



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

Porath, William; Mujica, Constanza
Percepciones del público chileno sobre las noticias extranjeras en televisión
Cuadernos de Información, núm. 26, enero-junio, 2010, pp. 29-44
Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile

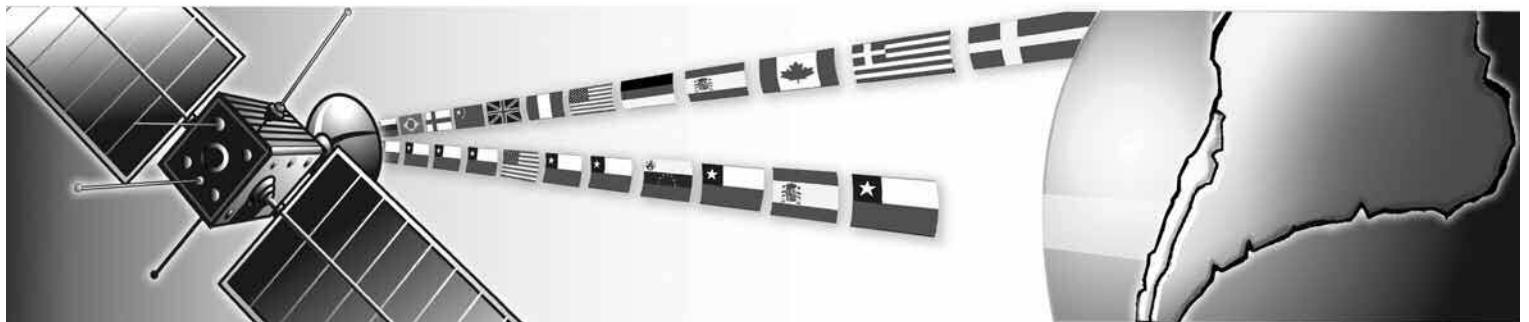
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97114962004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Percepciones del público chileno sobre las noticias extranjeras en televisión¹

The Chilean public's perception about foreign news in television

WILLIAM PORATH, Universidad Católica de Chile, Facultad de Comunicaciones. (wporath@uc.cl)

CONSTANZA MUJICA, Universidad Católica de Chile, Facultad de Comunicaciones. (mcmujica@puc.cl)

► Recibido: 5 / 05 / 2010. Aceptado: 20 / 05 / 2010

RESUMEN

El presente artículo analiza el sentido que tiene la transmisión de noticias extranjeras en los noticiarios nacionales desde el punto de vista del público. El análisis se basa en los resultados de una encuesta y *focus groups* realizados durante el año 2009 en el contexto del proyecto Foreign TV News Around the World. Se identifican las percepciones del público chileno respecto de este tipo de noticias, considerando la baja cobertura de informaciones provenientes del extranjero en los noticiarios locales. A la luz de las opiniones de los espectadores, se revisan conceptos de noticiabilidad, como la proximidad, la significación social, el impacto y factores de tratamiento noticioso como la contextualización y el sensacionalismo.

Palabras claves: Noticias extranjeras, televisión, percepciones, público.

ABSTRACT

The present article analyzes the importance of including foreign news in local newscasts from the public's point of view. The analysis is based on the results of a survey and focus groups held during 2009 in the context of Foreign TV News Around the World project. It identifies the perceptions of the Chilean public about this type of news considering the low coverage of them on Chilean newscasts. Considering the public's opinions this paper discusses some concepts of newsworthiness such as proximity, social significance and deviance; and some news treatment factors like contextualization and sensationalism.

Keywords: Foreign news, television, newscasts, perceptions, public.

¹ Esta investigación se hizo con el financiamiento de Fondecyt, Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile (Proyecto número 1080047) y forma parte de un trabajo mayor, con la participación de investigadores de 18 países.

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación social vive una aparente paradoja: mientras más se dan las condiciones que favorecen la globalización, más críticas se escuchan por parte de públicos especializados de que los medios de comunicación destinan menos espacios a las noticias que provienen del extranjero. El análisis de contenido de medios chilenos y latinoamericanos ha demostrado que esta crítica tiene algún asidero (Marín, 2001; Porath, Mujica & Maldonado, 2009).

En este contexto, y en un intento por entender esta paradoja, se inserta el proyecto *Foreign TV News Around the World*, que cuenta con la participación de investigadores de 18 países, encabezados por el Dr. Akiba Cohen de la Universidad de Tel Aviv, Israel. En el caso de Chile, éste fue realizado por los autores de este artículo y financiado por Fondecyt, Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile (Proyecto número 1080047).

El estudio hace una definición básica de noticias extranjeras como aquellas que suceden fuera de las fronteras del país de emisión. Este concepto no considera distinciones por área temática, sólo toma en cuenta el origen geográfico de la información emitida y, por lo mismo, es mucho más amplio que la definición de noticia internacional que se maneja tradicionalmente en los canales de televisión. Esta última incluye principalmente noticias sobre las relaciones internacionales entre países, la política interna de países extranjeros y noticias sorprendentes o entretenidas provenientes desde el exterior. Por esta razón, este artículo habla de “noticias extranjeras” cuando refiere al sentido amplio y de “noticias internacionales” en el segundo sentido, más restringido.

El proyecto pretende analizar la incidencia y tratamiento que tienen en el trabajo informativo de la televisión las noticias que provienen del extranjero y el valor asignado a ellas en las sociedades de los diferentes países participantes. Para ello se propuso investigar el tema desde tres dimensiones: el contenido efectivo de las noticias extranjeras en televisión; las expectativas del público y el proceso de toma de decisiones en los medios. La elección de la televisión como foco del estudio se justifica en su masividad: a nivel internacional y en Chile, el público tiende a reconocerla como la principal fuente de información (Cfr. CNTV 2008). Además, los noticiarios de TV, con características muy similares entre sí, son transmitidos virtualmente en todos los países del mundo, lo que los convierte en un foco de estudio comparable a nivel global (Cfr. Van Ginneken, 1998).

Estos objetivos se persiguieron a través de cuatro metodologías diferentes, las que se desarrollaron consecutivamente: aná-

lisis de contenido para estudiar una muestra de cuatro semanas de los noticieros centrales de dos canales seleccionados (tomada entre enero y marzo de 2007); una encuesta de población general (mayores de 18 años) de centros urbanos; *focus groups* a segmentos de esa misma población; y entrevistas en profundidad a editores y periodistas responsables de las noticias internacionales de los canales en estudio. Los instrumentos utilizados para estas metodologías se definieron en conjunto con los investigadores participantes a través del mundo. El uso de la misma metodología y de los mismos plazos permitió hacer más comparables los resultados. En ese sentido, el proyecto espera ser un aporte metodológico, ya que se analizaron conjuntamente los tres elementos básicos de la comunicación de masas -emisor, mensaje y receptor-, un modelo que no es habitual en las investigaciones sobre medios, en general, y sobre noticias, en particular (Braman y Cohen, 1990).

El presente artículo analiza el problema de las noticias extranjeras desde el punto de vista del público, basándose en los resultados de la encuesta y los *focus groups* realizados durante el año 2009². Se identificarán las percepciones del público respecto de este tipo de noticias, considerando que Chile es el segundo país, entre 16, con la más baja cobertura de noticias provenientes del extranjero sin participación de chilenos (8,2% del tiempo de sus noticiarios) (Porath y Mujica, 2009). Interesa conocer la actitud de los espectadores frente a las noticias extranjeras, comparándola con su actitud frente a las nacionales. Para esto se investigará su interés por ellas y si les resultan comprensibles; el valor que tienen para ellos, desagregando este aspecto en la importancia percibida; si consideran que el volumen de ellas es suficiente o insuficiente; y qué funciones cumplen para ellos los diferentes tipos de noticias.

1.1 ¿POR QUÉ LAS ESTACIONES DE TELEVISIÓN PRESENTAN NOTICIAS EXTRANJERAS?

Golan (2006) citando a Wu (1998) enumera más de 50 estudios que, durante la pasada década, buscan precisar cuáles son los determinantes de la cobertura de los hechos que ocurren más allá de las fronteras nacionales por parte de los medios, enfocándose en la toma de decisiones periodística y editorial en cuanto a noticias extranjeras y sus contenidos (por ejemplo, Chang y Lee, 1992; Westerståhl, y Johansson, 1994; Wu, 2000). Ellos coinciden en que la selección de las noticias extranjeras y domésticas por parte de los medios se da según criterios y estándares periodísticos relativamente similares, aunque con intensidades distintas: la intensidad de los factores de noticiabilidad de los hechos que suceden en el extran-

² Para conocer el análisis del contenido de las noticias emitidas en los noticiarios chilenos en comparación con el resto del mundo véase Porath, Mujica y Maldonado, 2009 y Porath, Mujica, 2009.

jero debe ser mayor que la de los hechos domésticos para lograr ser emitidos (Cohen 2002).

Estos factores de noticiabilidad tienden a moverse dentro de los descritos en el ya clásico estudio de Galtung y Ruge (1965), recientemente revisado por Harcup y O'Neill (2001). Si bien estos estudios se hicieron sobre noticias aparecidas en periódicos, la distinción de los doce factores que justificarían la aparición de noticias extranjeras en los medios sigue siendo útil para efectos de un estudio sobre televisión como el presente. Las categorías sugeridas por Galtung y Ruge son: frecuencias similares entre el flujo del hecho y el del medio, que el hecho sobrepase el umbral de intensidad requerido por el medio, claridad, significación social para la comunidad en la que se emite, acuerdo con los prejuicios del medio, infrecuencia del hecho, duración de las consecuencias del hecho, balance temático al interior del medio, referencia a personas y países de elite, factor humano, y el carácter negativo del hecho.

Heinderyckx (1993), quien comparó y contrastó el modo en que las noticias extranjeras fueron tratadas y presentadas en varios países europeos, y Wilke (1998), quien se enfocó en la situación en Alemania, además de estudios comparativos a gran escala de noticias televisivas en docenas de países durante la misma noche “normal” (por ejemplo, Malik, 1992; y sobre todo Wu, 2004) sugieren lo siguiente: que diferentes valores sociales y criterios de interés periodístico, así como diferencias en el interés percibido en los miembros de cada audiencia nacional, probablemente impacten la política y la práctica de una estación en torno a las noticias extranjeras. Es decir, no hay un consenso sobre cuáles criterios, y en qué medida, son más o menos comunes en la generalidad de las naciones. El proyecto del cual el presente trabajo forma parte apunta justamente a buscar respuestas a esta inquietud.

Golan (2006) sostiene, sin embargo, que se pueden identificar algunos factores noticiosos (también llamados valores de las noticias) de las naciones extranjeras y de los hechos internacionales que explican su selección por los medios de las naciones estudiadas. Estos factores constituyen un punto de partida del presente trabajo, a los que se irán agregando otros en el curso de esta discusión. Ellos son:

- *Desviación y significación social de los acontecimientos.* La desviación, definida como la característica que separa a un hecho como diferente de otros que suceden en una misma comunidad; y la significación social de los acontecimientos, entendida como el impacto político, social, económico o público que un hecho tiene para el sistema social de una determinada co-

munidad; fueron estudiadas por Shoemaker y Cohen (2006) en televisión, radio y periódicos de diez países. Pese a que el estudio no analizó de manera separada noticias extranjeras y domésticas, se demostró que ambos factores son importantes en el proceso de selección noticiosa. Anteriormente, la misma Shoemaker, en conjunto con otros investigadores (1986 y 1991), había analizado estos factores y demostrado su aplicación como explicación de la noticiabilidad de noticias extranjeras, pero solo en medios de Estados Unidos.

- *Prominencia del país de origen dentro de una jerarquía (económica o militar) de naciones.* Este factor corresponde al criterio de Galtung y Ruge (1965) de la referencia a naciones de elite. Ya Galtung (1971) y posteriormente Kim y Barnett (1996), Chang (1998) y Golan (2003)³ confirmaron la validez de este criterio.

- Este criterio tiene a su vez un subtipo que podemos definir como la *Prominencia o Relevancia del país de origen para el país donde se emite la noticia*: Por ejemplo, durante la Guerra Fría, en Estados Unidos ciertos países eran percibidos como más noticiosos que otros, por ejemplo la Unión Soviética, Israel, Gran Bretaña y Vietnam del Sur (Weaver *et al.*, 1984; Larson, 1984)⁴. En este caso, el foco de interés estaba fuertemente influido por el esquema bipolar de las relaciones internacionales, donde además de los principales contendores, adquirieron relevancia aquellos territorios que constituían un escenario probable o real de las *proxy wars* entre las superpotencias. Esto derivó en una escasa o nula cobertura para el resto de las naciones del Tercer Mundo. Sin embargo, este criterio no fue desecharado tras la caída de la Cortina de Hierro. Riffe y Budianto (2001)⁵, encontraron evidencia de que 20 naciones acaparan más del 80% de la cobertura internacional de las grandes cadenas de noticias estadounidenses, generando un evidente desbalance en relación a una gran cantidad de países del Tercer Mundo que reciben cobertura mínima o simplemente no reciben cobertura.

- A su vez, como una categoría relacionada con la prominencia del país de origen de la noticia para el país emisor, podemos ubicar la *proximidad geográfica*, descrita por Wu (1998), quien sostiene que los países vecinos al país de emisión recibirían una mayor cobertura noticiosa que aquellos más distantes. Es previsible que ambos criterios (prominencia para el país emisor y proximidad geográfica) puedan resultar complementarios con la idea de una jerarquía mundial donde naciones de elite reciben mayor tratamiento de los medios, en especial en el caso de las naciones industrializadas de occidente. Sin em-

³ Citados por Golan (2006) p.325. Cfr. Más ejemplos y operacionalizaciones en p.326 del texto de Golan.

⁴ Citados por Golan (2006).

⁵ Citados por Golan (2006).

bargo, esto puede resultar contradictorio para las naciones en vías de desarrollo, porque los países vecinos o más prominentes para ellas pueden estar muy abajo en la jerarquía militar o económica a nivel mundial. En este sentido el presente estudio aportará en la comprensión acerca de cuál de los dos criterios –la importancia o proximidad para el país, o la importancia en una jerarquía mundial– tiene mayor impacto en los países participantes, en especial en las naciones periféricas.

• *Afinidad cultural*: este corresponde al cuarto factor mencionado por Golan (2006). Factores como religión (Shoemaker *et al.*, 1991), idioma (Kariel y Rosenvall, 1990), migraciones y matriz étnica (Golan y Wanta, 2003) y libertad de prensa (Van Belle, 2000), influirían en la cobertura de noticias extranjeras. En la década de 1970, Hester (1973) planteó que los medios de comunicación darían mayor cobertura a aquellas naciones que comparten características culturales con el país de emisión, con las que tienen mayor afinidad.

- A estos criterios agregamos una consideración adicional: el umbral de intensidad requerido por los medios para que un hecho llegue a ser noticia (Cfr. Galtung y Ruge). En este sentido Cohen *et al* (1990) establecen una diferencia entre los umbrales para noticias nacionales y extranjeras. En su estudio de cinco naciones, tomando como tema el conflicto social –dado que en general, la mayor parte del contenido de las noticias trata sobre él–, que puede ser analizado y descrito por sus niveles de severidad, basada en su complejidad, intensidad y dificultad de solución, encontraron que los conflictos extranjeros, generalmente, aparecen en las noticias como más severos que los conflictos domésticos, porque, por lo general, para pasar el umbral editorial del interés periodístico éstos deben ser más complejos y/o más intensos y/o más difíciles de solucionar que un conflicto interno.

1.2 EL PÚBLICO Y LAS NOTICIAS EXTRANJERAS

Como se ha mostrado hasta aquí, abundan estudios respecto del contenido de las noticias internacionales y que abarcan más de una nación. También hay estudios sobre cómo diferentes organizaciones, en diferentes países, producen y controlan estas noticias, pero claramente hay muchos menos estudios comparativos sobre las percepciones del público en torno al tema.

Algunos de ellos han concluido que los ciudadanos como consumidores de noticias naturalmente expresan menos interés por las noticias extranjeras que por las noticias domésticas (Sande, 1971; Sparks y Winter, 1980; Tai y Chang, 2002). Sin embargo, los estudios han mostrado que la exposición a no-

ticias extranjeras tiene un impacto en el ajuste de, al menos, parte de la agenda pública: la forma como los medios cubren noticias extranjeras afecta las percepciones del público sobre dichos problemas internacionales (Wanta y Hu, 1993) y las actitudes y opiniones acerca de países extranjeros (Perry, 1990; Semetko *et al*, 1992).

Una investigación previa en Israel (Cohen, 1993) mostró el significativo interés y preocupación de los espectadores sobre cómo eran presentadas las noticias extranjeras en la televisión de servicio público, fenómeno que no tiende a darse en otros países y que se explicaría por la situación excepcional de Israel (siempre fuente de noticias extranjeras para otros países y conformado por un gran número de inmigrantes) como el mismo autor destaca. Dicha investigación se centró en determinar el interés del público por las noticias extranjeras, la percepción de su importancia y factores que la determinan y las funciones que tendrían las noticias extranjeras en televisión (i.e., por qué la televisión debe presentar noticias del extranjero).

Sobre las percepciones del público acerca de las noticias y su relación con las actitudes de los productores de noticias, el ya mencionado estudio de Shoemaker y Cohen (2006) constató que tanto periodistas como consumidores de noticias tendieron a estar de acuerdo en que la desviación y la significación social eran centrales en su definición de lo que era noticia. Sin embargo, en un ejercicio realizado durante *focus groups* en el que debían ordenar por importancia las noticias a las que sus diarios locales habían dado más prominencia (medida en el análisis de contenido por su presencia en portada y su extensión), los distintos grupos tendieron a poner reparos a la jerarquía asignada por los periódicos. Se puede asumir que conclusiones similares habrían sido obtenidas en un ejercicio respecto de las noticias de televisión.

Los *focus groups* realizados en Santiago y Concepción por el capítulo chileno del estudio de Shoemaker y Cohen (Puente y Mujica, 2004 y 2006) también mostraron congruencia entre los valores considerados en la definición de lo que es noticia por el público, editores y periodistas: novedad (descrita como lo desconocido, lo extraño y lo inesperado), relevancia social (entendida como lo que afecta a la vida en comunidad y tiene consecuencias a largo plazo) y la cercanía (definida como lo que sucede cerca o lo que ha sido experimentado directamente). En el caso chileno, la distancia entre la jerarquización de las informaciones realizada por el público y por periodistas y editores fue particularmente llamativa entre los medios de Santiago y su público. Una explicación para estos resultados propuesta por Puente y Mujica (2004 y 2006) es que el ob-

jetivo nacional de los medios de la capital, que implica, entre otras cosas, la inclusión de noticias extranjeras, podría propiciar una distancia con sus públicos locales. Por el contrario, los medios regionales enfatizarían su propia identidad y la destacarían. En conclusión, si bien el público y editores comparten los valores de noticiabilidad, a la hora de jerarquizar la relevancia de lo publicado ambos grupos tienen criterios distintos, los que serán estudiados en la presente investigación.

En otra dimensión del análisis de la recepción del público y respecto a las noticias en general, la literatura indica que las noticias de televisión son bastante difíciles de procesar y comprender (Gunter, 1987). Para explicar esto se recurre a diversos motivos, incluyendo la naturaleza variada del contenido, el formato de presentación y el conocimiento limitado que muchos espectadores poseen (Cohen, 1998). Para complicar más el proceso, en general los periodistas de televisión son inconscientes de los problemas cognitivos que los espectadores pueden experimentar frente a las noticias emitidas por televisión. De hecho, las noticias extranjeras representarían una mayor dificultad para los espectadores, principalmente porque, como se ha señalado, a menudo carecen del bagaje y la información previos indispensables para entender los informes y porque en general estos son demasiado breves (Cfr. Philo, 2004).

Estas dificultades pueden explicar que, en *focus groups* realizados en el contexto del proyecto VAP-UC, el público chileno manifestara valorar los intentos de “domesticación” de las noticias extranjeras, la búsqueda de las consecuencias de los hechos extranjeros para el país de emisión o la participación de compatriotas en ellos. En ese estudio la proximidad, tanto emocional como geográfica, fue comprendida como una característica deseable del procesamiento del producto periodístico (“sucedió en Estados Unidos, pero me gustó que dijieran las consecuencias de esto para Chile”) (Cfr. Equipo VAP-UC, 2004).

En este sentido, la aceptación y comprensión del público de las noticias es afectada por la forma en que el periodista las trate. Para Iyengar (1991) los periodistas pueden usar un marco “episódico” o bien uno “temático” para presentar un conflicto social. Las noticias episódicas son aquellas que se refieren a una situación individual, concreta y específica, por ejemplo un atentado terrorista con una bomba. Constituyen marcos temáticos para las noticias aquellos que van más allá del fenómeno específico y dan cuenta de acontecimientos generales, tendencias o condiciones que gatillan dicho suceso, por ejemplo, las causas que motivan a los grupos terroristas a perpetrar ataques con explosivos. La bibliografía sobre *framing* apoya el hecho de que esta decisión de cómo encuadrar un hecho tiene

efectos sobre el público (Aday 2006, McCombs & Evatt 1995).

Otro procedimiento que, según la bibliografía, es utilizado para atraer la atención del público es el sensacionalismo. Constituye un atributo particularmente relevante en el caso de la televisión y ha sido definido a partir de los estudios de Grabe, Zhou y Barnett (2001). Se entienden como sensacionalistas todos aquellos elementos formales (movimientos de cámara como el zoom, o efectos de postproducción como la introducción de audio o de manipulaciones visuales) y de contenido (asignación de relevancia a eventos criminales, accidentes, desastres, noticias de celebridades, escándalos y sexo; que tienen el potencial de sorprender y entretenir al espectador) que apelan primariamente a los sentidos del espectador antes que a su razón.

2. METODOLOGÍA

Para analizar las percepciones del público respecto de las noticias que provienen del extranjero se efectuó una encuesta telefónica⁶, probabilística, en zonas urbanas, a hombres y mujeres entre 18 y 90 años residentes en 18 ciudades de Chile (incluyendo la capital Santiago)⁷. Las entrevistas se efectuaron entre el 22 de septiembre y el 9 de octubre de 2009, aplicando un cuestionario acordado por el equipo internacional del proyecto. La muestra final fue de 1.220 casos (el margen de error es entonces de +/- 2,81 puntos, al nivel de confianza de 0,95 y bajo el supuesto de varianza máxima).

Adicionalmente, se realizaron seis *focus groups* en octubre de 2009, segmentados en tres tramos de edad (Jóvenes (20-29 años); Adultos (30-59 años) y Mayores (60-65 años)) y dos niveles socioeconómicos (medio (C2 y C3) y bajo (D)), y en cada uno de ellos participaron igual cantidad de hombres y mujeres. Posteriormente, en enero y por instrucciones del equipo internacional que coordina este proyecto, se realizaron otros tres grupos, los que se constituyeron homogéneamente en cuanto a nivel socioeconómico (niveles alto (C1) medio (C2) y medio bajo (C3)) pero internamente fueron heterogéneos en cuanto a edad, manteniéndose si la paridad de género. La idea era reproducir en cada grupo la discusión inter generacional que podría darse en una familia que juzga los noticiarios.

3. RESULTADOS

3.1 CLAVES DEL CONSUMO INFORMATIVO EN CHILE: SUPREMACÍA RELATIVA DE LA TV

Se constató que hay una alta exposición a las noticias en TV, los entrevistados declaran que en promedio ven noticiarios 5,9 días a la semana. Del total, el 65% señala que ve los 7 días “algo de noticias” en la TV y sólo un marginal 1,9% afirma que sólo

6 El hecho de que la encuesta sea telefónica implica una limitación para representar el universo de interés y, por lo tanto, una reducción importante del universo efectivamente en estudio, dado que según cifras del censo de 2002 solo el 50%, aproximadamente, de los hogares del país cuenta con teléfono de red fija.

7 Además de Santiago, la capital del país, se incluyeron Antofagasta, Calama, Concepción, Copiapó, Coquimbo-La Serena, Curicó, Linares, Los Ángeles, Osorno, Ovalle, Puerto Montt, San Antonio, Temuco, Valdivia y Valparaíso-Viña del Mar, todas ciudades de más de 95.000 habitantes y cuya población en conjunto representa cerca del 50% del total de la población del país. 403 encuestadas se realizaron para Santiago, 406 en el conjunto de Antofagasta, Concepción, Coquimbo, La Serena, Puerto Montt, Temuco, Valparaíso y Viña del Mar, y 411 en el resto de las ciudades. Los datos se analizan ponderados según sexo, edad, nivel socioeconómico y ciudad de residencia.

ve uno o ningún día a la semana. Sin embargo, más allá de esta autoestimación, en otra pregunta que mide la cantidad de minutos de exposición a las noticias en televisión, el 31,2% afirma que el “día de ayer” (medido de lunes a viernes) no vio este tipo de programas. Esta pregunta nos señala que, en promedio, los encuestados dedicaron 32,8 minutos a ver noticias en TV “el día de ayer”; mientras que preguntas similares, pero referidas a otros tres tipos de medios, muestran que se destinan 12,6 minutos a escuchar noticias en la radio; 9,3 a leer el diario; y 5,9 a ver noticias en Internet.

Al analizar en conjunto estas preguntas, referidas a la exposición en minutos del “día de ayer” en día de semana (lunes a viernes), se concluye que el porcentaje del público que no se expuso a ningún medio alcanzó al 14,3% de la muestra; un 17% se expuso a alguno de los otros tres tipos de medios informativos pero no usó la TV para estos fines, y quienes sólo se expusieron a noticieros de TV (sin usar otros medios) representan el 26,1%. Esto significa que un 42,7% utilizó la TV en combinación con otros medios, para informarse. Es decir, si bien un 68,8% del público se expone en un día de semana promedio a los noticieros de TV (aunque sea unos breves minutos), sólo

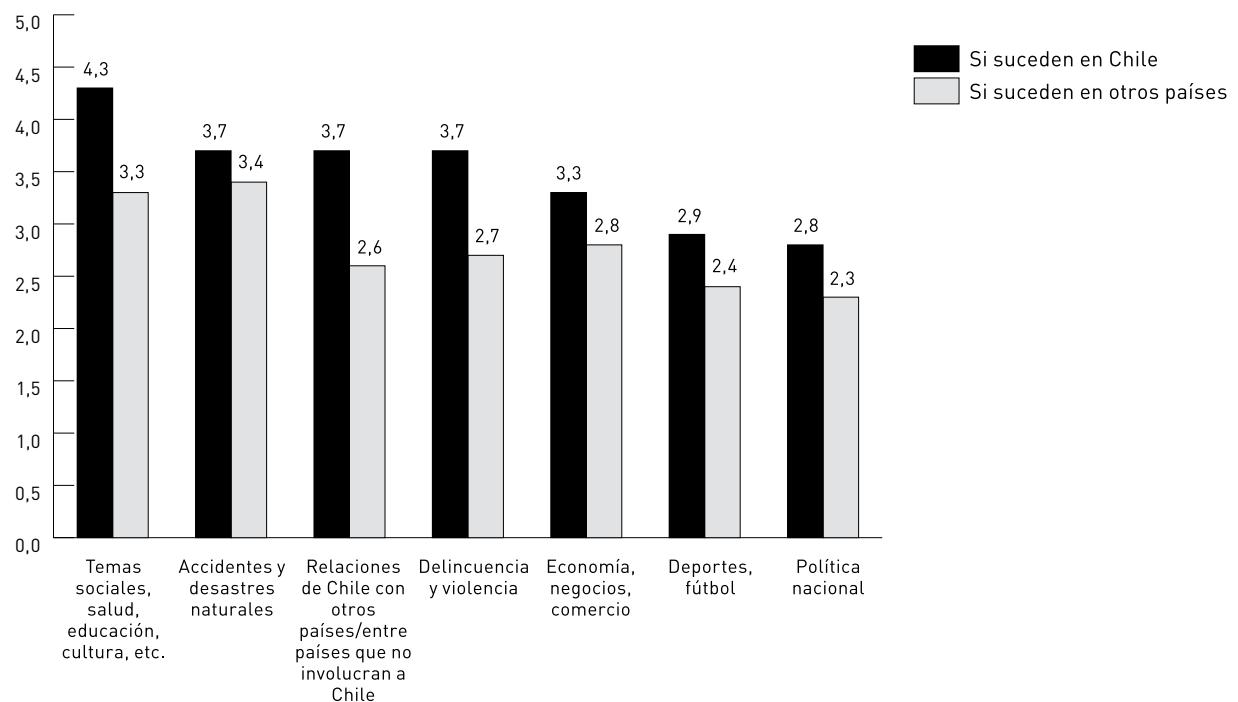
uno de cada cuatro entrevistados depende exclusivamente de ella para informarse.

3.2 VALORACIÓN DE LAS NOTICIAS EXTRANJERAS EN LA TELEVISIÓN

El público en general demuestra poco interés por las noticias provenientes del extranjero: 33,1% de los entrevistados se declara “muy” o “bastante” interesado, contra un 49,7% que se declara “algo interesado” (el resto demuestra menor interés aún). De hecho en la encuesta, al pedírselle al público que evaluará su interés por siete temas diferentes (ver Gráfico 1), siempre mostró notoriamente más interés por un tema cuando este ocurría en Chile a que cuando ocurría en el extranjero. Esta disposición del público por valorar la cercanía o proximidad es un hecho conocido en la bibliografía sobre el tema y se corresponde con la tendencia de los noticiarios de priorizar la información local por sobre la que proviene del extranjero, a la que Sreberny-Mohammadi *et al.* llaman *localismo universal*, (Sreberny-Mohammadi *et al.*, 1985).

Los temas que más interesan al público cuando el hecho ocurre en otro país son los accidentes y desastres naturales, interés

GRÁFICO 1. Índice de interés por temas según su lugar de ocurrencia (en Chile o en el extranjero)



que alcanza un nivel similar que cuando estos hechos ocurren en nuestro propio país⁸. Se establece aquí un tema transversal, que es valorado independientemente del lugar en que ocurra.

Los temas sociales (como educación, salud o cultura), que son notoriamente el tema que más interesa al público cuando ellos ocurren en Chile, decaen en importancia cuando ellos ocurren fuera de Chile. Sin embargo, en términos relativos, siguen siendo relevantes para el público dentro del flujo de noticias que provienen del extranjero.

Incluso más atrás se ubican ahora los temas económicos, al tiempo que la delincuencia y las relaciones internacionales pierden valor cuando se refieren a otros países.

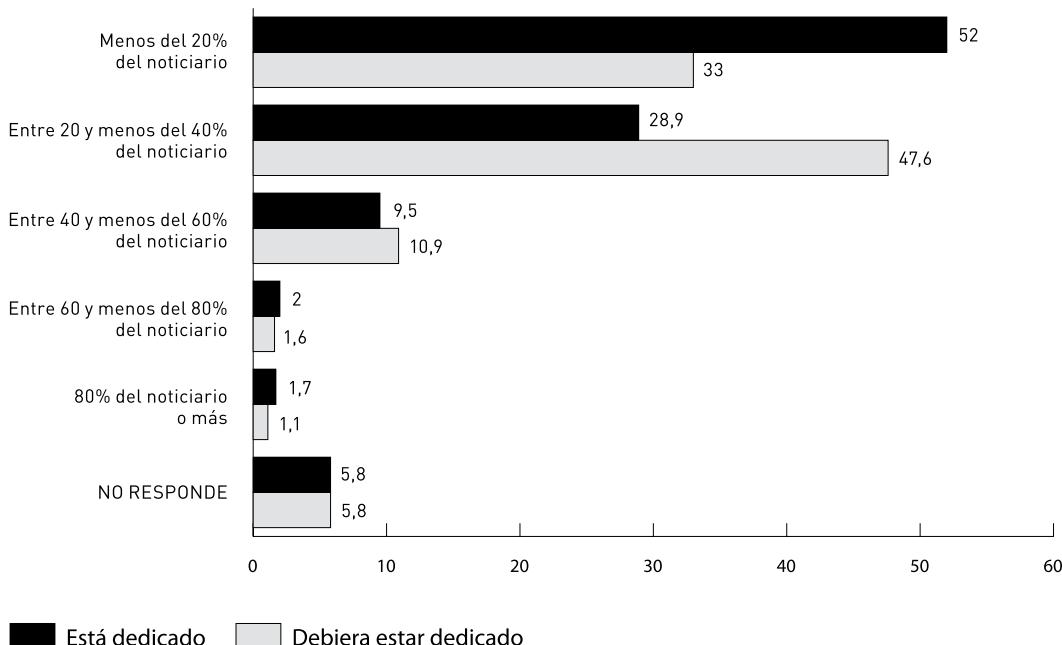
El bajo interés por la información proveniente del extranjero es todavía más restringido en el caso de las noticias internacionales. En la encuesta, al considerar los temas por los que el público manifiesta menor interés cuando se trata de información proveniente del extranjero, destacan la situación de la política interna de otros países, así como las relaciones internacionales de ellos. Dado que ambos temas tienden a ser el núcleo de lo que la prensa chilena ha entendido tradicionalmente como la sección “internacional” de los noticiarios y ser-

vicios informativos, esta situación explicaría la declinación de dicha sección en los noticiarios de la TV chilena. De hecho, el tema de las relaciones internacionales de otros países sólo tiene mayor importancia para el grupo que se informó por medios diferentes a la TV, y tiene levemente menos importancia que deportes para el grupo que usa la TV combinada con otros medios para informarse.

En este contexto es importante destacar que el público tiene una apreciación que es correcta respecto del tiempo que los canales dedican actualmente a las noticias que provienen del extranjero en sus noticiarios. Según la encuesta, una mayoría (52%) afirma que dedican menos del 20% y un 28,9% estima que dedican entre 20% y 40% de su tiempo a estas noticias (ver Gráfico 2). De hecho la medición arrojó que TVN dedica un 23,9% de su tiempo a noticias que provienen del extranjero (con o sin participación de chilenos) y MEGA, el 22,5%.

La misma encuesta muestra que el público está mayoritariamente de acuerdo con esa política de los canales: si se analizan de manera cruzada la pregunta por la estimación del tiempo actual y la pregunta por el espacio que debieran dedicar los canales a hechos que ocurren en el extranjero se observa que el

GRÁFICO 2: Percepción del espacio destinado a noticias extranjeras en los noticiarios



8 El interés por un tema se grafica sobre la base de un índice, en donde 5 es “muy interesado”, 1 es “para nada interesado” y 0 es no responde o falta total de interés por las noticias acerca de otros países.

público que esperaría mayor tiempo en los noticieros para este tipo de noticias llega al 33%, mientras 46,3% opina que el tiempo que actualmente ellos perciben se destina a estas noticias es adecuado, y un 14,4% cree que debiera disminuir.

Es decir, en términos generales, el público se muestra satisfecho con la actual posición de las noticias extranjeras en los noticieros centrales.

3.3 EL FACTOR CENTRAL: LA PROXIMIDAD

Los *focus groups* sugieren algunas interpretaciones para explicar las diferencias en el interés por las noticias locales y las extranjeras y la satisfacción del público con la cantidad de información extranjera que recibe actualmente.

Al momento de pedir a los participantes que ordenaran una serie de informaciones con el criterio que utilizarían si fueran editores de un noticiario de TV, ellos tendieron a jerarquizar las informaciones internacionales en los últimos lugares. Estas noticias se percibían como distantes, poco vinculadas con las dificultades y necesidades cotidianas del chileno. Como dijeron dos participantes:

H: Sí, que hay que darle prioridad a las cosas...

M: A las cosas de acá, hay que partir por casa.

En los *focus groups*, los participantes también se refirieron a dos factores que generarían cercanía con la información. En primer término, entendieron la cercanía desde de un punto de vista muy concreto, como noticias que afectan físicamente a un chileno.

Moderador: ¿Por qué, por ejemplo, los accidentes en el extranjero no serían tan...?

M: Porque no hay ningún chileno (...), a cualquier chileno no le importaría los accidentes de afuera, le importan los accidentes de acá. (segmento D, 30 a 59 años)

Adicionalmente, los participantes sugirieron una mirada más elaborada respecto del concepto de proximidad. Ésta ya no se ve sólo como lo que toca directamente a los chilenos, sino también como aquello que reviste una importancia global, aunque sea indirecta o abstracta, para el país y los chilenos:

H: A lo mejor no es que no sea interesante –las noticias políticas del extranjero–, a veces uno tiene que ver la noticia política para ver si te puede interesar o no, porque puede haber, por ejemplo, un tratado de libre comercio con Chile, que puede ser importante para nosotros (segmento D, 30 a 59 años)

H: ... Yo puse ese orden, las relaciones comerciales con China porque son de mucha importancia para el futuro de Chile; es un mercado muy grande, va a absorber mucha cesantía, tiene muy buenas relaciones, va a tener muy buenas ventas, compras y ventas, y por eso la puse ahí, la prioridad (C2 – C3, mayor de 60)

H: La conversación sobre relaciones comerciales entre Chile y Perú, entre Chile y China..., algo positivo en realidad, porque son relaciones que van a generar trabajo, que es lo que está necesitando el país en estos momentos (C2 – C3, 20 – 29 años)

El análisis de contenido es congruente con este patrón de proximidad emocional o de identificación personal. En las noticias extranjeras con participación doméstica hay un claro dominio de los deportes (sobre el 50% del tiempo es dedicado a este tema). Esto sugiere que la presencia de deportistas nacionales anotando en ligas de fútbol extranjeras o ganando torneos de tenis alrededor del mundo es una variable importante en la selección de noticias extranjeras en el caso chileno. Este factor puede ser entendido como un elemento de proximidad emocional.

Así, la proximidad geográfica o cultural no sería el factor central en la selección de las noticias extranjeras, sino otra forma de proximidad, aquella que proviene del sentimiento de que los chilenos están “haciendo historia” más allá de sus fronteras y que sería otra expresión del llamado “Efecto Aberdeen”, llamado así en referencia a un periódico de dicha ciudad escocesa, que al informar de la tragedia del Titanic tituló: “Hombre de Aberdeen perdido en el mar” (Weischenberg, 1995: 152, citado por Roessler, 2003: 7).

Este patrón también es patente en las respuestas a otra de las preguntas de la encuesta. Sólo algo más del 30% de los encuestados manifestó estar muy o bastante interesado en las noticias que suceden en otros países. Sin embargo, el porcentaje aumenta a sobre 50% al evaluar informaciones extranjeras en las que participan chilenos (Ver Gráfico 3).

Este interés por lo que afecta a los ciudadanos y a los intereses de Chile está vinculado con los países sobre los que el público dijo tener mayor interés. Al consultar por los países extranjeros en que el público está más interesado en informarse (Gráfico 4), entre los seis que logran el mayor interés (en cinco menciones espontáneas) se encuentran nuestros tres países limítrofes.

El resultado de esta pregunta resulta relativamente congruente con los países que efectivamente son más informados por la TV según nuestro análisis de contenido –en él, Estados Unidos y Argentina también figuran en el primer y segundo lu-

GRÁFICO 3: Nivel de interés en noticias domésticas y extranjeras

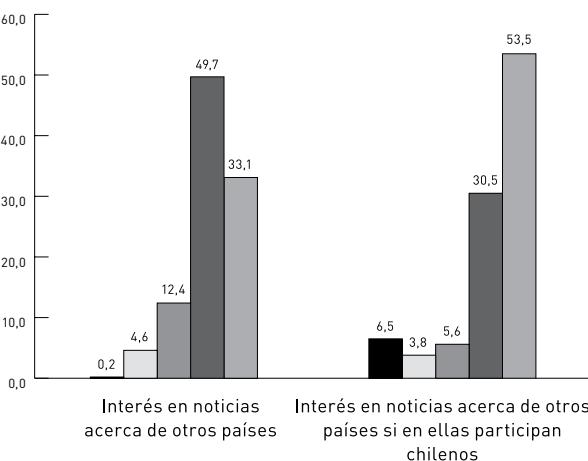
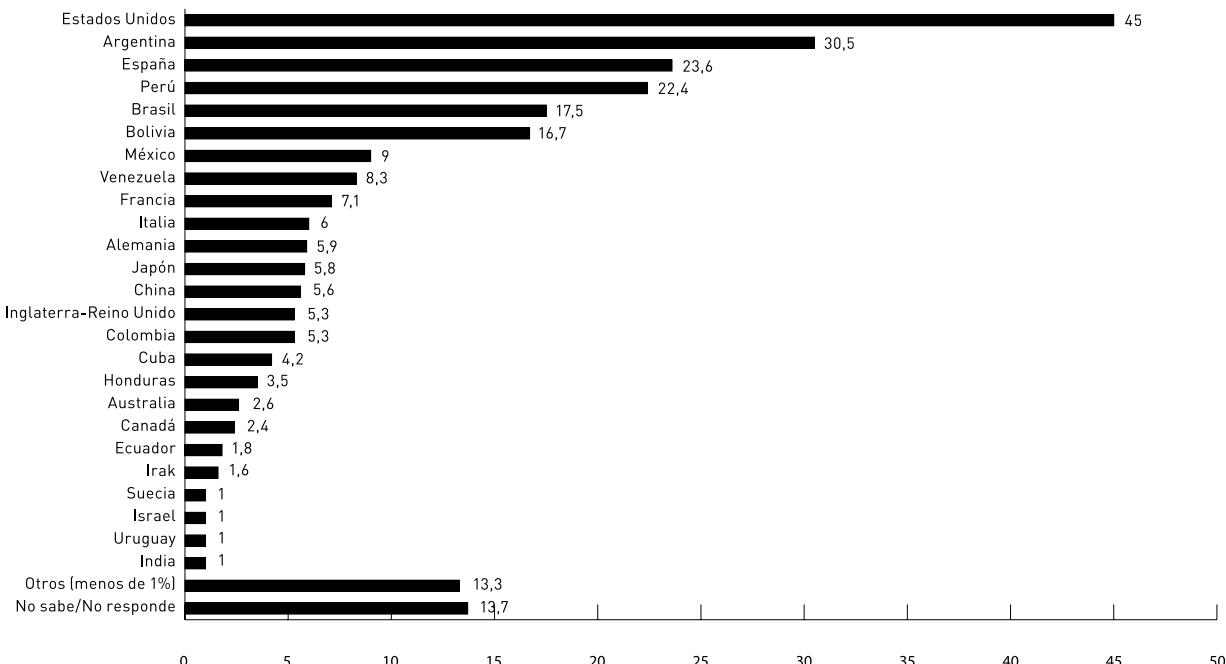


GRÁFICO 4: Lista de países respecto de los que el público manifiesta interés (mención espontánea)



gar y España en el cuarto – y con los criterios descritos por periodistas y editores de los canales analizados en las entrevistas en profundidad. Al igual que en esos estudios, se puede recurrir a tres explicaciones referidas en la literatura sobre cobertura noticiosa de hechos internacionales:

- La ya dicha cercanía física (países limítrofes).
- La hipótesis de peso económico y militar de los países en el concierto internacional, que explicaría el primerísimo lugar de EE.UU. Además se pueden agregar elementos de explicación basados en teorías de la dependencia.
- Cercanía cultural, que explicaría por qué España es el primer país europeo en aparecer en la lista.

La coincidencia con las prioridades informativas de los canales, ya señalada en el análisis de contenido (Porath, Mujica y Maldonado, 2009) y confirmada en las entrevistas con sus editores y periodistas, resulta interesante también desde el punto de vista de la relación circular entre medios y receptores. Se podría de-

cir que la televisión se adecua a las necesidades del público, pero también es fácil suponer que el público define sus prioridades y expectativas a partir de su amplia experiencia con la televisión.

3.4 IMPACTO Y SENSACIONALISMO: ATRACCIÓN DE AUDIENCIAS MASIVAS

El significativo cambio de prioridades en el primer lugar de los temas por los que el público encuestado manifestó mayor interés cuando el hecho ocurría en Chile o en el extranjero, puede ser analizado en la línea de la hipótesis de los “umbrales”: un evento: si ocurre en el extranjero, debe ser más impactante para poder estar en la pauta.

En los *focus groups*, el público definió el impacto, al menos, en dos dimensiones principales: como un evento dramático -desastres naturales, accidentes o hechos delictivos que generan conmoción- o por el alcance, en el sentido que el hecho informado afecte a un gran número de personas. El primer sentido del impacto puede vincularse a lo que Shoemaker y Cohen (2006) llaman desviación, es decir, aquello que se separa de lo que usualmente sucede en una comunidad. La segunda acepción se relaciona en cambio con lo que esos autores llaman significación social, entendida como el impacto que el hecho tiene para el sistema social. Sobre todo la primera acepción es vinculada por el público con aquellas cosas que capturan la atención de la audiencia.

El público reconoce su interés por este tipo de noticias. Cuando a los participantes se les solicitó organizar una lista de temas noticiosos, ellos tendían a poner entre los primeros lugares una noticia que daba cuenta de la muerte de 5 personas en Santiago por una explosión de gas. Estas respuestas permiten una interpretación de los resultados de la encuesta, ya que se puede estimar que los temas sociales normalmente tienen menor dramatismo que los accidentes y desastres.

H: Normalmente lo que es la noticia, diferentes noticias, diferentes diarios lo primero que se da cuenta es el accidente, lo que causa más atención... es lo que engancha primero. (D, 20 – 29 años)

M: Lo primero de gran impacto según yo, la explosión en Santiago, de lo demás no me acuerdo... (C2 – C3, 30 a 59)

En contraste, la información sobre 200 muertos en un accidente en Tanzania fue consistentemente ubicada en los últimos lugares. Esto sugiere una confirmación de la teoría de los umbrales: dada la falta de factores de proximidad (geográfica, cultural, económica o emocional) el impacto del hecho informado debe ser mucho más alto para hacerse interesante al pú-

blico. En este caso, la distancia del público chileno con Tanzania es tal que ni siquiera la cantidad de fallecidos modificó la falta de interés del público por esa noticia.

M: ...yo creo que es un cuento de sentido común fijate; yo creo que a todos nos afecta la proximidad que tenga la noticia, eso quiere decir que a mí me interesan más los muertos en Santiago a los muertos en Tanzania, entonces le doy prioridad a lo más cercano, ahí yo me voy alejando digamos (C2 – C3, 30 – 59 años)

A pesar del interés que el público manifestó en las noticias impactantes, también se evaluó negativamente este factor. Se asoció con un tratamiento negativo de la información por parte de los medios con el objetivo de conseguir rating.

M: Ponen todo lo malo para que venga como...

H: como un impacto. (C2 – C3, 20 – 25)

Este sentido de llamar la atención de la audiencia es traducido como la búsqueda de captar rating, que sería lo que predomina en la jerarquización de las informaciones en los noticiarios:

M: eso es lo que tiene más que ver (el rating).

H: lo que tiene más que ver.

M: por eso es que enganchan con las noticias más impactantes.

Esta percepción negativa del impacto en las noticias extranjeras es mencionada en la encuesta. Casi el 70% de los entrevistados están muy o algo de acuerdo con que hay “demasiadas noticias de guerra, violencia y desastres”. A esto se suma, tal vez en un juego dialéctico, que también una amplia mayoría del 63,4% queda con la sensación que en las noticias internacionales pasan “las mismas cosas todo el tiempo y que nada cambia”.

Esta visión negativa de las noticias internacionales es coherente con la visión más bien pesimista del mundo que tienen los entrevistados, lo que llevaría a pensar que las noticias son congruentes con el mundo que visualiza el público.

Es así como el 58,8% está muy de acuerdo con que “el mundo está dominado por unos pocos países poderosos”, y el 57,2% con que “el mundo está lleno de violencia y conflictos” (ver Gráfico 5). Esta sensación también fue mencionada espontáneamente en los *focus groups*. Ahí surgieron algunas críticas hacia lo que se percibía como un predominio de los países poderosos en las noticias. Los participantes hablaron de un cierto desequilibrio geográfico en la entre-

GRÁFICO 5. Percepción sobre el mundo

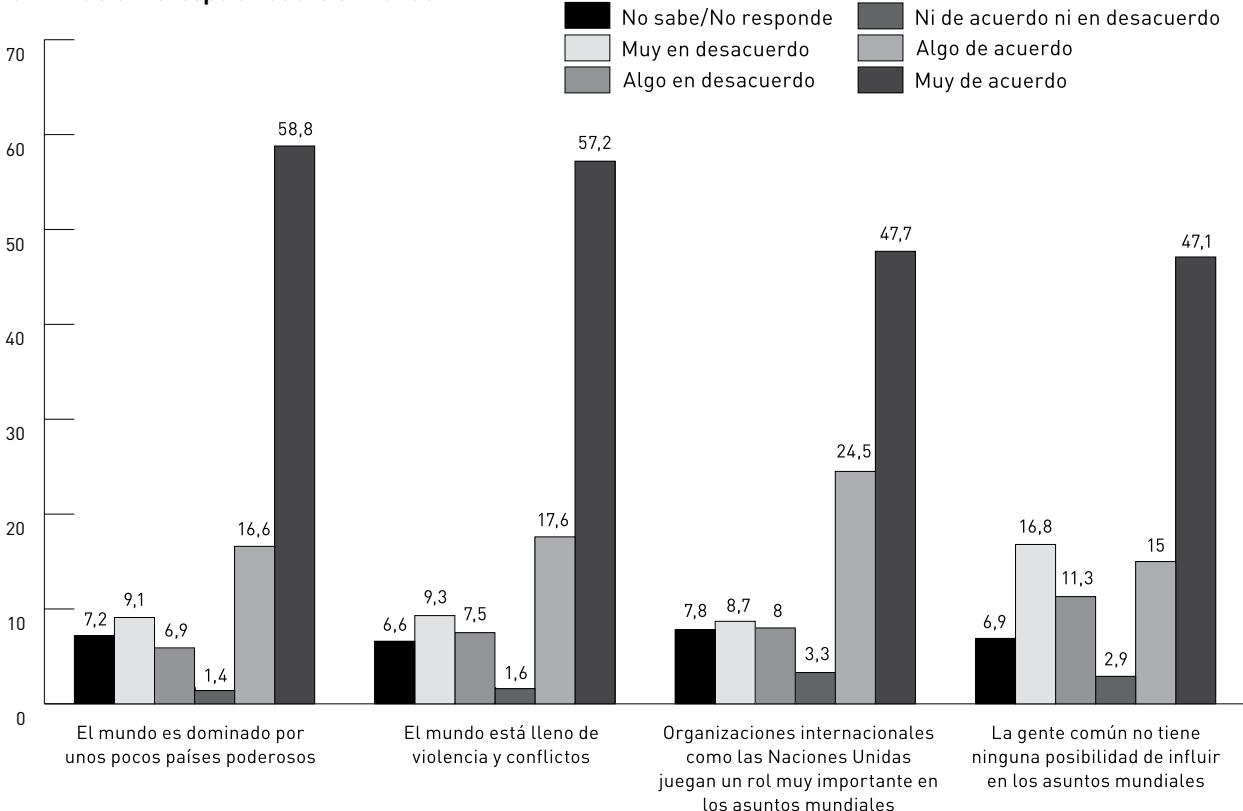
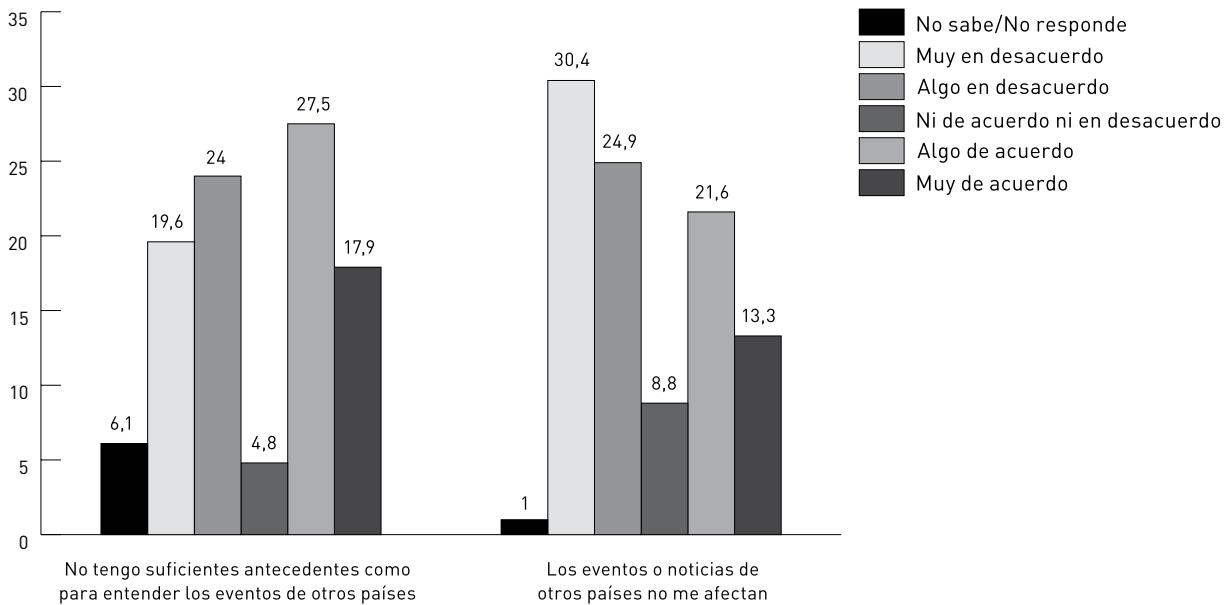


GRÁFICO 6. Distancia subjetiva con los eventos extranjeros



ga de las informaciones internacionales, que haría predominar a países como Estados Unidos, en desmedro de la realidad del tercer mundo.

H: *Como siempre, Estados Unidos (...)*

M: *Yo creo que... lo más relevante es lo que pasa en los países más grandes (...)*

M: (...) Sí, yo estoy de acuerdo, porque por ejemplo hay muchas cosas que pasan pente tú en África que no son para nada relevante, o sea hay miles de niños que están muriendo de hambre, de sida... Pasan cosas en algunas partes del mundo como en África dices tú y que no las pasan

H: Claro, no las sacan al aire (...)

M: No le dan la misma relevancia que deberían darle a, como por ejemplo, una noticia que pasa en Estados Unidos como la muerte de Michael Jackson (C2 – C3, 30 – 59)

3.5 DISTANCIA/CERCANÍA SUBJETIVA DE LAS NOTICIAS INTERNACIONALES: SUPERFICIALIDAD Y FALTA DE CONTEXTO

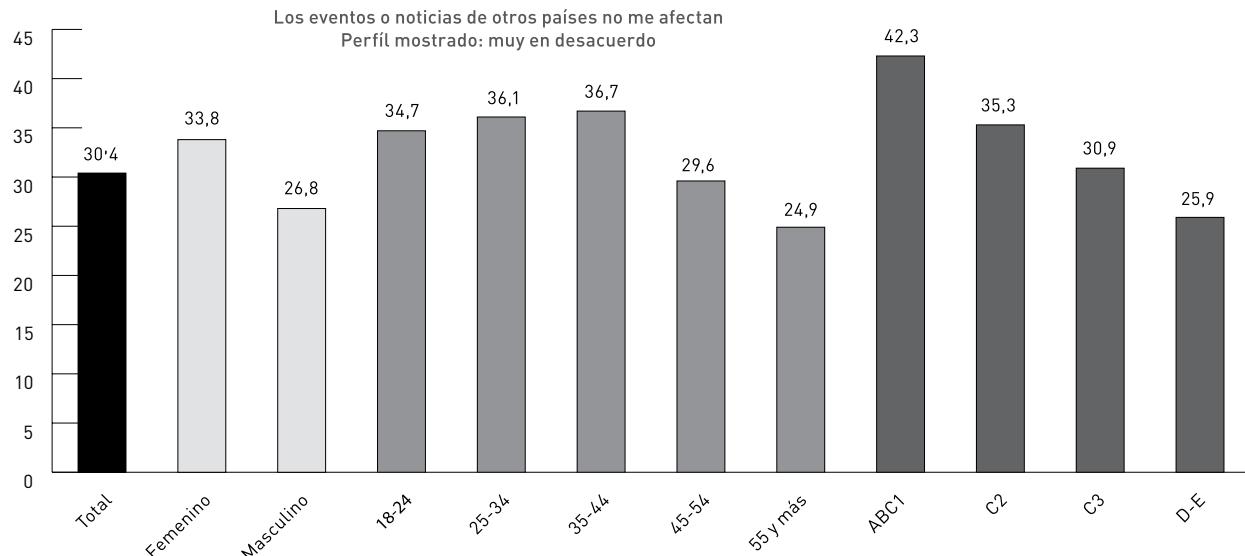
A pesar de la visión negativa del mundo y pesimista de las noticias internacionales, una parte importante del público no se distancia subjetivamente de ellas: el 55,3% rechaza (muy o algo en desacuerdo) la afirmación de que “los eventos o noticias de otros países” no lo afectan. Pero en relación a la capacidad de entender dichos eventos, el público se divide: el 45,4% está muy o algo de acuerdo con que no tiene suficientes ante-

cedentes para ello, pero el 43,6% rechaza (muy o algo en desacuerdo) dicha afirmación (ver Gráfico 6).

El rechazo al distanciamiento subjetivo de los eventos de otros países disminuye en los tramos superiores de edad; y muestra una clara tendencia decreciente según disminuye el nivel socioeconómico del entrevistado (ver Gráfico 7). Este último dato es significativo pues podría tener que ver con las prioridades dadas actualmente por los noticieros chilenos a las noticias que provienen de otros países. Para el público de los niveles socioeconómicos más altos, los noticieros de televisión no son la principal fuente de información, en especial cuando se trata de noticias que provienen del extranjero. Ello es coherente con su visión crítica de los contenidos de los programas de noticias que expresaron en los *focus groups*. Sin embargo, al mismo tiempo, este segmento es el que presenta la mayor cercanía a dichos evento. Esta situación podría ser congruente, por parte del emisor, con una orientación de los noticiarios hacia las preferencias de los públicos de los estratos medios y bajos, en busca de mayor masividad. Esto los habría llevado a minimizar las informaciones provenientes del extranjero y a seleccionar de ellas sólo las más transversales.

La percepción de que el público no cuenta con antecedentes suficientes para entender las noticias extranjeras va en la línea de una de las principales críticas manifestadas en los *focus groups*, la que tiene que ver con una eventual superficiali-

GRÁFICO 7. Distancia subjetiva de los eventos extranjeros (desagregado por sexo, edad y nivel socioeconómico)



dad con que se tratan las informaciones, la cual es atribuida a una falta de tiempo.

H: el problema que tienen los periodistas cuando hacen los comentarios, están cortos de tiempo, es muy corto, muy corto el tiempo, el tiempo en televisión es corto (D, 60-65)

M: Podría ser, porque por ejemplo mucha gente no entiende lo que influye que el dólar suba o baje, porque la gente dice, que ponen en las noticias "el dólar está a tanto y mañana va a estar más caro", la gente no entiende que eso influye en la economía chilena y mucha gente no lo entiende porque no lo explican.

Moderador: Los canales no explican eso.

M: No explican eso ponte tú, o eso mismo que decía él, nada lo explican entonces la gente no lo entiende, entonces para la gente es algo como innecesario. (C2-C3; 20-29 años).

A la falta de contexto que permite integrar y comprender mejor la información, se agregan críticas a la falta de seguimiento de las noticias y la falta de puntos de vista diferentes que permitan tener una visión más completa de los hechos:

H: (...) Resulta que en esos casos la televisión, así como le toman como auge a la noticia, debería de seguir esa noticia, y mostrando la otra cara de la moneda, pero como la televisión llega a un punto que en realidad de atrás le dicen no, esto no va

Moderador. Ya, o sea a ver si te entiendo, tú dices que deberían mostrar este hecho y después seguirlo (...)

M: (...) Que profundicen

H: (...) Pasa que dan una noticia y después dicen cambiamos de tema, y cambian de tema y no llegan a fondo con la noticia (C2-C3; 20-29 años).

Se percibe, además, que hay una asimetría en la recepción de información de acuerdo al nivel económico o de poder, donde algunos logran comprender el significado de la noticia y otros no, y la televisión no lograría cerrar la "brecha del conocimiento" y suplir las carencias informativas de quienes tienen ese medio como troncal principal para informarse.

H: (...) En la televisión son bien pocas las personas que realmente entienden que el NAFTA, que subió, que bajó, y hay gente que no le interesa eso. (D, 29 – 35)

4. CONCLUSIONES

Como se ha visto hasta acá, el estudio confirma la primacía de lo local sobre las noticias extranjeras en el interés del público, lo que coincide con lo descrito por la literatura. En tér-

minos generales, el público deja en claro que su mayor interés en las noticias está en ser informado ampliamente de los hechos que ocurren dentro de nuestras fronteras, cualquiera sea su naturaleza, y mayoritariamente se muestra satisfecho con el tiempo que actualmente los canales dedican a las noticias que provienen del extranjero.

En cuanto a las variables que determinan el interés por hechos provenientes del extranjero, en general los datos de la encuesta y los *focus groups* confirman que, al igual que en otros casos, el interés que el público chileno puede llegar a tener por recibir esta información está mediado por la cercanía, ya sea geográfica o humana (emocional). La importancia de la cercanía geográfica se expresa claramente en el alto número de menciones que reciben los países limítrofes, a la hora de pedirle al público sobre qué países quiere ser informado, que en su conjunto superan a Estados Unidos, el país más nombrado. La importancia de la cercanía emocional está dada por el significativo aumento del interés por recibir información de otros países cuando en los hechos están involucrados ciudadanos chilenos o los intereses de nuestro país.

En general, los resultados confirman la sobreposición de los cuatro criterios de importancia que menciona la literatura para explicar la mayor presencia de determinados países en la selección que el público hizo de los países en los que más se interesan.

Fuera del ya mencionado criterio de la *proximidad física*, también es relevante el criterio de una *jerarquía económica o militar*, o la idea de ciertas naciones elites. La importancia de este factor se ratifica en la ubicación de Estados Unidos en el primer lugar de interés y, en menor medida, por la cantidad de menciones de países de Europa occidental. Sin embargo, también aparecen signos de la importancia del criterio de la *relevancia especial de algunas naciones para el país emisor* de las noticias. Estados Unidos puede ser considerado como uno de ellos, pero esto se expresa más especialmente en la posición que alcanzan China y Japón, naciones que no comparten otras afinidades con Chile, salvo la dada por la relevancia del intercambio comercial. La *afinidad cultural* es otro criterio que se sobrepone con la proximidad física, pero en este caso se expresa más claramente por la importancia que alcanza España, más mencionado que los países limítrofes y en un clarísimo primer lugar entre las naciones europeas; en el concierto europeo España es menos relevante que Alemania, Francia o el Reino Unido, y sin embargo, los chilenos expresan mucho mayor interés por sus noticias que por el resto de Europa.

Respecto de los criterios de *desviación* y *significancia social*,

pueden ser asociados con las preferencias del público por lo que definieron como noticias de “impacto” en los *focus groups*. El impacto fue definido en dos dimensiones. La primera de ellas, el impacto dramático de eventos como accidentes y desastres naturales puede vincularse a la *desviación*, ya que refiere a hechos que rompen la normalidad de las vidas de las personas. La segunda dimensión del concepto, el impacto dado por el alcance o número de personas afectadas por el evento noticioso, coincide con la idea de *significancia social*. En este sentido, el público expresó claramente en la encuesta que es el primer criterio (*desviación*) el más determinante para valorar las noticias que provienen del extranjero, mientras que la *significancia social* es lejos más relevante para los hechos que ocurren dentro de las fronteras. La información recogida en los *focus groups* agregaría que la importancia de *significancia social* para valorar los hechos que provienen del extranjero estaría mediada en el público por la “domesticación” o la medida en que involucra a nuestro país y sus habitantes, o sea, no es tan importante a cuántos afectaría el hecho en su lugar de origen sino a cuántos chilenos.

En definitiva, ambos criterios (*desviación* y *significancia social*) al ser utilizados para valorar la importancia de hechos que ocurren en el extranjero, sobre todo en competencia con hechos que ocurren dentro del país, están mediados por la per-

cepción de umbrales más altos para los primeros: debe haber más *desviación* (más dramatismo) y mayor *significación social* (más afectados) en los hechos que ocurren lejos de Chile, para ser valorados como noticias por parte del público.

Finalmente podemos agregar tres reflexiones, que afectan más bien al subtema de la política internacional y no necesariamente a todas las noticias que provienen del extranjero. Es posible que la satisfacción con el espacio que ocupan las noticias extranjeras en los noticieros esté vinculada con una visión pesimista que existe del mundo, más específicamente de la política internacional, ya que prevalece la percepción de que en los hechos internacionales “nada cambia”, predominan los conflictos y que unos pocos países lo dominan.

Unido a esto aparece también una posición dividida entre los entrevistados respecto a su capacidad de entender estos hechos, y si bien la mayoría rechaza que no les afecta, hay un tercio de los entrevistados que sí está de acuerdo con ello.

Finalmente los datos recabados, si bien no apuntarían a señalar que los canales deban dedicar mucho más tiempo a los temas de política internacional, sí parecen compatibles con un reclamo por mayor calidad en la labor informativa, entregando los hechos con mayor perspectiva y/o antecedentes, y sobre todo aclarando al público la importancia o trascendencia de dichos hechos.

REFERENCIAS

- Aday, S. (2006). The framesetting effects of news: an experimental test of advocacy versus objectivist frames. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83, 767-784.
- Braman, S. y Cohen, A. (1990). Research from Stara to finish. In J. A. Anderswon (Ed), *Communication Yearbook 13* (pp.511-518). Newbury Park, CA: Sage.
- Chag, T. K. (1998). All countries not created equal to be news. *Communication Research*, 25(5), 528-563.
- Chang, T. K. y Lee J. W. (1992). Factors affecting gatekeepers' selection of foreign news: A national survey of newspapers editors. *Journalism Quarterly*, 69, 554-561.
- Consejo Nacional de Televisión (2008). Encuesta nacional de televisión. Principales resultados. Consejo Nacional de Televisión.
- Cohen, A. A. (2002). Globalization Ltd.: Domestication on the boundaries of television news. In J. M. Chan & B. T. McIntyre (Eds.), *In Search of Boundaries: Communication, Nation-States and Cultural Identities*. Westport, CT: Ablex, 167-180.
- Cohen, A. (1998). Between content and cognition: On the impossibility of television news. *Communications: European Journal of Communication Research*, 23(4), 1998, 425-439.
- Cohen, A. A. (1993). Israelis and foreign news: Perceptions of interest., functions and newsworthiness. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 37(3). 337.
- Cohen, A. A., Adoni, H. & Bantz, C. R. (1990). *Social conflict and television news*. Newbury Park, CA: Sage.

- Equipo de la Escuela de Periodismo UC (2004). Instrumento para evaluar la calidad periodística: El VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica. *Cuadernos de Información*. 16, 101-113.
- Galtung, Johan, 1971. A Structural Theory of Imperialism, *Journal of Peace Research* 8(2), 81–117.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cypress crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 1, 64-91.
- Golan, G. (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* 7(2), 323-334.
- Golan, G. (2003) America's Narrow Window to the World: an analysis of network global coverage. *International Communication Bulletin* 38, 2-11.
- Golan, G. & Wanta, W. (2003) International Elections on the U.S. Network News: an examination of factors affecting newsworthiness. *Gazette* 65, 25-40.
- Grabe, M. E., Zhou, S., & Barnett, B. (1998). Explicating sensationalism: Content and the bells and whistles of form. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Baltimore, MD.
- Gunter, B. (1987). *Poor reception*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.
- Heinderyckx, F. (1993). Television news programmes in western Europe. *European Journal of Communication*, 8, 425-450.
- Hester, A. (1973) Theoretical Considerations in Predicting Volume and Direction of International Information Flow. *Gazette* 19, 238-247.
- Iyengar, Shanto (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kariel, H. G. & Rosenvall, L. A. (1995) *Places in the News: a study of news flows*. Ottawa: Carleton University Press.
- Kim, K., Barnett, G. A. (1995). The determinants of international news flow: A network analysis. Paper presented to the International Communication Association annual convention, Albuquerque, NM, US.
- Malik, R. (1992). The global news agenda. *Intermedia*, 20(1), 8-70.
- Marín, C. (2001). Informe nº2 PNUD: televisión y espacio público. Disponible en: <http://www.revistadesarrollohumano.org/Biblioteca/0101.pdf>
- McCombs, M. E., & Evatt, D. (1995). Issues and attributes: Exploring a new dimension in agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8, 7-32.
- Perry, D. K. (1990). News reading, knowledge about, and attitudes toward foreign countries. *Journalism Quarterly*, 67, 353-358.
- Philo, G. (2004) The Mass Production of Ignorance - News and Public Understanding. In Paterson, C. and Srenberny, A., *International News*. London: John Libbey.
- Porath, W; Mujica, C & Maldonado, F (2009). Desde las tribunas: Las noticias extranjeras en la televisión chilena y la emoción de ver actuaciones deportivas nacionales. *Comunicación y Pluralismo*, 8, 29-63.
- Porath, W & Mujica, C (2009). Foreign news on Chilean Television and the emotion of watching national sports' performance. Paper presented in the *Foreign TV News Around the World* conference organized by the Graduate Institute of Journalism at National Taiwan University and the Public Television Service Foundation (PTS) in Taiwan. June 26-27.
- Puente, Soledad & Constanza Mujica (2006). What's news in Chile? In Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News*

around the world: Content, practitioners and the public. New York: Routledge.

Puente, Soledad & Constanza Mujica (2004). ¿Qué es noticia en Chile? *Cuadernos de Información*. 16, 85-100.

Roessler, P. (2003) Pictures of our World. An international comparison of television news. Paper presented at the annual meeting of the *International Communication Association*, Marriott Hotel, San Diego, CA.

Sande, O (1971). The perception of foreign news. *Journal of peace research*, 8, 221-237.

Seemetko, H. A., Brzinski, J. B., Weaver, D., & Willnat, L. (1992). TV news and U.S. public opinion about foreign countries: The impact of exposure and attention. *International Journal of Public Opinion Research*, 4, 18-36.

Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News around the world: Content, practitioners and the public.* New York: Routledge.

Shoemaker, P. J., Danielian, L. H. & Brendlinger, N (1991) Deviant Acts, Risky Business and U.S. Interests: the newsworthiness of world events. *Journalism Quarterly* 68, 781-795.

Sparks, V. & Winter, J. P. (1980). Reader interest in foreign news. *ANPA News Research Report*, 28, September 15.

Sreberny-Mohammadi, A et al. (Ed.), (1985). *Foreign News in the Media: International Reporting in 29 Countries.* Paris: Unesco Publications.

Van Belle, D. A. (2000) New York Times and Network TV News Coverage of Foreign Disasters: the significance

of insignificant variables. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77, 50-70.

Tai, Z & Chang T. K. (2002) The global news and the pictures in their head: a comparative analysis of audience interest, editor perception and newspaper coverage. *Gazette*, 64, 251-265.

Van Gynneken, J. (1998). *Understanding global news.* London: Sage.

Wanta, W. & Hu, Y. W. (1993) The Agenda-setting Effects of International News Coverage: an examination of differing news frames. *International Journal of Public Opinion Research* 5, 250-264.

Westerståhl, J. & Johansson, F. (1994). Foreign news: News values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9, 71-89.

Wilke, J. (1998). Foreign news coverage in the German media system: The dynamics of reduction. Paper presented at the *International Communication Annual Convention*, Jerusalem.

Wu, H. D. (2004). The world's windows to the world: An overview of 44 nations' international news coverage. In C. Paterson & A. Sreberny (Eds.), *International news in the twenty-first century.* Eastleigh, UK: Luton University Press, 95-108.

Wu, H. D. (2000). Systematic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of Communication*, 50(2), 110-130.

Wu, H. D. (1998) Investigating the determinants of international news flow: A meta-analysis. *Gazette*, 60(6), 490-510.

William Porath es periodista, Universidad Católica de Chile. / Doctor en Ciencias Políticas de la Universidad de Mainz, Alemania (2002). / Estudios de Ciencias Políticas (mayor) Comunicación (minor) y Sociología (minor), Universidad de Mainz. / Profesor Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Constanza Mujica es periodista, Universidad Católica de Chile. / Candidata a Doctora en Literatura por la misma universidad. / Coautora de los libros *What's news around the world? Melodrama, Subjetividad e Historia en el Cine y Televisión Chilenos de los 90.*