH, ahí logré escribir un poco más como periodista. Había un grupo de venezolanos acá que tenían contacto con diputados allá y como que me facilitaban los contactos y era como más, me interesé.

Entrevistadora: Claro, un interés por el tema tuyo y a su vez, contabas con fuentes directas... Además viste ir tu carrera periodística para adelante con esto?

Periodista El País: Claro, sino me resultaba muy difícil trabajar en la sección. Terminaba levantando siempre entonces tenías que encontrar cosas que te motiven.

Entrevistadora: Claro, motivación. Y, estábamos hablando de los temas... Decíamos temas de Brasil, Venezuela, Argentina... Nos movimos en los asuntos más públicos. Si pensamos temas exteriores de asuntos no públicos, por ejemplo, fútbol, no se, encuentran un oso en Japón. ¿Qué importancia crees que se le da?

Periodista El País: Se le da importancia web. En la web se le da pila de importancia. Capaz que a nivel papel no, menos. Yo no trabajaba tanto con eso. En la web se dedican a generar ese tipo de noticias y porque evidentemente generan clickeo, que la gente ingrese.

Entrevistadora: Igual ahora que ya no sesgo tus respuestas, lo llamativo de mis hallazgos en El País es que los temas más cubiertos por los periodistas en noticias internacionales en general está: deportes primero, política segundo, espectáculos tercero, educación/ciencia y tecnología cuarto y economía quinto. Y, en la agenda de las audiencias, es decir, medido por los clicks, está primero política, después información

general, tercero educación/ciencia y tecnología, cuarto crimen/policía y quinto economía. Con esto veo que deportes no figura entre los primeros lugares en el interés de las audiencias.

Periodista El País: Si, a mi me parece que el uruguayo mira mucho lo que pasa en el mundo, le preocupa y comenta mucho lo que pasa en el mundo. Me parece que el resto de los países son más localistas en algún sentido. En Argentina no se si hablan tanto de lo que pasa en Venezuela porque ya tienen demasiados lios.

Entrevistadora: Claro, o sobre hechos más puntuales. Las noticias por ejemplo sobre ataques terroristas primaron en la muestra. Son noticias más esporádicas, en cambio en Uruguay parece haber un seguimiento y se está más pendiente. Por ahí podríamos pensar que el factor que guía en gran medida la selección de las noticias en Argentina podría ser, como llama la literatura, la desviación, es decir un hecho alejado de la realidad que tiene un componente que lo hace “diferente”, en cambio podríamos decir que en Uruguay la importancia para el país es más importante, es decir, si repercute en algún sentido sobre el ciudadano uruguayo.

Periodista El País: Si, si. Cuando decís el interés de las audiencias lo decís en la web, porque las secciones a veces se mezclan. No se, yo no cubría temas de futbol!

Entrevistadora: Claro, el estudio se hizo a partir de las homepages y las más leídas que involucran a todas las secciones. Las noticias internacionales de asuntos públicos aparecen.

Periodista El País: Si, si. Son leídas. Incluso yo trabajé mucho tiempo ahí en el diario en la sección tecnología y se le da mucha importancia a los temas de lanzamientos de teléfonos de las principales empresas del mundo. Era como que se prestaba mucha atención a eso.

Entrevistadora: Claro, de hecho los hallazgos de mi estudio muestra que ese tema es el tercero más leído por las audiencias y el cuarto más cubierto. Las noticias internacionales sobre tecnología, ciencia y tecnología del mundo.

Periodista El País: Bueno, yo trabajé ahí y me llamaba mucho la atención.

Entrevistadora: ¿Cómo era esto?

Periodista El País: Eran muy comercial las notas. No me gustaba mucho hacerlas pero había que hacerlas porque eran de gran interés. También, es como la principal empresa de teléfonos del mundo que está creando un aparato que seguramente va cambiar en algo las formas en que se comunican las personas. Entonces, la gente está atenta a esto desde que lanzaron el número uno porque tuvo un impacto muy grande. Entonces, iba por ahí. La gente le presta atención. Creo que se domesticó, tradicionalmente el periodismo no veía eso como algo interesante. A mi me parece que lo domesticaron los nuevos públicos diciendo, nosotros queremos saber que pasa con Apple y con Samsung, queremos conocer cual llega primero cual segundo, cual viene mejor, cual peor...

Entrevistadora: Claro, porque repercute en la vida cotidiana de la gente después. En la toma de decisiones sobre cual celular se va a comprar, que es bueno, que es malo...

Periodista El País: Claro, va por ahí. Y, ta, primero me llamaba la atención y después lo vas entendiendo. El diario en general también lo va entendiendo me parece.

Entrevistadora: Y a esto que importancia crees que se le daba y cómo era el tema de las fuentes informativas?

Periodista El País: En el tema de lanzamiento de productos teníamos las mismas fuentes informativas, el tema es que lo que hacía en esos casos era ver los lanzamientos en vivo. Entonces, en algunos casos firmaba las notas porque las elaboraba yo. Pero a veces no, porque no tenía tiempo... Tenía otras cosas, claro, porque además de tecnología trabajaba en otras secciones a la vez. Pero sí, se hacía así, incluso en más de una oportunidad esos lanzamientos terminaban siendo la tapa del diario. Por nada en especial, por interés, la gente le da importancia a que Apple lanzó el nuevo iPhone.

Entrevistadora: En mi muestra me tocó levantar noticias un día de lanzamiento y no solo en El País, en los tres sitios que estudié, era la noticia.

Periodista El País: Para la gente importa mucho. En la agenda siempre están esos temas. Y, después surgía mucho lo de cubrir noticias internacionales que tenían relevancia local. No se, el análisis de productos de los últimos teléfonos de Apple y Samsung que llegan a Uruguay, antes lo hacía más. También noticias sobre si venían figuras internacionales. En Uruguay se hizo un evento que se llamó Expo Prado. Entrevisté en ese caso a Facundo Manes y eso fue un golpe fuerte. Una figura así es fuerte. Y me parece que la gente también tiene interés. Estuvo bueno. En la sección tecnología que habré trabajado los últimos tres meses del año, trabajaba en internacionales los fin de semanas. Es como que hacíamos un poco de todo, pero si, el tema de las noticias internacionales en otras secciones era importante. Yo también trabajé en fútbol y lo mismo, sin duda.

Entrevistadora: Y, hay una literatura que dice que los países con mayor preponderancia a nivel mundial también son más cubiertos.. No se, por ejemplo, EEUU, países europeos. ¿Qué atención se le presta, por ejemplo, a EEUU?

Periodista El País: Muchísima. O sea, yo creo que a nivel de importancia... Depende mucho del hecho, no? Pero... bueno, a mi al comienzo me costaba jerarquizar. Pero al final si decidís algo que a la gente le llama más la atención, entonces elegía Argentina. La gente le iba a prestar más atención, estamos acá al lado. Más que si Trump daba primero en las encuestas...

Entrevistadora: Claro, priorizabas Argentina..

Periodista El País: Si, pero Estados Unidos se cubrió ahora más por la campaña, casi todos los días hacíamos algo de Estados Unidos. De hecho, una vez le dije al editor que estábamos haciendo como tres notas... y me dice, ta, pero es Estados Unidos, estamos hablando de Estados Unidos, la mayo potencia. Se le da mucha importancia también al terrorismo en Europa, no solo con los ataques sino que eran también cuando se frustraban ataques, todas las noticias en torno al terrorismo. De hecho una vez le hice una entrevista al canciller de Bélgica que vino a Uruguay, el título de la noticia fue terrorismo.

Entrevistadora: Sí, y también muchas noticias sobre esta familia siria que fue a Uruguay... Que el anteriormente estuvo en Guantánamo...

Periodista El País: Sí, pero eso era más local...

Entrevistadora: Claro, gran implicancia local pero se trataba de una noticia doméstica con participación extranjera.

Periodista El País: No, obviamente! El uruguayo ahí... La cobertura de los periodistas de la sección nacional cubrieron esto, las ideas de nuestro ex presidente, estaba buena pero no tenía idea como implementarlo o que les podía pasar.

Entrevistadora: Así que más o menos, que viviste que más interés...

Periodista El País: Brasil impeachment, Argentina tema corrupción, Venezuela crisis, Estados Unidos campaña.

Entrevistadora: Celulares...

Periodista El País: Lo que me llamó la atención de Estados Unidos es que hubo una época que yo también trabajé que no se si fue antes del periodo que vos analizaste que fue el tema racial... Este tema fue concurrente.

Entrevistadora: Sí, fue antes...

Periodista El País: Después estaba el tema elecciones, después el tema en Europa con los ataques terroristas, alguna elección que otra.

Entrevistadora: Claro! Por ejemplo las de Perú cayeron en mi análisis.

Periodista El País: Sí! Aburridísimas. Em, pero ta, igual el tema de elecciones en otros países por ahí si resulta divertido.

Entrevistadora: Pero si, la cobertura a la campaña en Estados Unidos fue grande. Y, por lo que me decías a la gente también le interesaba... era divertido, un candidato bastante polémico...

Periodista El País: Creo que el tema era mostrar como un tipo tan outsider, tan polémico podía ser candidato y lograr ganar las elecciones. Llegué a un momento en el que le dije al grupo... Lo que esta pasando es que el tipo está creciendo porque está siendo noticia todo el tiempo. La mejor campaña electora es la que le están haciendo los periodistas... ¿Cómo puede ser esto? Pero los periodistas estaban enloqueciendo levantando estas notas. Nosotros casi no poníamos notas de Hillary porque no decían nada interesante. El tipo arrancaba con una locura y por lo menos una columna había que armar. Entonces ya era un personaje que a la gente le interesaba por esto. Como un candidato va a insultar...

Entrevistadora: Claro. Fue todo muy particular.

Periodista El País: Fue una locura, pero se lograba, se hacía.

Entrevistadora: Claro, y los temas económicos en el mundo veo que tienen una gran cobertura... Por ejemplo, muchas notas referidas al tipo de cambio o, por ejemplo, mi periodo agarró el Brexit en Reino Unido y esto era continuo desde la perspectiva económica...

Periodista El País: Si, eso también. Me tocó a mi. Era demasiada la incertidumbre. Lo que me desafió era todo el tiempo explicar cosas muy básicas, que la gente da por sabido pero no se entendían. En ese momento entrevistamos al Embajador de Reino Unido acá e intentaba preguntarle estas cosas básicas, y era muy difícil porque no se tenía conocimiento.

Entrevistadora: Claro, había que explicar cosas básicas primero para después despegar y explicar complejidades...

Periodista El País: Era como que había temas que te dabas cuenta que tenías que explicar más y cuando no. Pero, evidentemente, esto no da tanto lugar a la creatividad.

Entrevistadora: Y, crees que de Argentina ya se pueden presentar notas, como decís, más creativas dado el conocimiento de la gente...?

Periodista El País: Sí, pero lo que creo que nos falta más en el diario es analizar más, por ejemplo, por qué a la Argentina le pasa todo esto que le pasa... por qué cada gobierno termina tan mal, es como que se dan la cabeza contra la pared, no hay nadie que analice estas cosas. Una cosa que me olvidé de decirte que si teníamos en la sección de internacionales es un columnista que es argentino. El nos aportaba las columnas, no se, Josecito López fue procesado y el agarraba y nos mandaba una columnita.

Entrevistadora: Claro.

Periodista El País: Otro tema recurrente fue el tema Siria, sin dudas. Columnas sobre Medio Oriente eran entonces recurrentes. Pero eran como que, una vez un coordinador de la sección me dijo que a Siria no le de tanto lugar porque el tema del ISIS todo el día hay cosas, pero no se puede destinar lugar a todos los hechos, entendes? O sea, teníamos que ser claros de cómo era el contexto cuando había un hecho. No siempre, porque generalmente no, eran ataques grandes pero no ameritaban ser cubiertos.

Entrevistadora: Puede decirse que se trata de una cobertura más puntual de determinados hechos distinto a lo que se hace con América Latina...

Periodista El País: Sí, también tenía un amigo que me decía los periodistas solo le damos importancia al ataque en Francia por ejemplo y no a los otros. Lo importante es que nosotros no es que le damos más destaque a los franceses que a los sirios porque tienen otro glamour o porque su cuerpo vale más. O sea, es por un criterio noticioso, no es lo mismo que pase en Europa determinada noticia por varios motivos, algunos pueden ser magnitud, proximidad, cercanía, no se. Nosotros tenemos una proximidad cultural muy fuerte con Francia entonces evidentemente un atentado en Francia impacta más.

Entrevistadora: Y de todos los criterios que mencionaste, cuáles crees que son los que más predominan en El País?

Periodista El País: El que más predomina es el de cercanía geográfica y cultural. Y, después, en términos de magnitud, otro es lo novedoso del hecho.

Entrevistadora: Y el impacto que el hecho tiene para Uruguay?

Periodista El País: Si, siempre hay que tener la cabecita en eso, en como nos impacta a nosotros. Esto me parece importante. Por ejemplo, el tema de Grecia creo que no abarcó tu periodo, pero cuando tenía problemas económicos y demás como que un editor hablaba de su importancia porque Uruguay estaba negociando con la UE un tratado de libre comercio y era... claro, si Grecia se bajaba de la UE por su crisis eso iba a tener impacto...

Entrevistadora: Claro, como pasa con Argentina podría decirse, no?

Periodista El País: Si, la inestabilidad política de argentina nos... Pasa que hemos aprendido de eso. La crisis política de 2001 fue... empezó allá y terminó repercutiendo acá. Entonces, cualquier cosa, como que estamos alerta.

Entrevistadora: Bueno, no se si me querés contar algo más...

Periodista El País: No, eso. Estoy pensando si hay más hechos. Me parece importante destacar esto que te decía porque a veces se le da más importancia a un tema que a otro... Es por criterios periodísticos. Es algo por lo que discuto con compañeros. Incluso tuve una vez una discusión por Facebook, fue el único hecho que me hizo debatir, porque nunca pongo nada. El hizo una nota, había ocurrido el atentado en Niza que decía “los muertos olvidados de la guerra en Siria”, algo así. Estamos todo el tiempo hablando de eso, sabemos que es una masacre. Es por tiempo y por la cercanía cultural, la gente que nos lee se va más de vacaciones a Paris que a Siria, ya ahí hay motivo... El 14 de junio tiene una importancia política, nosotros tomamos ejemplos de su constitución, lo que hacen nos va a repercutir. Es difícil explicarlo, pero va por ahí.

Entrevistadora: Claro.

Periodista El País: De hecho hay noticieros acá que tienen periodistas internacionales, para tener una voz de lo que pasa en el mundo. Eso estaría bueno.

Entrevistadora: Bueno, muchísimas gracias!

Entrevista al editor de Internacionales de El País

1. En relación con las rutinas profesionales

- ¿Cómo se organiza la sección de internacionales?
- La sección Internacional de El País está integrada por un editor, que trabaja en coordinación con la Mesa de Redacción.
- ¿Cómo llevan adelante la elaboración de la agenda internacional un día cualquiera?
- El País cuenta con los servicios de tres agencias internacionales de noticias (AFP, EFE y Reuters). Al comienzo de la jornada se revisan las previsiones de esas agencias, y en función de eso se arma una agenda de temas a seguir, poniendo especial atención a lo que pasa en zonas que despiertan más interés en Uruguay o en esta parte de América Latina. En especial lo que sucede en Argentina, Brasil, Estados Unidos y Europa. Esa agenda que se arma al inicio de la jornada obviamente va cambiando a medida que pasan las horas. Nunca se sabe qué puede pasar y cuándo.
- ¿Cuál es la dinámica que manejan con los corresponsales?
- ¿Cuántos corresponsales tiene el medio? ¿En qué lugares?
- Contesto las dos preguntas en una. El País no cuenta hoy con una red de corresponsales. Además de las tres agencias internacionales, disponemos de los servicios de los diarios The New York Times y El País de Madrid, y la red del Grupo de Diarios América (GDA), que también integran La Nación y El Mercurio, y el analista internacional Claudio Fantini que escribe desde Argentina.
- ¿Qué tan extensa cree que es la red de corresponsales del medio como para cubrir todo aquello que resulta de interés según su óptica? O, por el contrario, ¿Cree que deben ponerse en manos de las agencias de prensa para salvaguardar su imagen de máquinas noticiosas capaces de cubrir todo, en todas partes y en todo momento?

- Cómo decía, no contamos con una red de corresponsales. Eso no significa que no tengamos colaboración del exterior, además de los servicios de The New York Times y El País de Madrid, y los análisis de Fantini. Con los diarios del GDA se coordinan informes y coberturas especiales que escapan a lo que brindan las agencias internacionales. Además, en El País intentamos “traer” los temas internacionales al ámbito local y ponerle valor agregado que despierta mayor interés al lector uruguayo. Por ejemplo, Uruguay ocupa hoy una silla en el Consejo de Seguridad de la ONU, por lo que la cobertura de lo que pasa allí la hacemos teniendo en cuenta que el país es protagonista de lo que se está discutiendo.
- ¿Cómo se siente y que tan motivador resulta trabajar en la sección de internacionales del diario?
- Me siento muy bien. Por diez años fui editor de la sección Nacional de El País, y siempre creí que no es bueno que los periodistas se “eternicen” en un área. Así que estoy cumpliendo un “sueño”, ya que los temas internacionales siempre me gustaron.

2. En relación con los resultados del Análisis de contenido

- ¿Cuál considera que son los factores más determinantes para que un hecho internacional sea cubierto?
- El impacto que ese hecho pueda tener en el lugar donde uno viva y su espectacularidad. Por ejemplo, una decisión del presidente Donald Trump sobre acuerdos comerciales con América Latina es un asunto que puede tener directa repercusión en la economía de nuestros países y por ende en cada uno de nosotros. Eso merece informarse en detalles. Un atentado en París, Londres, Berlín, Madrid o una ciudad de Estados Unidos o la región, va a despertar mayor interés que un atentado similar en Asia o África, por una cuestión de proximidad o relación.
- Considerando que cada usuario del medio online puede seleccionar la información que quiere conocer, ¿cómo podría describir el interés social por las noticias internacionales? ¿La tienen en cuenta a la hora de elegir que eventos internacionales cubrir?
- Sí, los lectores pueden elegir qué leer, en la sección Internacional o cualquier otra. Y los criterios para ver el interés que despiertan son más o menos los que

decía en la pregunta anterior. Además, en la edición web de El País podemos ir viendo en tiempo real cuántos lectores están en qué notas y eso nos da un indicador de qué está interesando en ese momento.

- ¿Priorizan la cobertura de sucesos internacionales sobre asuntos públicos o no públicos? ¿Cómo cree que se relaciona esto con el interés de las audiencias?
- Públicos o privados, todo depende de qué asuntos estemos hablando. Los lectores siempre van a querer saber sobre las cuestiones privadas que esconden los personajes públicos.
- ¿Cuál es la relación con la inmediatez del medio online?
- La razón de ser de un medio online es la inmediatez. Es decir, si sucede ahora tiene que estar publicado ahora. Después vendrán los detalles, pero la noticia hay que darle de inmediato una vez confirmada.
- ¿Cuáles cree que son los temas internacionales que generan mayor interés a las audiencias del sitio?
- Lo decía en una pregunta anterior: lo que pasa en la región, los que involucran a personajes famosos, los que pueden impactar en la vida cotidiana de la gente, en especial en su bolsillo. Los temas económicos, cuando son explicados en términos sencillos para un lector no especializado, siempre despiertan gran interés. Eso en el sitio web como en la edición papel.
- ¿Cuáles son los países a los que más atención o seguimiento se les presta? ¿de que depende?
- Por proximidad para Uruguay, ponemos especial atención a Argentina y Brasil. Por su importancia en el mundo, Estados Unidos es siempre prioridad. En Europa, España, Francia, Italia, Reino Unido y Alemania son los países que más importan. E Israel en Medio Oriente. El resto del mundo depende qué esté pasando. Hoy un tema caliente es Venezuela. También Irak y Siria. Los escenarios internacionales van cambiando.

Entrevista al Encargado de internacionales de EMOL

Entrevistadora: Bueno, para empezar, en primer lugar te quiero preguntar en relación a las rutinas profesionales del sitio. ¿cómo se organiza la sección de internacionales y cómo se construye la agenda un día cualquiera?

Encargado Internacionales EMOL: Bueno, comenzamos temprano en la mañana. En el caso de EMOL está funcionando todo el día. Le damos inicio ya a las 8 am y siempre hay tareas en el sitio, y cuando yo llego me pongo de acuerdo con mi equipo acerca de lo que vamos a hacer. Nos guiamos mucho por lo que nos mandan las agencias de noticias, EFE sobre todo tiene una pauta todos los días con las previsiones que le llaman. Entonces a raíz de eso y lo que ha ocurrido la noche anterior y los días anteriores uno se va armando una pauta a partir de lo que se sabe que va a ocurrir. Pero, en el mundo pasan cosas muy impredecibles, tu no sabes cuando va a ocurrir un atentado o cuando Trump lanzará la próxima bomba. Entonces uno tiene un punteo, eso después, en mi caso, bueno EMOL tiene varias secciones, deportes, nacional, tendencia, etcétera. Eso después se comenta, tenemos reunión todos los días con los diferentes editores y coordinadores de todas las secciones, y hacemos una especie de brainstorming o lluvia de ideas, entre todas las secciones. Tu va presentado todos los temas, y están la editora y el editor general que son los que ven todos, y el resto de los coordinadores pueden ir sugiriendo cosas así como yo también puedo ir sugiriendo cosas a la gente de espectáculos o a la gente de nacional y ahí se da toda esta ayuda entre todos.

Entrevistadora: Y, ¿Cuántas personas componen la sección de internacionales?

Encargado Internacionales EMOL: La sección de internacional es muy pequeña. Somos dos personas, considerando que en EMOL como sitio web somos más o menos entre 50 personas sumando periodistas, diseñadores gráficos, comunicadores audiovisuales, EMOL TV. EMOL y EMOL TV somos cincuenta y tantas personas. En internacionales somos dos pero obviamente que si la situación lo amerita recibimos más refuerzo de las otras secciones. Somos una sección pequeña porque internacionales es una sección nueva. Llevamos un año como sección propiamente, desde marzo del año pasado. Porque antes Internacionales, bueno nacional e internacional eran un conjunto que se llamaba Actualidad. Entonces se separaron estas dos secciones y hay un solo periodista que trabaja conmigo y obviamente nos dividimos los temas y cuando ya es mucho porque suele ocurrir se le pide ayuda a periodistas de otra sección.

Entrevistadora: Claro, y, con respecto a corresponsales, ¿cuentan con corresponsales? ¿dónde? ¿cómo es la relación con las fuente de información, con las agencias que me mencionaste?

Encargado Internacionales EMOL: No, corresponsales propiamente no tenemos. Si contamos con chilenos que viven afuera, chilenos en el extranjero que, tenemos una base de datos y con ellos podemos confiar, pero corresponsales propiamente no contamos. El Mercurio, la versión del diario papel, creo que tiene o tenía corresponsales, creo que ya no. Nosotros no, pero como te decía, tratamos de tener contactos, algunos cercanos o colegas que sabemos que andan por allá. Para tratar de tener algo más de información. Con el tema de las agencias de noticias nosotros tenemos un soporte al que podemos acceder a toda la información que nos vayan dando y también, a medida que vas haciendo el trabajo vas conociendo gente y después puedes contar un poco con ellos. Por razones, yo creo que económicas, los corresponsales cada vez menos. No se como será en otros lado, pero acá cada vez menos.

Entrevistadora: Y, ¿cómo es la relación con estos “chilenos en el mundo” que me decís?

Encargado Internacionales EMOL: A medida que uno avanza con el reporteo va conociendo gente, o sea, en notas anteriores probablemente me tocó conocer gente de otros lados o chilenos que vivían en otros países y tu vas tomando eso para que te sirva después. Tenemos en una base de datos, no se, chilenos que viven en Turquía, en Argentina... En Argentina es más fácil, la comunidad chilena en Argentina es grande. Conocemos chilenos en Israel también. A medida que vamos reportando cosas vamos tratando de agrandar esta base de datos.

Entrevistadora: Y ¿A estos se los contacta cuando pasa algo en particular, por ejemplo pasa algo en Israel, o cotidianamente esta gente envía información?

Encargado Internacionales EMOL: No es cotidiano. A medida que pasa algo tu los contactas y le vas preguntando cosas, hacemos notas cuando ocurre algún hecho importante, hacemos notas con ellos como fuente de datos. Por ejemplo, “Chileno en

Turquía cuenta como fue el golpe de estado”. Entonces a medida que van pasando cosas aumentamos nuestra red de alimentación, contactos.

Entrevistadora: Y, ¿crees que la noticia del chileno en el golpe en Turquía, se lee más, es decir, más interés por parte de las audiencias o es similar?

Encargado Internacionales EMOL: Creo que si. Yo creo que igualmente tienen algo diferente. Yo me acuerdo que hice la noticia que era mucho más contingente. Acá en Chile se están viendo muchas novelas turcas, están de moda, muy de moda. Entonces, hace unos dos años, me acuerdo que hicimos una nota de chilenos en Turquía que nos contaban lo que era realmente vivir en Turquía en contraste con la teleserie y a esa nota le fue bien, a la gente le interesaba saber como se vive allá y que es realmente lo que te está mostrando la tele y lo que te muestra la gente en la vida real. Ese tipo de cosas si, normalmente los chilenos que hayan sido testigos de algún hecho importante, cosas así, a la gente le llama mucho la atención.

Entrevistadora: ¿Crees que trabajando todos los días y siendo dos personas crees que tenés cierta dependencia de lo que suben los otros sitios o bien de las agencias o no? Y, ¿esto como te hace sentir a nivel de tu producción como periodista?

Encargado Internacionales EMOL: Si, si. Se da cierta dependencia porque obviamente mucho más difícil hacer información estando más lejos y estás dependiendo a veces de lo que sale en otros medios de comunicación. Para lo que pasa en Estados Unidos, hay que estar pendiente del New York Times, del Washington Post o de lo que pasa en Argentina estás pendiente de La Nación o Clarín... Y, así en todos los países. A mi en lo personal, claro, complica un poco pero también parte mucho por el ingenio de uno para ver que otra vuelta se le puede dar, sobre todo más por el lado del análisis, como lo puedes tomar tu, hablando con analistas o tu mismo haciendo una nota más interpretativa al respecto. Entonces, yo creo que por ahí va un poco más, para tratar de no depender tanto de estos medios de comunicación, buscar otra alternativa por el lado del análisis y de la contextualización. Si bien en internet a veces es más difícil porque al menos en EMOL nosotros somos esclavos del “breaking news”, así, obviamente cuesta un poco, con la persona que trabajamos juntos tratamos un poco de dividirnos las tareas, no se, tu revisa todo lo que es “breaking news” mientras yo trato de hacer una nota más

de análisis de lo que pasa en, no se, Corea del Norte. Y así nos vamos turnando, tanto para el enriquecimiento personal, para que no sea una rutina, porque algún momento fue así, era subir cables todos los días y era bastante aburrido. Por eso obviamente ahora es tratar de darle otra cosa que tal vez sea entretenido para uno y que te desarrolle como periodista.

Entrevistadora: Y ¿cómo sería esto de ser “esclavo del breaking” news?

Encargado Internacionales EMOL: Es complicado porque a veces vos estás haciendo algún tema, alguna cosa, más de análisis, y estás buscando fuentes y de repente ocurre un atentado en San Petersburgo y te tenés que dedicar a eso... Tienes que estar muy pendiente de lo que vaya pasando y tenés que estar... si estás haciendo una nota que lleva más tiempo y análisis tenés que estar con un ojo en eso y el otro ojo puesto en los cables o el Twitter a medida que van pasando las actualizaciones. Entonces claro, a veces cuesta. Hay días en que es bastante más fácil porque en el mundo está pasando nada o está pasando muy poco y claro, mucho más fácil. Pero a veces claro, y ha pasado... por x motivo a veces te quedas solo y te llenas de cosas y, yuta, está pasando algo en Venezuela y al mismo tiempo está pasando algo en Estados Unidos, y así. A veces cuesta pero hay que tratar de diferenciar, igual, en el caso nuestro, como te decía un poco, en esta restructuración que se hizo, hemos tratado de compatibilizar dos cosas. Un poco más por el lado de análisis que son notas que más bien se publican temprano en la mañana, cosas más de análisis, de contextualización de lo que está pasando y el “breaking news” dejarlo un poco más para después. Yo he tenido obviamente estas conversaciones con mi jefa y la idea es quizás del breaking news fijarnos más en lo más trascendental para tampoco dejar de lado el tema del análisis porque hay también, en el caso nuestro, un público que le gusta el análisis y que muchas veces quizás no te da tantos clicks como una nota, no se, deportiva o una sobre el oso panda pero obviamente te mantiene un público que quiere leer ese tipo de cosas.

Entrevistadora: ¿Estas como atento a dos públicos distintos en el mismo momento se puede decir?

Encargado Internacionales EMOL: Claro, claro, si. Porque a veces un atentado obviamente llama más la atención al público en general que el análisis de que por qué

Corea del Norte se está portando de esta forma o el análisis del electorado francés. Naturalmente... Pero eso cuesta, pero se puede. Tienes que compatibilizar mucho pero bueno, se puede, se puede.

Entrevistadora: Claro, una dinámica que se va dando en el día... ¿Por qué eligen la mañana para publicar este tipo de noticias de análisis?

Encargado Internacionales EMOL: Porque alguien que... quedó comprobado al menos con lo que manejamos nosotros, que a cierta hora de la mañana, sobre todo bien temprano, alrededor de las siete de la mañana, este público que es más ávido de leer este tipo de notas de análisis está más conectado a la web porque es antes de trabajar. O cuando están durante el camino, o no se, durante el desayuno o están en el transporte, en el metro o se están preparando para ir a trabajar... Y, porque una vez ya pasadas las 8.30 de la mañana sentados en sus escritorios dejan un poco de lado esto y después es solo meterse a EMOL para ver la portada y lo que estamos viendo sería una cosa interesante y es de lectura más rápida. Entonces por eso este tipo de temas que toman más tiempo tratamos de subirlo a esa hora. Obviamente, no se da siempre. A veces, tenemos que poner o porque la agenda así te lo da que terminas subiendo ese tipo de notas a las 11 de la mañana. No se, porque llegaste a las 8 de la mañana al trabajo y te das cuenta que tenés que hacer una nota de análisis que te das cuenta que no te va a resistir para el día siguiente. Se da en la medida de lo posible, uno va viendo como se trabaja... Pero, la explicación es esa, tienen un poco más de tiempo en la mañana ese tipo de personas para leer ese tipo de notas.

Entrevistadora: ¿Y ustedes quieren captarlo? ¿No quieren perder a este lector atento?

Encargado Internacionales EMOL: Claro, esa es la idea, la idea es a ese lector mantenerlo con ese tipo de noticias internacionales también económicas. Claro porque, nos sirve también obviamente. La idea no es solamente tener clicks y más clicks, porque eso se puede conseguir con un montón de noticias que a lo mejor no tienen tanta importancia pero estas son las que te van definiendo como medio de comunicación, por así decirte.

Entrevistadora: Claro, y en este sentido, que factores consideras que son los que más determinan que un hecho internacional sea cubierto?

Encargado Internacionales EMOL: Bueno, tiene que ver con los factores que te enseñan en la escuela de periodismo sobre el análisis de las noticias. Se da mucho el tema de la proximidad, obviamente es algo que considera el caso nuestro noticias que vienen de Perú, Argentina, Bolivia, los países vecinos siempre llaman más la atención. O sea, no cualquier tipo de noticias obviamente pero si lo que pueda pasar con Cristina Fernández es algo que al lector chileno normalmente le llama la atención o alguna inundación o catástrofe en Perú como fue hace un tiempo. También además de que llama la atención la proximidad, la importancia del personaje también sea Donald Trump, Kim Jong-un, son personajes que llaman, Nicolás Maduro, también ese tipo de noticias con estos personajes obviamente tienen que ser tomadas con más importancia. Y bueno, lo otro también vas viendo, a ver, lamentablemente también hechos más de violencia llaman mucho la atención. Bueno, ahí es mucho la responsabilidad de uno de cómo tocamos el tema. Pero, si, hechos de crónica roja, es importante, se ha hablado mucho de asesinatos por Facebook, ese tipo de cosas, transmisiones por Facebook, asesinatos, suicidios, no se, eso a la gente le llama mucho la atención. Obviamente tienes que tomarlo con cierta delicadeza pero... bueno, para que no sea burdo, no se. Es más, bueno, estoy pensando, bueno lo de Venezuela, Venezuela es actualmente una de las cosas más leídas y todo lo que tenga que ver con un poco el, a todo el público en general porque el chileno le asusta este tema más bélico y todo lo que tenga que ver con Kim Jong-un, Donald Trump y cualquier posibilidad de lanzamiento de bomba al cjhileno le llama mucho la atención. Tratamos de no ser alarmistas, pero la otra vez explicamos que era una guerra termonuclear y el tema fue el más leído en el portal durante todo el día. Más que la noticia de Messi o lo que fuera que se lee mucho más. Cosas así, hicimos una infografía de los misiles norcoreanos, como son, o hicimos la infografía de cómo era el ejército estadounidense y esas cosas llaman mucho la atención.

Entrevistadora: Si, y con respecto al formato que maneja EMOL con las infografías, permite por ahí entender cuestiones que de pasada con un texto pasarían sin leer esos detalles? ¿Cómo está pensado esto?

Encargado Internacionales EMOL: Ahí trabajamos en conjunto con el equipo de multimedia que son periodistas y diseñadores gráficos y obviamente ahí nos vamos poniendo de acuerdo, van saliendo cosas en la agenda y decimos, sabes que esto va más para una infografía que como dices tu un texto o una sábana como decimos nosotros de noticia que no la lee nadie. Entonces ahí nos vamos poniendo de acuerdo, vamos trabajando, a veces recopilas tu información y se la vas mandando al diseñador o al coordinador de multimedia y ellos la van arreglando o ellos mismos van ajustando cosas. Entonces claro, en la medida de lo posible porque ellos obviamente trabajan con todas las secciones de EMOL. Entonces, a veces están muy colapsados y ahí tu tienes que ir viendo que cosas puedes subir y que cosas no en infografías. Pero si, hay una complicidad también y bueno, ya vamos varios años, yo antes trabajaba en otra sección entonces ya tenemos años con la gente de multimedia y vamos sabiendo que cosas podemos usar y que cosas no. Porque incluso a veces ellos mismos te dicen oye, mira, podríamos ver esto, no se, se cumplen cien días del gobierno de Trump el sábado, pues sabes que podríamos hacer una infografía con los cien días de Trump.

Entrevistadora: ¿Ellos sugieren o ustedes desde internacionales sugieren?

Encargado Internacionales EMOL: Ambos! A medida que nosotros sugerimos ellos también. Se acercan y te dicen. Bueno, uno es muy amigo mío y me dice, por qué no vemos esto por acá... Ya, perfecto, veámoslo.

Entrevistadora: Que bueno. Porque no se como lo leen ustedes, pero se me ocurre pensar que podría esto contrarrestar un poco la dependencia de las agencias... porque bueno, le estás poniendo tu foco, presentándolo de una manera...

Encargado Internacionales EMOL: Exacto, es algo más propio, es algo que te representa más como medio y que te diferencia de las agencias y de los otros medios también. O sea, porque se ve mucho que cuando se abusa de las agencias todos los medios tienen la misma información y escrita de la misma forma incluso. Entonces, te permite diferenciarte.

Entrevistadora: Claro. Y, pensando, por ahí siguiendo con la lógica de los factores, cuales temas crees que son los que más se tratan, que países se cubren en mayor medida? ¿Por qué?

Encargado Internacionales EMOL: De países si, Perú, Argentina, Bolivia, Bolivia más por el conflicto marítimo que tiene Chile con Bolivia desde hace muchos años. Bolivia más por ese lado. Argentina más por el lado Macri, Cristina Fernández, el lado político argentino, y lamentablemente todo lo que hemos pasado, Ni Una Menos, los femicidios, eso también llama la atención.

Entrevistadora: ¿Por qué crees que la política argentina llama la atención en Chile?

Encargado Internacionales EMOL: Bueno... primero el comentarista EMOL, no se si el lector en general, pero el comentarista EMOL es muy particular, es como el comentarista de La Nación, muy particular. Tiene una línea bastante clara, más de derecha y yo creo que le gusta mucho el tema... hay mucho comentarista EMOL que no le gusta Cristina Fernández entonces aprovecha la ocasión para poder criticar un poco mezclándolo con la política chilena, con Bachelet, etcétera. Y yo creo que es por eso, porque también llama la atención los escándalos de corrupción que hay allá. Chile si bien es un país donde hay corrupción, la corrupción es menor. Es menor que en países como Brasil o Argentina, entonces, ese tipo de casos, yo creo que también por eso llaman la atención. Aquí ahora han salido más a la luz los temas de corrupción que antes, yo creo que ahora estamos más a la par a los otros países. Yo creo que por eso puede ser. Brasil de hecho también, Brasil también llama la atención por el lado de la corrupción, caso Odebrecht, caso Petrobrás, bueno, la destitución de Dilma... Todo eso, y con respecto a los temas... Bueno, temas de crónica roja llaman alta atención, Donald Trump, todo lo que tenga que ver con Donald Trump, en estos momentos es importante, a ver, Europa no, Europa no mucho. Europa más bien cuando son atentados, ese tipo de cosas y Medio Oriente ya cuando son cosas más potentes. Porque incluso a veces uno mismo se insensibiliza de lo que pasa en Medio Oriente porque está acostumbrado a ver atentados, lamentablemente, bombardeos, entonces cuando ya se mete Rusia o se mete Estados Unidos, ahí ya llama más la atención. Putin también es un personaje que acá a la gente le gusta, o sea Putin es un personaje por si solo, entonces por eso mismo.

Entrevistadora: ¿Y con Perú?

Encargado Internacionales EMOL: Con Perú, se da que aquí e Chile hay mucha colonia peruana. Entonces, em, yo creo que por lo mismo, peruanos que a lo mejor leen EMOL, obviamente que deben leer los medios de su país, El Comercio, La República, no se... Pero, yo creo que a lo mejor un peruano que lea EMOL pueda meterse por ahí, el hecho de que estemos tan cerca, de que mucho de lo que pasa en Chile incide en Perú, y viceversa. Yo creo que eso también puede llamar la atención. Alguno más específico, no todo, lo que es más catástrofes y ese tipo de cosas, que en Chile estamos acostumbrados a las catástrofes y por ahí que a un país vecino le pase lo mismo a lo mejor genera, hay cierta solidaridad y le interesa a la gente. Y, el tema yo recuerdo, para las elecciones peruanas, el año pasado fue demasiado visto y comentado, hicimos un despliegue bastante grande recuerdo el año pasado con eso y fue bien respondido, o sea a la gente le interesaba eso, que pasaba con Kuczynski, con Keiko...

Entrevistadora: Si, fue bastante polémica la elección... Y, considerando que están en un sitio en el que el intercambio con las audiencias se podría llamar más directo, cómo podrías describir el interés de las audiencias en función a las noticias internacionales y lo tienen en cuenta?

Encargado Internacionales EMOL: Em... si, ciertamente hay veces que hay notas que tienen muchos comentarios y ese tipo de notas generan más interés porque son quizás más políticas, o porque llama la atención o por los factores que hemos hablado, entonces tu vas viendo, hay notas que no tienen mucho interés y te das cuenta medianamente, no se, yo solía subir muchas notas de España, sobre política española, cuando estaba todo este enredo en España de que no tenían presidente, y en realidad nadie leía la noticia de España. O sea, había que tenerlas en un momento, hicimos notas de análisis pero después dejamos de hacerlas porque realmente España no llamaba la atención. Entonces, ahí te vas dando cuenta que temas a lo mejor te generan un trabajo adicional que no vale la pena y prefieres hacer ese trabajo, dedicarlo a otras cosas que si van a tener mayor lectoría. Cosas así nos fijamos más allá de los comentarios pero que son bastante leídas y tu sabes que la gente las va a leer igual, como las infografías o las notas del Papa por ejemplo que todo lo relacionado con el Papa la gente lo lee hartito pero no lo comenta tanto. Entonces, ahí tu vas viendo y vas adaptando también de

acuerdo a lo que la gente quiere ver. Yo hablaba con mi jefe y me decía: No veamos este tema si no lo va a leer nadie... Entonces, ahí nos vamos amoldando.

Entrevistadora: Claro, en función de lo que van viendo de lo que es el interés de las audiencias... Si pensaríamos en el interés de las audiencias y como ellas entenderían el mundo, no? Y vemos que el mundo se cubre n montón en términos futbolísticos, espectáculos... ¿Cómo crees que es esta dinámica? ¿Cómo crees que al chileno le llama la atención del mundo? ¿Y a vos como periodista, qué te llama la atención?

Encargado Internacionales EMOL: Al chileno le llama mucho la atención el lado futbolístico, absolutamente. Todo lo que tenga que ver con chilenos en el extranjero, futbolistas chilenos en Europa, llama mucho la atención. Algunos más que otros, pero Alexis Sánchez, Arturo Vidal, Claudio Bravo que son un poco los futbolistas chilenos afuera llaman mucho la atención. Si, y siempre o la mayoría de las veces es lo más visto y es lo más comentado, también les gusta mucho los temas de la realidad o pseudo-realidad digo yo porque en realidad empezamos a ganar recién ahora con Argentina... Todo lo que tenga que ver con la Selección Argentina, con Messi, les gusta al chileno. Y, claro, ahora ganamos dos Copas America y estamos bien agrandados y se creen un poco más los mejores del mundo, yo lo encuentro una pelotudez, pero el chileno promedio se cree el campeón del mundo y le gusta, le gusta como están las noticias de Argentina, de todo lo que es Selección Argentina. También, lo que es, a ver, el chileno ve mucho lo que son como curiosidades, o cosas raras que pueden ocurrir, noticias que suelen ser de tendencias, no se, bueno, la noticia del oso panda, el perrito, o noticias de familias que se encuentran después de cincuenta años, cosas así, datos curiosos también. El chileno lee hartos, que más? Del lado más mío quizás lo que es política, manifestaciones, crónica roja, por ahí. Estoy pensando... bueno, y farándula. Al chileno, que bueno creo que a todo Hispanoamérica, como que llama mucho la farándula de Argentina que está mucho más desarrollada que acá. Pero, a veces dicen como que claro, suben estas porquerías de noticias, cinco años estudiando periodismo para esto, y es la noticia más leída, o sea, no se, “romance de las Kardashians” o todo lo que tenga que ver con farándula hollywoodense, la realeza, ojo, eso también les gusta mucho, no se, que el príncipe Williams se haya perdido en los Alpes Suizos llama la atención o que haya tenido depresión. Si, la realeza británica sobre todo más que la española. La realeza británica es bien leída, Kate, William... si.

Entrevistadora: Claro, esto tiene que ver con lo que comentabas antes de los actores... la realeza como actor que llama la atención, porque bueno, un fenómeno algo raro, no?

Encargado Internacionales EMOL: Claro, claro, para nosotros es algo más extraño. De hecho nosotros hace una semana atrás subimos una infografía que era sobre cuanto gastan los países en sus respectivas realezas, cuanto del PBI gastan en sus realezas y fue súper visto, la gente quería saber y todo eso, si.

Entrevistadora: ¿Por ahí lo que resulta extraño o ajeno a la realidad podría llamar más la atención? No se, algo raro, que no tendría en mis cálculos diarios y me lo presentas ahí, y llama más la atención? Como verías esto?

Encargado Internacionales EMOL: No se, a veces como que tu mismo tienes que abstraerte o dejar a un lado el rol de periodista... y pensar tu como lector común y corriente, que leerías tu. Yo creo que va por ahí, a veces veo cosas que a mi como persona normal me parecen curiosas o me parecen llamativas y pienso, quizás esto puede pegar como noticia. Otras veces no! A veces resulta... o le preguntas a gente que está al lado tuyo, que le parece si esto puede ser así. Y, te dicen si, o que puede llamar la atención o te van sugiriendo... esta nota de una persona que hizo tal cosa puede... Yo tengo mucha relación con la gente de la sección de Tendencia y te dicen donde pueden salir cosas que me pueden servir.

Entrevistadora: En este sentido crees que la dinámica entre secciones en EMOL, ¿suma? Parece estar bastante aceiteada por lo que decís...

Encargado Internacionales EMOL: Si! Absolutamente! Si, primero que estamos como en un espacio físico bastante cerca todos... Entonces, hay mucha interacción. Y, claro, se da eso, te van diciendo, a veces te van alertando cosas que tu no te diste cuenta o que vieron en otros lados. Y, lo mismo haces tu con el resto, noticias deportivas, de espectáculo, de lo que vaya pasando, si se da mucho ese trabajo en equipo de juntos pero no revueltos. Si de estar ayudándonos constantemente y todo eso.

Entrevistadora: Claro, hay un trabajo en equipo grande, y en este sentido el mundo se cubre como decíamos desde distintas perspectivas y las otras secciones también lo cubren a su manera... a través del fútbol, tendencia, tecnología...

Encargado Internacionales EMOL: Por supuesto!

Entrevistadora: Y, por todo lo que me comentaste y los resultados que obtuve en el análisis de contenido, coincide lo que me decís. A las audiencias le llama mucho la atención los deportes, en primer lugar, los espectáculos, las noticias de información general y las noticias de educación/ciencia y tecnología. Esos son los cuatro temas que priman, y si miramos la agenda de los periodistas, vemos que primero están los deportes, luego la política, educación, ciencia y tecnología y espectáculos. Podemos ver que si bien hay diferencias hay también convergencias.

Encargado Internacionales EMOL: Claro, los resultados que tienes tu son ciertos, a mi se me queda un poco en el tintero el tema de la tecnología, claro, que por ahí se cubre un poco menos y a la gente le gusta mucho hechos específicos de ciencia y tecnología. No se, el nuevo iPhone, el nuevo Android, mucho de videos juegos, ese tipo de cosas le gusta al lector de acá. O cosas como más paranormales, esas cosas medio extrañas gustan. Encuentro tu análisis súper interesante para ver como tu lo trabajas de aquí a más adelante también. Supero bueno y también lo veo como una radiografía de cómo lo estamos trabajando también.

Entrevistadora: Claro, y obvio que luego te estaré pasando el análisis de todos estos datos!

Encargado Internacionales EMOL: Muchas gracias!

Entrevistadora: Y no se si hay algo más que te gustaría comentarme, que te parece interesante en el sentido, por ejemplo con la relación con la inmediatez del medio online, de su trabajo en el día a día, en la construcción de la agenda...

Encargado Internacionales EMOL: Bueno, el tema de la inmediatez yo creo que es muy importante, como te decía, somos esclavos del breaking news. El tema de la

inmediatez es algo que cuando tu recién ingresas a trabajar en un medio online es algo que cuesta, porque cuando vienes estás con ritmos muchos más lentos, más pausados, cuando vienes de un periódico impreso... son ritmos distintos. La inmediatez es como un golpe que te da en la cara. Y, que después es algo que obviamente te acostumbras y es algo que tu tienes que estar muy preocupado entre subir la nota antes para no salir golpeado por la competencia, no se, si que la información de lo que ocurra al minuto la vas a encontrar en EMOL. O sea, si nosotros somos un país sísmico por excelencia, yo creo que eso, una nota nacional, que en las notas nacionales lo más visto lejos son las sobre sismos y temblores, somos un país sísmico por excelencia entonces se está moviendo el piso y la gente está esperando que tu subas al mismo momento, que todo está temblando, la noticia. Entonces para mi, la inmediatez, ese es el ejemplo más claro. A mi me ha tocado estar subiendo noticias mientras todavía se está moviendo el escritorio, los chilenos estamos muy acostumbrados, con la intensidad te acostumbras. Ese tipo de cosas con la inmediatez las encuentro muy importante... Yo creo que en el medio online a la vez de que nos tenemos que preocupar por la inmediatez, estamos al debe yo creo con el tema de la rigurosidad en cuanto a que se escribe tan rápido y se te puede ir algún error de escritura, de tipeo sobre todo, y a veces no alcanzas a revisar o no la revisas, lisa y llanamente. Y, claro! A veces el bochorno por una falta de ortografía bastante grosera o porque te equivocaste en un nombre o porque no lo corregiste... es complicado, entonces tienes que tratar de compatibilizar la inmediatez, el hecho de subir las cosas en el mismo minuto pero también que esa misma información esté bien escrita y que no contenga errores. Eso pasa siempre, pasa mucho en los medios online que es como la gran crítica que se les hace.

Entrevistadora: Claro, y con respecto a la composición de la noticia, por ejemplo, aquellas extranjeras con participación doméstica y domésticas con participación extranjera, crees que se prioriza este tipo de noticias en detrimento a las puramente extranjeras o como ves esto?

Encargado Internacionales EMOL: ¿Cómo que tipo de noticias priorizamos?

Entrevistadora: Si, claro.

Encargado Internacionales EMOL: Es complicado porque todo depende del día o de lo que vaya aconteciendo. Entonces, claro, uno ya en cuanto a la información que va en el otro medio uno tiene su medio favorito entre comillas o donde uno ya sabe, que le presta atención siempre por diferentes motivos, no se, El País de España, El Mundo, La Nación, El Comercio de Perú, La Razón de Bolivia porque en Bolivia hablan de Chile todo el día entonces ese tipo de medios tu ya los tienes incorporados. Y se da, no se si ya hablaste con la gente de La Nación o de El País, de que todos somos partes de GDA, el Grupo de Diarios de América.

Entrevistadora: Si, exactamente.

Encargado Internacionales EMOL: Entonces, cuando estás en el GDA privilegias los diarios del GDA porque de sirven mucha información que puedes copiar y pegar o que puede servir para un montón de cosas. Entonces con GDA, en el caso de EMOL es bastante valioso.

Entrevistadora: Seria como una agencia más?

Encargado Internacionales EMOL: Claro, es como una agencia más, exactamente.

Entrevistadora: Claro, y de países cercano, parece ser útil.

Encargado Internacionales EMOL: Si, claro, son medios que tienen una audiencia similar, historias similares, El Comercio de Perú, El País de Uruguay, La Nación, nosotros, el O Globo, El Universal y así varios medios más. Entonces es bastante interesante y te das cuenta que las cosas que suceden son casi, muchas, en la misma línea aunque tu a veces personalmente puedes estar en contra de lo que salga en ese medio. Por ejemplo, la editorial que sacó La Nación después de que ganó Macri es algo que... yo no creo que alguien pueda estar de acuerdo con eso.

Entrevistadora: Pero seguimos siendo miembros de GDA (risas)

Encargado Internacionales EMOL: Claro, claro!

Entrevistadora: Buenísimo todo lo que me contás. No se si hay algo más que te gustaría compartir y que no te haya preguntado y Pensas que puede resultar importante...

Encargado Internacionales EMOL: No se, no se me queda nada... Pero, si te das cuenta que se te quedó algo me escribes un mail y conversamos de nuevo!

Entrevistadora: Mil gracias.

Encargado Internacionales EMOL: Te pido perdón si te aburrí mucho, a veces soy un poco bueno para hablar y me explayo nomás!

Entrevistadora: Esa es la idea, que vos me cuentes, ver la subjetividad de este proceso. Y, en relación a esto, te voy a hacer una última pregunta, ¿Cómo te sentís siendo el periodista encargado de internacionales de EMOL?

Encargado Internacionales EMOL: Contento! Bueno, yo llevo cinco años en EMOL, llegué haciendo mi práctica profesional y me quedé, he trabajado en un montón de cosas en EMOL. Y, por el lado internacional si, era algo nuevo porque yo estaba coordinando nacional, era editor de internacional entonces era algo como bien distinto pese que a mi siempre me gustó el lado internacional. A mi me gusta, estoy bien contento pese a los problemas con los que uno tiene que lidiar siempre, me gustaría tener mejores condiciones quizás, me gustaría tener corresponsales y un equipo de trabajo que sea más grande. Si, a medida que se van notando logros o a medida que te van felicitando por las coberturas que has hecho, no se, elecciones en Estados Unidos, esas cosas, obviamente que es algo gratificante y que siempre que puedas hacer más cosas a medida que te vayan apoyando. Yo por el momento estoy bien, me gustaría tener más cosas pero va a ir avanzando, es una sección bastante nueva pero que el año pasado tuvo buenos resultados en cuanto a lectoría. Entonces, la idea es superar los resultados del año pasado y así seguir creciendo

Entrevistadora: Claro, estás satisfecho con tu trabajo, y cuando decís que te reconocen tu trabajo, ¿te referís desde adentro del sitio o a las audiencias con sus clicks?

Encargado Internacionales EMOL: Si, mira, vienen de tus pares si el reconocimiento y te dicen cosas o tu jefe, de parte de las audiencias no se tanto... a veces te felicitan por algún tipo de información que publicaste y otras veces te hacen pure y te critican por todo. El chileno en general, hay un adjetivo que nosotros decimos, que es “chaquetero”. El chileno es chaquetero en el sentido de que siempre tira para abajo. Entonces a veces la audiencia te lo puede reconocer, a veces si, a veces no. Obviamente que lo que es clicks también se puede ver como una forma de reconocimiento... y el año pasado en lo que fue la historia en clicks nos fue bastante bien. Eso también te puede servir como un reconocimiento. Pero si yo siento tanto el de los pares, que te ven a veces cuando te tenés que quedar hasta la madrugada porque pasó algo o porque no tenías que hacer otra cosa nomás, como con las elecciones en Estados Unidos que nos quedamos como hasta las cuatro o cinco de la mañana esperando a que confirmaran el triunfo de Trump.

Entrevistadora: Claro, cosas así que van surgiendo. Bueno, perfecto, me pone muy contenta.

Encargado Internacionales EMOL: Bueno, muchas gracias a ti por la conversación fue bastante entretenida.

Entrevistadora: Gracias a vos y claro que cuando el trabajo este listo te lo estaré enviando por mail para si es de tu interés puedas leerlo.

Encargado Internacionales EMOL: Muchas gracias y muchos éxitos!

Entrevista a la subeditora de La Nación Online:

Entrevistadora: Primero te pregunto en relación con la rutina profesional, como se organiza la sección de internacional, como es el armado de la agenda un día cualquiera...

Sub-editora La Nación: Em, bueno, yo soy sub editora del turno mañana de La Nación.com en general y me especializo en internacionales. Incluso antes de ser editora era periodista de internacionales entonces a mi trabajo le agrego este componente. El laburo de internacionales de La Nación.com es, nosotros llegamos a la mañana, tenemos

una redactora sola, hasta ahora era yo y ahora hay otra chica pero bueno, cuando sucede algo muy importante sobre internacionales todos trabajamos para esa sección. Esto es algo muy de online, el grupo no es tan grande. Tenemos esa flexibilidad, cada uno tiene su sección pero en caso de que pase algo importante de urgencia nos cubrimos. Si no hay bombas ni terremotos nosotros básicamente lo que hacemos es un paneo general de los cables de las agencias y usamos algunos medios de referencia de todo el mundo no solo a nivel regional y vamos viendo cuales son las informaciones del día. Nosotros arrancamos tipo seis de la mañana. Yo soy sub editora del turno mañana. Y ahí vamos haciendo, vamos tirando alguna para ir renovando la home con las noticias del diario papel y con algunas propias. Hacemos una lista de temas y vamos seleccionando en función al tiempo que tenemos y a la cantidad de gente que hay. El día más o menos lo diagramamos así, un día normal.

Entrevistadora: Y un día normal, cuentan con corresponsales en distintos lugares del mundo?

Sub-editora La Nación: Bueno, eso es muy importante porque estamos quienes escribimos en la redacción y tenemos a los corresponsales en su origen corresponsales del print pero obviamente, son corresponsales de La Nación entonces esto es una ideología contra la que estuvimos luchando desde hace rato. Estamos logrando el objetivo. Tenemos corresponsales en Estados Unidos, en Roma, España, Uruguay, después tenemos colaboradores, igual eso es un detalle técnico en la figura en la que están, en Venezuela, en Chile.

Entrevistadora: Parece ser bastante amplia la red...

Sub-editora La Nación: Si, de los países grandes nos faltaría China, Rusia, en Gran Bretaña tampoco tenemos a nadie... Tenemos colaboradores que no son permanentes, es muy excepcional.

Entrevistadora: Y, crees que esta red de corresponsales alcanza o que sin embargo hay cierta dependencia de las agencias internacionales?

Sub-editora La Nación: En realidad, es como te digo, vos te basaste en los sitios web, bueno, la corresponsal que está en Roma nos pasa algo importante a nosotros online y después arregla con el papel. Pero, no es tan común que pase en el resto de los países. En Estados Unidos justo acaba de cambiar el corresponsal en marzo y el chico que está ahora tiene una mirada más despierta con lo online pero no la rapidez que necesitamos en el sentido de que pasa algo y no lo escribimos acá sino que esperamos de que llegue de afuera. Si pasa algo importante se escribe acá en la redacción aun siendo en Italia. Nada es más rápido que escribirlo en la redacción, escribir un título y una bajada y subirlo. De última, después lo reemplazamos por lo que manda el corresponsal.

Entrevistadora: Claro, lo que guía bastante el trabajo es la inmediatez de la plataforma...

Sub-editora La Nación: Si. O sea, hay noticias y noticias. No se, una entrevista que hace la corresponsal en Italia con alguien que va a ver al Papa y bueno, que la escriba tranquila y que nos la mande porque es algo propio. Si hay por ejemplo un terremoto, que es de trascendencia internacional no esperamos que el corresponsal nos avise, y no mande. Sino que lo vamos armando y después reemplazamos el texto nuestro por el del corresponsal.

Entrevistadora: Claro, esa es una práctica habitual?

Sub-editora La Nación: Si, si. Pero bueno también para lo que contamos con los responsables es para otro tipo de notas que nosotros no haríamos si no fuese por ellos. Bueno, por ejemplo, te tocó a vos en el periodo que analizaste, son las elecciones en Estados Unidos, ahí la colaboradora y el corresponsal, ellos mandaban fotos que tal vez eran cosas que se hablaban de ahí y de acá uno para eso tiene que investigar de muchos medios locales para encontrarlo, y ellos al estar metidos ahí pueden proponerlo. Quizas nosotros hubiéramos tardado mucho más en llegar a hacer esas notas, nosotros no queríamos usar muchos recursos de gente y tiempo para hacerlas pero una vez que llegan están buenísimas y además, aunque tengamos gente super preparada en la redacción, siempre la persona que vive en ese lugar, lo mira de otra manera y con otra profundidad.

Entrevistadora: Claro, es un insider.

Sub-editora La Nación: Entonces, en este sentido nosotros le damos mucho valor. En este sentido que te digo de, por ejemplo, cuando ganó Trump nosotros subimos un texto pero después el corresponsal nos mandó otro, super a la madrugada, lo habrá enviado media hora después de que pasó y reemplazamos el texto porque nadie lo vive como lo vive el estando allá.

Entrevistadora: Claro, entonces crees que contar con corresponsales suma?

Sub editora La Nación: Suma un montón.

Entrevistadora: En los países donde no tienen, que notas?

Sub-editora La Nación: Si, bueno, China es un país grande donde no tenemos corresponsal, es un país gigante con muchos problemas de información, entonces tener a alguien ahí dentro, en un momento si trabajábamos con una chica que es colombiana y tenía una agencia de noticias para Latinoamérica en China. Teníamos un convenio. Y, ahí te das cuenta, noticias que desde acá nunca se nos ocurrirían.

Entrevistadora: Claro, le da un valor agregado increíble.

Sub-editora La Nación: Si. El trabajo de los corresponsales es súper importante.

Entrevistadora: Y pensando en un día cualquiera, que factores crees que tiene que tener un hecho internacional para que sea noticia y que a su vez sea priorizado en la homepage?

Sub-editora La Nación: Claro. Bueno, hay un montón de factores. Obviamente que siempre... hay muchos factores porque hay algo que si pasa en un país va primero en la home y súper gigante que si pasa en otro país va a estar perdido en la home. Aunque sea el mismo hecho se priorizarían distinto. Obviamente que siempre todo lo que es tragedia, por ejemplo lo que son desastres naturales en general impacta pero ahí juegan otros factores que son la cercanía, si es América Latina o no, es decir, si es cerca de

donde estamos, la cercanía física y también la cercanía con el lector de La Nación. Hay determinados lugares que ya sabemos que son típicos destinos turísticos del lector de La Nación que va a llamar mucho más la atención por una cuestión lógica que vos decís “yo estuve ahí y me podría haber pasado”. Esos son factores que juegan mucho. La cercanía, no solo física sino que tengan algún vínculo con el lector en general.

Entrevistadora: Claro.

Sub-editora La Nación: Eso por un lado, tragedia, no es lo mismo un tsunami o un sismo en Chile. Esto tiene mucha más relevancia en la home que si hay un tsunami con cien muertos en algún lugar de Asia que no sea China, alguno más perdido. Eso tiene bastante que ver. También, el tema de la notoriedad de las personas. Por ejemplo las elecciones para nosotros, las elecciones en Brasil también tienen un lugar en home súper importante y probablemente vaya a la bomba cobertura, que es cuando va arriba de todo grande 100% o cuando ganó Trump también.

Entrevistadora: Claro, y por ejemplo las elecciones en Perú?

Sub-editora La Nación: Las elecciones en Perú la cubrimos pero no tan importante y hay otras elecciones que sinceramente, pasan. Burkina Faso por ejemplo... la verdad que no lo cubrimos.

Entrevistadora: ¿Por qué?

Sub-editora La Nación: Excepto que pase algo, que el personaje tenga algo puntual... determinada característica. Por ejemplo en Filipinas... Nosotros hicimos un perfil, una de las chicas del print, que decía que era el Trump de Filipinas. Entonces desde ahí se le empezó a dar una importancia a Filipinas que realmente antes no estaba en nuestra agenda... Son personajes que de alguna manera llaman la atención.

Entrevistadora: Claro, ¿podríamos decir de alguna manera que tienen que tener algo fuera de lo cotidiano o lo que se esperaría para ser cubierto?

Sub-editora La Nación: Exactamente. Aun así Filipinas nunca quedaría en un lugar súper arriba en la home. Pero, tiene que tener algún aspecto de noticiabilidad que le llegue a la gente por alguna manera.

Entrevistadora: Claro, según el interés de las audiencias?

Sub-editora La Nación: Si, si. Nosotros le damos mucha importancia. Bueno, uno va midiendo. Hay, por ejemplo, personajes como Kim Jong-un en Corea del Norte que por lo insólito y por lo cruel generan mucha atención. Entonces, es como un círculo vicioso, nosotros sabemos que Kim Jong-un genera atención entonces producimos más notas entonces genera más atención entonces bueno...

Entrevistadora: Un juego que se va dando... ¿Y cómo es esto? ¿Lo van midiendo todo el tiempo?

Sub-editora La Nación: Nosotros tenemos herramientas de métricas para ir viendo en vivo, como si fuese minuto a minuto lo que va pasando. Y, también tenemos quien recolecta los datos a nivel mensual, a nivel diario... Y ahí vamos viendo que interesa más, que interesa menos y nos vamos moviendo en función a eso. Entonces de decía esto, las tragedias llaman mucho la atención, las elecciones depende el país, un caso que también te tocó en tu estudio ahora que pienso es el impeachment a Dilma. El impeachment a Dilma llamó un poco la atención de las audiencias cuando empezó, después fue todo el proceso de juicio político que la verdad que no... Había súper revelaciones, no de la bicicleta financiera porque eso no le interesó a nadie, pero en el medio saltaron cosas importantes que nada... De hecho, cuando la suspendieron, eso fue en mayo, tampoco fue muy alto el nivel de audiencia, durante esos 120 días que duro el juicio cero, y cuando la destituyeron, levantó, ese día.

Entrevistadora: Claro, parece ser el día, el hecho puntual. Y, ¿un seguimiento de la cuestión? Pensando que esto sucedió en Brasil...

Sub-editora La Nación: Pasa que acá uno prioriza el criterio por sobre el click porque sino... tampoco es que somos unos mercenarios del click. No es que si no le interesa a nadie lo de Dilma, no se hace. Sino que le damos una relevancia menor, una nota por

día si pasa algo... Vos estuviste viendo la cobertura que cuando algo impacta hay cinco notas por día, ¿qué hizo Dilma? ¿Qué dijo Dilma? ¿Qué le contestaron?. Obviamente que uno le da cobertura porque somos argentinos y nos impacta muchísimo lo que pasa en Brasil a nivel económico y no podemos ignorar lo que está pasando a pesar de que no rinde. Pero, obvio que esto si impacta en el caudal de tiempo y de noticias que le damos al suceso. Así que, nada, esos son algunos hechos que tenemos en cuenta. Los políticos, las cuestiones naturales, terrorismo por ejemplo también.

Entrevistadora: Claro, esto que se diferencia de lo que pasa todos los días parecería que llama mucho la atención, cómo es esto?

Sub-editora La Nación: Exactamente.

Entrevistadora: Y que suceda en el lugar más remoto?

Sub-editora La Nación: Más o menos, porque terrorismo pasa en realidad todos los días en todas las partes del mundo y nosotros cubriremos solo un 20% de todos los actos terroristas que pasan. Con lo cual, en ese sentido, también hay una selección. Es lógico desde el punto de vista de la capacidad y de tiempo. Si vos ves la cablera nuestra, es impresionante las cosas que llegan. Hay que ponerle un filtro porque si no... directamente tendríamos que tener robots para que todo lo que llega por cable, subirlo, subirlo. Entonces, hay que usar ciertos criterios para poder armar algo y que la persona pueda entender y procesar. Nosotros lo que tratamos de hacer es eso, no ver un cable y subirlo. Bueno, es ponerle contexto, o sea entregar algo para que la persona que lea entienda lo que está leyendo.

Entrevistadora: Claro, en este sentido al ser la noticia internacional, la persona no cuenta con un conocimiento contextual...

Sub editora La Nación: Eso te iba a decir, al escribir internacionales, uno tiene que estar con la lógica que le estas hablando a cualquiera distinto es, por ejemplo, el tema Micaela ahora que vos prendes el tele y ya sabes qué pasó y es algo que te pega mucho más de cerca. En temas internacionales, excepto el año pasado con Trump que era como que ya todos sabíamos más o menos de qué estábamos hablando, vos tenés que explicar

un poco. Los atentados más que nada porque es complejo, quién fue, cual es la motivación, cual es el grupo, esto es difícil de entender, los objetivos. Es difícil contextualizar.

Entrevistadora: Y, en este sentido, cuando decis que seguimos el interés de las audiencias, cubrimos determinados países más que otros... No se, un seguimiento, se suele hacer de los sucesos? Por ejemplo, Brasil, Chile, Uruguay, Colombia, Venezuela, o más bien tiene que pasar algo que llame la atención puntual?

Sub-editora La Nación: Em, seguimiento en general hay, por ejemplo el proceso de paz en Colombia le dimos un seguimiento pero no de publicar algo todos los días. Era cuando pasaba algo llamativo importante, no se, la firma, alguna declaración o, algo que a nosotros nos interesa mostrar, es cuando pasa algo del costado humano. Eso a nosotros nos interesa y a las audiencias les interesa lo que hace que a nosotros nos interese más. Por ejemplo, alguna historia detrás del conflicto. No se, algún combatiente que conoce al familiar de una víctima. Esto tal vez es fuera de agenda, porque ya pasó la firma, o todavía estamos en el medio y todavía no pasó nada puntual en cuanto a lo político o a lo diplomático pero aparece esta historia que quizás llama más la atención que la firma misma del acuerdo de paz. Entonces, en ese sentido, o sea, no nos vemos obligados a centrarnos a pleno en el proceso de Colombia todos los días, no. Si hay algo que vale la pena, nos centramos en eso. Obviamente, que hay hitos que si nos vemos más obligados pero otros no. No se, si hay elecciones en Uruguay, bueno, cual es la nota del día de las elecciones en Uruguay, si no hay nada, no hay nada.

Entrevistadora: ¿Pensas que tiene que ver esto con que la repercusión para Argentina no sea tan grande?

Sub editora La Nación: O quizás... obvio que en alguna medida nos afecta a nivel regional... Pero aun así... Nos interesa lo que pasa por ejemplo en Uruguay o en Chile pero no implica que nos interesa todo lo que pasa en Uruguay o en Chile.

Entrevistadora: Claro, tiene que ver con que estamos en un país que, como decías, pasan muchas cosas internamente?

Sub editora La Nación: Si, es como te decía, si hay un terremoto en Italia, todos trabajamos con el terremoto en Italia, también si pasa algo muy grosso acá, la persona que hace internacionales no va a estar haciendo internacionales ese día. Va a estar haciendo otra sección ese día. Por eso si uno mira el caudal de noticias que hay en internacionales todos los días es muy variable. Pasa eso, no siempre tenemos la misma cantidad de gente para hacer lo mismo. También, igual, justo en el momento que vos hiciste el estudio, nosotros contábamos con dos personas haciendo internacionales, no me acuerdo desde que fecha, no me acuerdo, mayo pero no estoy segura... Porque había una prueba piloto de hacer como una edición central... entonces dos personas del print escribían para internacionales online a la mañana. Entonces, ahí, obviamente hay un gran cambio, de una a tres personas era un cambio. Teníamos mucho más margen para escribir cosas que de otra manera hubiesen quedado afuera.

Entrevistadora: Claro, la limitación del personal...

Sub editora La Nación: Es muy importante...

Entrevistadora: Y en cuanto a temas, cómo se priorizan? Porque también podríamos llamar noticias internacionales a aquellas que son extranjeras con implicación doméstica o domésticas con implicación extranjera... esta si se quiere “domesticación” que papel crees que juega?

Sub-editora La Nación: Si, totalmente. Igualmente, para nosotros si, por ejemplo, una reunión de Macri afuera, es política. Pero, en ese sentido, estamos muy aceitados en colaborar. De hecho, ahora la chica que hace internacionales, nosotras en plena campaña habíamos hecho una nota, esa chica y yo, acerca de la relación de Hillary y de Trump con la Argentina y bueno, ahora, reeditar, ella había hecho la parte de Trump, reeditar la parte de la relación de Trump con Macri de cara a la reunión entre ambos mandatarios. Entonces, si bien es un tema de política, ella se hace cargo.

Entrevistadora: Claro, tiene una trayectoria en eso...

Sub editora La Nación: Entonces, si, nosotros para la lógica de secciones esas son de política pero damos una mano porque nosotros tenemos las fuentes para esos casos más

aceitadas. Pero si, si en un comité de la ONU se está hablando de Malvinas nos importa mucho mas que si se está hablando de cualquier otra cosa. Entonces si, incluso si hay 500 muertos en Myanmar y uno es argentino, ya cambia totalmente el punto de vista de la noticia. En ese sentido, implica un montón de cosas. Incluso también, por ejemplo, si viene Xi Jinping a la Argentina, esto nos pasó hace dos años, todos, bueno, en ese momento estaba Cristina. Entonces, bueno, con quien crea Cristina relaciones internacionales, como es la política exterior argentina, que no se junta con Obama pero si con Xi Jinping. Entonces que a Xi Jinping le metan a un preso, por ejemplo, llama mucho más la atención porque claro, este es el gobierno con el que estamos haciendo convenios...

Entrevistadora: Claro, lo que pasa internacionalmente con el país con el que nos relacionamos puede llamar más la atención...

Sub-editora La Nación: Totalmente. Entonces, en ese sentido, obviamente, que todo lo que nos afecta un poco más a nosotros nos genera mucha mayor curiosidad. Ni hablar, por ejemplo, los limones argentinos con Estados Unidos, porque eso es más local pero también habla de la política exterior de Trump. Entonces, hay verdaderas idas y vueltas con las demás secciones.

Entrevistadora: Claro, porque la mirada que se tiene del mundo, podríamos decir que no es únicamente política extranjera. Y, siguiendo esta línea, pensando en como se cubre el mundo en cuanto a asuntos no públicos, no se, se presenta el iPhone 7 en Estados Unidos, que crees que pasa, llama atención?

Sub-editora La Nación: Súper! En cuanto a lo tecnológico llama mucho la atención. Y con esto lo mismo de las secciones, se encargan los de tecnología que ahí nosotros ni nos metemos porque es algo súper específico! Pero lo que pasa mucho es que el corresponsal que esté ahí tenga que escribir sobre eso. Los corresponsales son multi-sección. No se, va Julio Boca al Madison Square Garden y escriben sobre eso. Pero, nosotros como sección, no.

Entrevistadora: Y, en esta línea, esas noticias de sociedad afuera, por ejemplo, encontraron un oso...

Sub-editora La Nación: Si, esas noticias sobrevivió ocho días a base de...

Entrevistadora: Esas, claro! Porque si nos ponemos a pensar pueden interpretarse como, no se, no conozco nada sobre tal país pero si conozco esta historia, bueno, sería un acercamiento, y a través de los medios de comunicación.

Sub-editora La Nación: Si, bueno... Es cierto, pongo esta cara porque soy partidaria que ese tipo de notas no van en internacionales, pero muchas veces la escriben los redactores de internacionales pero justamente por lo que te digo, por esa flexibilidad de noticias. Pero, eso bajo mi tutela, no va en internacionales. Yo en general lo pienso más como "sociedad" porque excede, siquiera, ni habla de política, hablan más de cuestiones sociales. Si quizás hay otras que van más, no se me ocurre ninguna ahora, pero que rosan lo bizarro pero si muchas veces nosotros somos los que vemos este tipo de noticias. Estamos recorriendo y terminamos viendo en The Guardian algo súper raro, y las detectamos nosotros porque nosotros estamos haciendo ese recorrido.

Entrevistadora: Y ahí se establece una comunicación con la sección sociedad?

Sub editora La Nación: Si, lo que pasa que es como te digo, nosotras somos una editora y yo de toda La Nacion.com entonces no es que lo tenemos que charlar con todas las secciones. Entonces, nosotras decimos, en que sección lo ponemos, en esta o en esta... Pasó por ejemplo, cuando cazaron, creo que era el león Cecil, eso, por ejemplo, era re The Guardian. Y, creo que lo terminamos ubicando en internacionales, pero sobre todo por la repercusión internacional, estaban buscando al dentista que era estadounidense... Pero, si, son esas noticias que son muy border, las podés ver en internacionales, las puedes ver en sociedad, hay cosas que también las puedes ver en cultura... El otro día murió Sartori, es cultura, pero también politólogo. Entonces, hay muchas cosas que son muy border que quizás en la edición impresa esa fronteras están como más marcadas porque básicamente hay como, una página es una sección, das vuelta la página es otra. En cambio, en la home vos entrás y ves todo, de hecho quizás ni te enteres en que sección estás porque al entrar uno ni se fija arriba que sección dice. Eso es más para nosotros o para vos que estás haciendo un estudio. Pero, en La Nación.com o en cualquier sitio es como mucho más difuso el tema de las secciones.

Entrevistadora: En este sentido todo puede ser internacional como no!

Sub editora La Nación: Si, son distintos criterios! Hay editores que todo el tiempo, por ejemplo, que dicen los diarios del mundo sobre Micaela, para mi eso es claramente seguridad porque es lo que se dice sobre el caso. En cambio, puede haber otro editor que te puede decir que es internacionales porque estamos hablando internacionales. Hay muchas noticias y muchos focos que son muy border y que queda a criterio del editor.

Entrevistadora: Claro, y retomando esto también se vincula con lo que decíamos, con lo que para el periodista es interesante pero también genera clicks.

Sub editora La Nación: Si, hay veces que te llevas fiascos que decís esto va a romper todo y no. Y, hay otras veces que decís, bueno, lo hago porque me interesa a mi, lo haces y después va bien. No se, yo por ejemplo, el año pasado me fui a Corea del Sur y tenia que hacer notas. Básicamente, me habían invitado para eso. Pero, yo dije, cuántas chances hay... Y, entonces le buscar la vuelta a alguna nota que tal vez jamás hubiese salido en el print. Fui a la frontera entre las coreas y pensé que podía escribir, era que había un gift store muy bizarro porque te vendían cosas de la guerra como si fuera... no se, era muy raro. Entonces hice una nota, cuanto sale un souvenir en la frontera más caliente del mundo. Y, vos entrabas y en realidad yo te contaba todo acerca de cómo es la frontera, como es llegar hasta ahí, como es estar hasta ahí... Es un título que nunca hubiese estado en el print, puse así para ver si resultaba un poco más agradable para el lector.

Entrevistadora: Claro, en definitiva era sobre un conflicto internacional que repercute...

Sub editora La Nación: Claro! Que me importa lo que pasa entre Corea del Norte y Corea del Sur puede pensar la gente, pero, era una prueba para ver si así captaba más atención. Y, no se hundió en el fondo del mar de los clicks, estuvo normal. Entonces, uno sabe más o menos. Hay sorpresas, hay veces que wow esta nota nos parece puede llamar la atención y llamó la atención mucho más de lo esperado. Un ejemplo también fue una declaración de Corea del Norte contra Trump, que decía que estaban preparados

para el ataque, que se yo... Estuvo todo el día en el top ten! Y era una declaración, nada en concreto. Y, entonces, bueno, a partir de eso empezamos a hacer nota b, nota c sobre el tema.

Entrevistadora: Y, en el caso de que no hubiese tenido repercusión la primera nota?

Sub-editora La Nación: No se hacía nota b ni c, quedaba ahí. Obvio que si no pasa nada grosso. Si después sale Trump y dice vamos a tirar cinco bombas nucleares y si... lo armamos. Pero, no fue el caso. Entonces hicimos una sobre como es el porta aviones que envió Trump a la frontera coreana que probablemente no hubiese sucedido si no veíamos que el tema estaba en el top ten.

Entrevistadora: Claro, se fijan y después ven si se hacen más notas.

Sub editora La Nación: Claro! Me acordé de algo que te quiero comentar. Con respecto a Venezuela, en ese sentido, también tiene mucho que ver la política doméstica con la política internacional. Acá cuando en plena campaña era que nos estábamos por convertir en la próxima Venezuela, que era un argumento básicamente de Macri y después de Massa también, em, entonces era “no hay papel higiénico en Venezuela” y todo el mundo entrando a ver como era eso.

Entrevistadora: Claro, en función de lo que pasaba internamente...

Sub editora La Nación: Claro, somos “Argenzuela”, veamos como es... Al margen que la situación hoy en Venezuela sea muy crítica. Pero si, el autogolpe llamó menos la atención que quizás un desabastecimiento de papel higiénico...

Entrevistadora: Claro, y esto está influenciado por el interés de las audiencias?

Sub editora La Nación: Si, claro. Pero, nunca vamos a dejar de hablar del autogolpe. Está también lo que consideramos que es importante y no vamos a dar una sola nota sobre esto. Vamos a dar más de una y quizás no estén todo el día arriba en la home como si estuviesen si fuesen un éxito internacional de clicks pero si están, si el lector las quiere encontrar, las encuentra.

Entrevistadora: Claro y también depende de lo que pasa nacionalmente?

Sub editora La Nación: Obvio!

Entrevistadora: Claro, pero bueno, como decías, hay ciertos factores que hacen que una noticia internacional esté a la cabeza...

Sub-editora La Nación: Si... Eso es claro!

Entrevistadora: Y si tendrías que decirme un factor que creas que es el más determinante... O dos...

Sub-editora La Nación: No, proximidad y noticiabilidad en el sentido de impacto de cantidad de muertos, impacto en la vida humana.

Entrevistadora: Claro, que la gente pueda sentir cierta identificación?

Sub-editora La Nación: Cualquier cosa que genere miles de muertos va a ser noticia. Si es en un pueblo que nadie conoce, cuando es un impacto de muertes muy grande llama la atención. Claro, cierta proximidad con el lector y la magnitud.

Entrevistadora: Claro, y la proximidad con el lector no solo geográfica sino también cultural?

Sub-editora La Nación: Si. Geográfica, cultural, ideológica...

Entrevistadora: Como ejemplificabas con el caso Venezuela?

Sub-editora La Nación: Si, exacto.

Entrevistadora: Y, ahora que ya no sesgo tus respuestas te voy a comentar mis resultados del análisis de contenido para que podamos comentarlos. Viendo las noticias tomadas de las listas de los periodistas y de las audiencias pude detectar que el tema por

el que se cubre más el mundo en La Nación es deportes y esto pasa en las homepages y en la lista de las audiencias. En mi muestra que comprende ocho meses primero aparecen deportes en ambas listas, después la política también en ambas y en el caso de los periodistas en tercer lugar las noticias de economía y en la lista de las audiencias las noticias sobre información general. Después elecciones en el caso de la lista de los periodistas. (detalle de los resultados obtenidos y la concepción de noticia internacional). Esto a partir de lo que hablamos me animo a acordar con el criterio de la magnitud, es decir, algo desviado, que llame la atención.

Sub-editora La Nación: Yo no hable de los deportes porque lo siento como algo ajeno, yo recibo y pongo en la homepage. Pero dimos nuestra cuota desde internacionales! Hicimos una noticia en internacionales sobre deportes, sobre los países no conocidos antes de los juegos. Tratamos de meter la cabeza! Cuando hay algo muy grueso de otras secciones tratamos de meter la cuota internacional ahí.

Entrevistadora: Claro, y como periodista, ¿qué sentís trabajando cubriendo el mundo?

Sub-editora La Nación: A mi me encanta.

Entrevistadora: Y, retomando lo que me decías antes, no sentís frustración por ejemplo cuando algo muy importante que pasa no se le da la atención que esperabas?

Sub-editora La Nación: Si, obvio! Hay veces que pasa algo y ya me imagino, cinco notas. Y, voy por la tercera y veo que no... Yo soy sub-editora y arriba tengo cinco personas más. Entonces si veo que eso no está rindiendo no me voy a pasar todo el día escribiendo sobre ese tema porque no vale la pena y no me van a dejar. En ese sentido obvio.

Entrevistadora: Considerás, en este sentido, contás con los insumos necesarios para escribir tus notas o sentís cierta dependencia con, no se, levantar de otros sitios?

Sub-editora La Nación: Si, obvio. Por eso, cuando mencionaste frustración pensé que me ibas a decir esto que para mi es la gran frustración de los periodistas internacionales que para mi es escribir desde acá. Excepto muy raras excepciones, es montar el mundo

desde tu casilla digamos. Pero, bueno hay veces que uno sigue un tema, yo por ejemplo en las elecciones en Estados Unidos coordiné toda la cobertura desde acá y también el día de las elecciones después de toda la cobertura obvio que uno quiere estar cubriéndolo desde allá. Pero bueno, si a vos te interesa hace periodismo internacional sabe que es algo con lo que vas a tener que lidiar, pero bueno. Fuera de eso, está buenísimo más allá de la frustración, yo generé el tablero de actualización, yo para mis notas propias que firmo, que hago yo, elijo los temas que quiero, obviamente que, es normal sobre todo en el print que tenés que pensar alguna manera, como te decía esto de Corea, alguna manera para ver si “vende” un poco más, pero cuando vos pones tu firma podes escribir de lo que querés. Obviamente, tenés que tener ese chip, por ejemplo con los juegos olímpicos, está todo el mundo hablando de los juegos olímpicos, a ver que puedo meter. Es una nota tonta, pero nos pareció bueno usar este contexto para hablar sobre países de los cuales nunca hubiésemos hablado. No es que nada cambió por eso, pero está bueno empezar a generar estas cosas, porque también cuando le va bien, al margen de si está más en home, decís bueno, estoy interactuando con el público de cierta manera. Es lo que la gente quiere leer y hablas de algo que de otra manera tal vez la otra persona jamás se enteraría. Pero, hay temas que a vos te interesan especialmente y sabes que no son súper seductores para el público y nada, se publican igual, estarán menos tiempo en home pero vos te sentís bien de que contaste lo que querías contar.

Entrevistadora: Claro, y como decías, usar estas herramientas de pasar de los asuntos no públicos a los públicos para captar interés, como contabas sobre la nota del gift shop en Corea.

Sub-editora La Nación: Si, es que de eso se trata. Sobre todo en online, es una interacción constante y vos vas aprendiendo y siempre queda un montón por aprender y como te digo, a veces la re pifias, a veces te sorprendes. Pero bueno, es como puedo llamar la atención para que entren y se terminen enterando de algo que también está buenísimo que se enteren y quizás nunca le llamó la atención.

Entrevistadora: Claro, el contacto con la audiencia en los sitios online es como muy... es muy inmediato, por ejemplo a la mañana antes de salir, en el trabajo.

Sub-editora La Nación: Claro, por eso también tenemos herramientas para ver si las personas llegan a leer hasta el final de la nota. La respuesta es que casi nunca. Entonces, bueno, son desafíos personales que supone decir, como hago para que lleguen hasta el final y no tirar toda la carne al asador al principio. Hay cada vez más herramientas que permiten que uno pueda jugar un poco más en ese sentido. Pero frustraciones hay un montón!

Entrevistadora: Entre ellas mencionaste la dependencia de fuentes, esta necesidad de captar a un lector que está interesado...

Sub-editora La Nación: Por cosas a veces más banales y a veces no, muchas veces subestimamos, por eso es que yo siempre digo que hay que probar. Uno por ahí daría por hecho de que a nadie le importa lo que pasa en Turquía, por ejemplo el golpe fallido del año pasado, hay que contarlo y después ver... Nunca juzgar antes de que eso no sea noticia.

Entrevistadora: Claro, no partir de esa premisa porque bueno, puede serlo...

Sub-editora La Nación: Claro! Porque puede funcionar y como te digo hay veces que no funcionan pero hay noticias que hay que darlas.

Entrevistadora: Y si funciona la noticia del golpe en Turquía?

Sub-editora La Nación: Se harán otras relacionadas. Esa por ejemplo fue una cobertura que no estalló pero igual hicimos varias notas porque bueno, era un golpe de estado en el 2016, es algo que hay que contar! De última, después, habrá otra noticia local no tan grossa que lo destrona de igual manera, pero es algo que hay que contarlo, no solo con una noticia sino que incluso con más de una.

Entrevistadora: Claro.

Sub-editora La Nación: Un rompecabezas...

Entrevistadora: ¿Es un trabajo de disfrutas?

Sub-editora La Nación: Si. Me encanta, a mi los temas internacionales me copan.

Entrevistadora: Si bien están compitiendo con muchas cosas, por lo que dijiste, tienen su lugarcito...

Sub-editora La Nación: Si! Obvio y además hoy con las redes sociales quizás la noticia está quince minutos en la home pero después comienza a tener su movilidad propia en las redes: Facebook, Twitter... Quedan y eso es lo que está bueno, no es que salen de la home y chau. La compartís en Facebook o la comparte alguien, o bien re la levantan de la radio...

Entrevistadora: Claro, y por distintas razones... por ejemplo el golpe en Turquía se me ocurre que alguien la comparta porque le interese la política turca y otra persona porque estuvo ahí hace dos semanas...

Sub-editora La Nación: Claro! Es que es eso, hay gente que justo se habrá estado por ir a Turquía y esa gente va toda a la nota... El lector de La Nación es súper viajero. Entonces, ponele, el sudeste asiático que ahora está de moda, si ahora pasa algo va a hacer mucho más ruido que hace diez años cuando no iba nadie. Es así, quizás se cortó la luz en la Torre Eiffel y es una re noticia para el lector de La Nación y en realidad no es una noticia importante a nivel internacional. En el Print probablemente no tenga ni lugar y en La Nación.com estalla y después es “los cinco íconos mundiales”

Entrevistadora: Claro, aprovechar el motivo para ahondar más sobre distintas cuestiones! Bueno, no se si hay algo más que quieras comentar!

Sub-editora La Nación: No, si estas bien con esto!

Entrevistadora: Perfecto! Muchas gracias!