

LOS DIARIOS DIGITALES EN AMÉRICA LATINA: ENTRE LA REVOLUCIÓN, LA REDEFINICIÓN Y LA FRUSTRACIÓN*

Marta Milena Barrios

MARTA MILENA BARRIOS

MAGISTER EN PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL, UNIVERSIDAD DEL NORTE - UNIVERSIDAD PARIS XII. PROFESORA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DEL NORTE.

CORRESPONDENCIA: UNIVERSIDAD DEL NORTE, KM 5 VÍA A PUERTO COLOMBIA, BARRANQUILLA (COLOMBIA).

mbarrios@uninorte.edu.co

* Este texto hace parte de una línea de investigación relacionada con la prensa digital en América Latina, que la autora ha desarrollado en la Universidad del Norte entre 2006 y 2007.

RESUMEN

Este estudio investigó el contenido de los textos de la primera plana de los diarios latinoamericanos que tienen edición digital para conocer el contenido de las noticias que circulan en el ciberespacio. Se buscó revisar hasta qué punto esta revolución tecnológica se ha traducido en una redefinición en el rol de la prensa como institución y en el de los periodistas como sujetos. La era de la información le ha abierto nuevos retos al periodismo, mientras que la realidad advierte no pocos cambios en la región en los ámbitos social, económico y político; sin embargo, el proceso de cubrimiento informativo no ha estado exento de frustraciones. En consecuencia, se consideró importante revisar la dinámica actual, con el análisis de 500 noticias de portada, de diez diarios de igual número de países. Los resultados mostraron que a pesar de que la mayoría ha integrado las nuevas tecnologías al proceso de producción noticiosa, su utilización para crear una relación más participativa con la audiencia resulta todavía limitada.

PALABRAS CLAVES: Diarios digitales, producción informativa, Latinoamérica.

ABSTRACT

This study investigated the first page contents of the online edition of Latin American journals with the purpose of attaining knowledge concerning news circulating on the web. The investigation looked to find how this technological revolution has been translated into redefining the role of press as an institution and in the role of journalists as subjects. The information era has opened new challenges in journalism, while reality warns about many changes in social, economic, and political scopes; however, the process of information coverage is not exempted of frustrations. Nevertheless, it was considered relevant to review the present dynamic, through the analysis of 500 front page news articles of ten different journals in the same amount of countries. The results showed that although the majority has integrated new technology into the news production process, its use to create a more participative relationship with audiences still show to be very limited.

KEY WORDS: *Key words: Online journals, information production, Latin America.*

INTRODUCCIÓN

Los procesos de producción informativa en Latinoamérica han sufrido no pocos cambios por cuenta de los adelantos tecnológicos. Unos 85 millones de usuarios de Internet dan cuenta del dinamismo en el crecimiento de la región, donde más de la mitad de los internautas navegan todos los días (Jiménez, 2007).

En este sentido, la era digital le ha abierto nuevos retos al periodismo: adaptar los contenidos a múltiples canales y formatos, actualizarlos durante un tiempo más prolongado para mantener al día la edición por Internet, y mantener informada a una audiencia global que ha incrementado la frecuencia de consumo de las ediciones digitales de los diarios en un 350% en el último lustro (Hernández, 2006).

Sin embargo, desde lo periodístico, las opiniones sobre el futuro de la prensa dividen a optimistas y pesimistas. El crecimiento de Internet como herramienta tecnológica ha revivido los temores sobre la eventual desaparición del periódico impreso, como se ha discutido en varios estudios (Cornog, 2005; Valdés, 2006; Doley, 2007). Pese a eso, la tendencia al decrecimiento de la circulación global de los periódicos —que ha sido motivo de preocupación en el último lustro— parece estarse revirtiendo, al menos a juzgar por las cifras optimistas que surgieron en la última reunión de la Asociación Mundial de Periódicos celebrada el pasado 4 de junio de 2007 en Sudáfrica. Allí se dio cuenta de que “las ventas mundiales de periódicos impresos aumentaron en un 2.3% en 2006 y un 9.48% en los últimos cinco años. Las ventas aumentaron año tras año en Asia, Europa, África, Sudamérica, siendo Norteamérica el único país en donde se ha registrado un descenso”. Un parte similar de optimismo se entregó en la misma reunión en cuanto a la venta de publicidad, que se consideró que alcanzó “una recuperación notable contra la arremetida de los medios digitales” (WAN, 2007).

Lo cierto es que después de vivir su edad de oro a finales del siglo XIX, la prensa como institución afrontó muchos retos a lo largo del siglo XX que la obligaron a reinventarse, como la llegada

de la radio y la televisión y la evidente disminución en los hábitos de lectura de las nuevas generaciones. Los empresarios de medios tuvieron que poner acciones de sus empresas en la bolsa, llevar a cabo alianzas estratégicas y propiciar fusiones entre sus empresas y otros medios de comunicación.

Los cambios mencionados no fueron ajenos a la práctica del periodismo. En los años ochenta, por ejemplo, se dio un gran salto en las redacciones al incorporar el computador a la producción de noticias. La facilidad para redactar las notas y, al mismo tiempo, el gran potencial de información disponible en Internet, alteró las rutinas profesionales de los periodistas al tiempo que les proporcionó nuevos desafíos, sobre todo cuando los diarios comenzaron a hacerse visibles en formato digital.

Hasta el momento, de los resultados de estos ajustes parece que se puede entregar un parte de victoria. Ante la pregunta, ¿está muriendo la industria de los periódicos?, el observatorio de medios más popular de Estados Unidos tiene una respuesta contundente: *Abora no* (State of the News Media, 2007). La vigencia de la prensa como institución podría explicarse a partir de varios factores, no sólo por el hecho de que es el medio de comunicación más antiguo, sino porque a pesar de la popularidad indiscutible de la radio y la televisión, algunos estudiosos (Tuchmann, 1978; McCombs, 1995; McCombs, Shaw & Weaver, 1997; Bryant & Zillmann, 1996) conceptúan que posee por lo menos dos características que le hacen ocupar un lugar preponderante en la discusión sobre los efectos de los medios.

La primera tiene que ver con la naturaleza de la atención que la audiencia dedica al mensaje. La atención del sujeto que lee un diario tiende a estar más centrada, mientras que la del receptor de medios audiovisuales por lo general compite con otros estímulos y tiende a oscilar, lo que coadyuva a que el mensaje de la prensa tenga mayor penetración. Es decir, si se examina el asunto en términos de procesamiento periférico y central de la información, parece haber consenso en que los medios audiovisuales son periféricos –se asimilan más pero de manera más superficial–, mientras que los

impresos son de procesamiento central: se asimilan menos pero en forma más profunda y duradera. Académicos como McCombs (1995) reportan en sus estudios que las noticias televisivas tienen un efecto de establecimiento de agenda-setting menos potente que el de los periódicos.

La segunda tiene que ver con la dinámica de trabajo de los mismos medios. Se espera que el trabajo de los periodistas de prensa sea más reflexivo, utilizando con mayor frecuencia los géneros temáticos —como el reportaje y la crónica—, debido a que sus colegas de medios electrónicos suelen ofrecer a la audiencia los hechos básicos del acontecer actual en el formato de noticia. De nuevo, desde la academia se habla de un declive en el rol de *diseminación* de los periódicos que se cambia por un rol predominantemente *interpretativo*, que le permite a la prensa proporcionar mayor contexto y análisis en su cobertura de la realidad, debido a que la televisión y el Internet tienen el dominio de las primicias (Skewes, 2007).

Sin embargo, estudios sobre el contenido de la prensa en Internet dan cuenta de que en el 61% de los casos las noticias son las mismas de la edición impresa (*El Tiempo*, 2007). Más aun, parecería ser que en la construcción actual de los textos está pesando más el tratamiento episódico de la realidad —el rol de diseminación que predomina en los medios audiovisuales— sobre el temático —el interpretativo—, que resulta el ideal para una mayor comprensión de la realidad de la vida cotidiana de su audiencia.

Este estudio pretendió indagar hasta qué extensión la prensa latinoamericana estaría aprovechando las fortalezas que tiene frente a los otros medios, mencionadas anteriormente. Tan nueva como la tecnología que se apropia de los espacios en las redacciones resulta la investigación en torno a contenidos digitales en esta región, de manera que este estudio pretende contribuir a la comprensión del periodismo digital, fenómeno de penetración veloz que está cambiando la naturaleza de la relación de la audiencia con los productores de noticias.

De acuerdo con lo dicho, esta investigación buscó describir el contenido de la agenda de la primera plana de los diarios de

América Latina que tienen edición digital, para conocer hasta qué medida esta gran revolución tecnológica se ha visto reflejada en la redefinición de las prácticas periodísticas. En este sentido, se buscó establecer cuáles son los temas, las fuentes y los soportes de la información, los sujetos de los cuales se habla en las noticias, para conocer detalles sobre la información que circula en la *web*, y qué tipo de interacción se está generando con la audiencia, aprovechando las ventajas de difusión de internet. El análisis se centró en la primera plana que los principales diarios de Hispanoamérica muestran en su edición digital, tomando en cuenta que numerosos estudios han comprobado que las informaciones que ocupan un lugar central o encabezan en los medios tienen más recordación entre la audiencia que las que no (Iyengar & Zinder, 1987).

LA AGENDA INVESTIGATIVA LATINOAMERICANA

El origen de la prensa perfiló a este medio como un espacio para comunicar actividades de tipo comercial de los sectores más fuertes de la economía y debatir ideas políticas de los partidos que se disputaban el poder. La mayoría de los primeros periódicos fueron fundados por políticos que veían en ese medio la forma más segura de transmitir su ideología, de manera que sus textos por lo general los escribían figuras públicas.

El campo de la investigación en medios tampoco ha sido ajeno a la influencia política, y en ocasiones se ha movido al vaivén de ésta, como dan cuenta académicos como Orozco Gómez (1997), quienes reportan que “en la década de los cuarenta, los primeros estudios se orientan fundamentalmente hacia el *periodismo* y la *propaganda*”. Por otra parte, en los años cincuenta también se hicieron los primeros estudios de recepción de medios electrónicos, a partir de las nuevas necesidades de información para la toma de decisiones que generó la llegada de la televisión. Investigadores como Fox (1998) aseguran que desde los años cincuenta en la región se ha mostrado un compromiso consistente con el análisis crítico, que pretende satisfacer las demandas de las circunstancias

políticas de cada período. Hallazgos similares se han reportado en varios estudios importantes sobre la estructura de las noticias en América Latina (Reyes Mata - Unesco, 1980; Montalbano, 1985; Van Dijk, 1998).

A partir de los años setenta, la “moderna prensa de masas” de América Latina no ha sido ajena a los múltiples cambios en el escenario mediático que tuvieron lugar en el resto del mundo, como la tendencia a la concentración de emisores y al dominio de las grandes agencias de noticias. Los periódicos tuvieron que hacer ajustes para adaptarse, primero al “reinado” de la televisión y luego al de la red Internet, fenómenos que, para algunos, han influido de forma directa en la reducción de la lecturabilidad de los diarios.

Pero dejando de lado por un momento la cuantificación de la audiencia de la prensa, resulta pertinente centrar la atención en los criterios que tienen en cuenta los productores de noticias y los periodistas para construir los contenidos. En ese orden de ideas, en un estudio patrocinado por la Unesco sobre los valores noticiosos y los principios de la comunicación cross-cultural (Unesco, 1980) se concluyó que “los flujos de información están influidos con mucha mayor fuerza y orientados primero por links históricos y culturales, incluyendo aquellos remanentes de los tiempos de la colonia, después por afinidades ideológicas, y finalmente por comunidad de intereses, más que por proximidad geográfica (...) Menos del 20% del espacio noticioso en los diarios suramericanos, por ejemplo, está dedicado a Latinoamérica.” Este hallazgo resulta consistente con los orígenes de la prensa ya mencionados y constituye un referente interesante sobre el cual se puede contrastar el estudio que nos ocupa sobre la agenda de los medios.

En un ensayo contenido en el mismo informe se concluyó que en esa época “muchas de la información publicada en Latinoamérica es producida y procesada por las grandes agencias noticiosas transnacionales (...) UPI y AP solas proporcionan, respectivamente, el 39 y 21% de la información recibida por los principales diarios latinoamericanos (...) El remanente lo cubren las grandes agencias europeas, dejando solamente una parte insignificante del flujo de

información para que lo cubran agencias del Tercer Mundo” (Reyes Mata, 1980: 43).

Reyes Mata interpretó en su momento lo descrito como una muestra de dependencia de la región, originada en una situación de precariedad económica general a la que no escapa al campo de la información. Grandes sucesos de la época recibieron un discreto cubrimiento de la prensa, a través de notas ‘empacadas’ por las agencias, porque los diarios no enviaron corresponsales para producir sus propias notas. “El desbalance de la información regional es dramático” (Reyes Mata, 1980: 45).

De otro lado, pasando de la producción de noticias *en* Latinoamérica a la producción de noticias *sobre* Latinoamérica, hay que decir que parece mantenerse la tendencia según la cual no se reportan muchas noticias sobre la realidad de América Latina en las notas que las agencias de prensa con sede en la región envían a sus abonados en todo el mundo.

En este mismo sentido, parece haber consenso entre los observadores de medios de la región en que los pocos reporteros que llegan a realizar su trabajo en territorio de América Latina basan su cubrimiento en las fuentes de información de sus respectivos países de origen, lo cual trae como consecuencia un cubrimiento parcializado. Como ha expresado un reportero veterano, “aquellos de nosotros que trabajamos en Latinoamérica confiamos demasiado en fuentes americanas y las embajadas americanas” (Montalbano, 1985: 6).

En suma, de la revisión del saber previo sobre la agenda noticiosa de los diarios de América Latina se esbozan algunos rasgos distintivos: primero, la dependencia de las agencias de noticias, la tendencia a encontrar pocas noticias de los países con vecindad geográfica, la influencia política y económica en la selección de contenidos y la predilección por seleccionar fuentes oficiales para contar la realidad. Resulta claro que, como ocurre con los criterios noticiosos en otras latitudes, las decisiones sobre lo que constituye o no noticia en América Latina involucran hechos objetivos, valores individuales y la subjetividad de cada productor de noticias, por lo cual no se pueden establecer patrones fijos ni fórmulas.

En este sentido, este estudio buscó identificar algunas tendencias que pudieran servir de base para una indagación más amplia sobre la agenda actual de los diarios de América Latina, describiendo las temáticas que compartimos como región a partir de las noticias que tienen cobertura prominente. Se trata de establecer si existen diferencias entre las decisiones de los editores de los diarios más representativos de 10 países para seleccionar las noticias de primera plana, de qué fuentes de información se sirven los periodistas para el cubrimiento informativo, sobre qué sujetos se habla en las noticias, y cuál es el peso y el soporte de la información internacional. De acuerdo con lo anterior surge la pregunta, ¿cuál es la agenda informativa actual en los diarios digitales de América Latina?

DISEÑO METODOLÓGICO

Esta investigación es de carácter descriptiva y exploratoria, en cuanto ofrece una caracterización de las noticias publicadas en los periódicos para indagar qué se considera noticia en los diarios digitales en América Latina. Utiliza una metodología cuantitativa a través de la técnica de análisis de contenido para determinar los principales temas y sujetos que se hacen visibles a través de las informaciones de los medios estudiados. La información fue recopilada a través de un instrumento que contiene unidades de análisis alusivas a la agenda temática, origen de la información, soporte de la información, recursos visuales, comunicación por doble vía, fuentes de información, presencia mediática y cubrimiento de conflictos. El análisis se realizó utilizando el programa estadístico SPSS.

Para el diseño metodológico se tomó como base una revisión de la literatura relacionada con objeto de estudio, se diseñaron y aplicaron los instrumentos, se recopiló y sistematizó la información.

El universo de la investigación estuvo conformado por todas las publicaciones digitales de los diarios de habla hispana en

América Latina, y a partir de allí se decidió que el número de unidades de observación serían 340 publicaciones (Latin American Network Information Center, LANIC, 2007), de las cuales se eligieron 10 que cumplen con los siguientes requisitos y criterios: ser una publicación de circulación nacional, no ser una publicación especializada, poseer copia de la portada de la edición impresa en su sitio de Internet y desarrollar en su interior los titulares de la portada impresa.

Esta selección el tuvo cuidado de incluir un criterio geográfico que permitiera tener matutinos de los distintos lugares del continente, al tiempo que se usaron criterios cualitativos de expertos en el área de investigación en comunicación social de la Universidad del Norte de Barranquilla, como el desarrollo del país y representatividad del medio, entre otros.

Después del procedimiento de análisis multicriterio e intencionado se determinó llevar a cabo el estudio en los diarios *La Crónica* de México, *El Clarín* de Argentina, *La Estrella* de Panamá, *El Tiempo* de Colombia, *El Mercurio* de Chile, *El Universal* de Venezuela, *El New Herald* de la Florida, *El Herald* de Honduras, *La Razón* de Perú y *La República* de Uruguay. Las noticias contenidas en la primera página de cada uno de éstos constituyeron la unidad de análisis, por tanto fueron los sujetos de observación.

Para la escogencia de la muestra se construyó un diseño muestral intencionado por publicaciones, empleando un método aleatorio a partir de la técnica de la semana compuesta durante 6 fechas, desde el 1° de de abril hasta el 14 de mayo de 2007. Esta incluyó 500 instrumentos representativos de igual número de noticias de primera plana de los diarios escogidos.

Siguiendo con los parámetros de la investigación cuantitativa, se procedió a la elaboración de una prueba piloto del instrumento con los estudiantes de los programas de Relaciones Internacionales y Comunicación Social de la Universidad del Norte, debidamente entrenados, quienes se encargaron de la aplicación de los instrumentos. La experiencia permitió definir las categorías empleadas en el formato y consolidar sus significados dentro del proceso.

Para la recolección de los datos se utilizó la observación directa de la unidad de análisis por parte de los estudiantes, quienes fueron entrenados como codificadores y asignados a esta tarea. La validación de la investigación fue realizada por tres estudiantes sénior, de la siguiente manera: Se tomaron uno por uno los 500 cuestionarios diligenciados y se verificó que la información de cada campo coincidiera con la contenida en la unidad de análisis. Una vez satisfechos con el contenido, se procedió a probar la consistencia de la información obtenida del mismo. Así, los tres codificadores volvieron a diligenciar el 10% de las noticias, escogidas de manera aleatoria. Se hizo entonces una prueba de acuerdo entre los tres codificadores para comparar los resultados de codificación obtenidos.

Se utilizó el índice Scott's Pi (Lombard, M. Snyder-Duch, J. & Campanella, C., 2005), ampliamente difundido en los estudios de comunicación social, para hallar el grado de confiabilidad entre codificadores. De esta forma, los tres codificadores en forma independiente evaluaron las características del 10% de los mensajes para conocer en qué medida se pudieron llegar a la mismas decisiones de codificación. El Scott's Pi descuenta el nivel de 'acuerdo observado' con el nivel de 'acuerdo esperado'. Derivaciones muestran que la fórmula desestima el grado de acuerdo cuando la característica que se examina está raramente presente, por ejemplo, cuando está ausente de la data en el 85% o más de los casos examinados (American Sociological Association, 2004). En el caso de la validación que nos ocupa, los codificadores obtuvieron un coeficiente Scott's Pi global de un 92% de acuerdo promedio por pregunta, a partir de un nivel de confianza del 95%.

El análisis cuantitativo de los resultados se elaboró usando los paquetes estadísticos SPSS y *Stast Direct*. Con el primero se obtuvieron los análisis de distribución de frecuencia y las medidas de dispersión general y por estratos; con el segundo se obtuvieron otras medidas estadísticas adicionales. Posteriormente se procedió a la elaboración del informe final.

RESULTADOS

Esta sección describirá los principales hallazgos del análisis de contenido de los diarios digitales para conocer si ha habido cambios en las tendencias de producción informativa. Se reportarán primero los resultados en torno a la forma y participación social. A continuación, el origen y soporte de las informaciones, y posteriormente se dará cuenta de los actores sociales presentes en los textos, en términos de fuentes de información utilizadas por los periodistas para narrar la realidad, y actores sociales de los cuales se habla en las noticias y se ofrecerán algunas consideraciones finales.

REVOLUCIÓN: DE LECTORES A USUARIOS, UN RETO PARA LA PRENSA

La gran revolución tecnológica que ofrece Internet, la posibilidad de mantener una relación de doble vía con la audiencia, resulta un cambio sustancial en la dinámica de los medios. Sin embargo, parecería que ni los diarios latinoamericanos como institución ni los propios periodistas, han acabado de asimilar y prepararse para afrontar el reto. La mayoría de los medios digitales trabaja con el mismo equipo humano, por lo cual las notas terminan siendo las mismas que las publicadas en las versiones impresas y no hay diferencias sustanciales en su tratamiento, adoleciendo, en su gran mayoría, de la utilización de videos y gráficos interactivos para ofrecer una explicación más comprensiva de la realidad. Estudios sobre el tema dan cuenta de que en el 70% de los casos los comunicadores reportan no tener entrenamiento específico en el manejo de producción multimedial (Franco & Guzmán, 2004).

Los resultados de esta investigación evidencian que en más de la mitad de los casos no se registró la presencia de una herramienta virtual de comunicación de doble vía con el lector (ver gráficos 1a y 1b), a pesar de tratarse de las ediciones digitales de los diarios, que podrían permitir al lector interactuar con los productores de noticias desde las primeras etapas del proceso comunicativo, además de manifestar sus comentarios y opiniones.

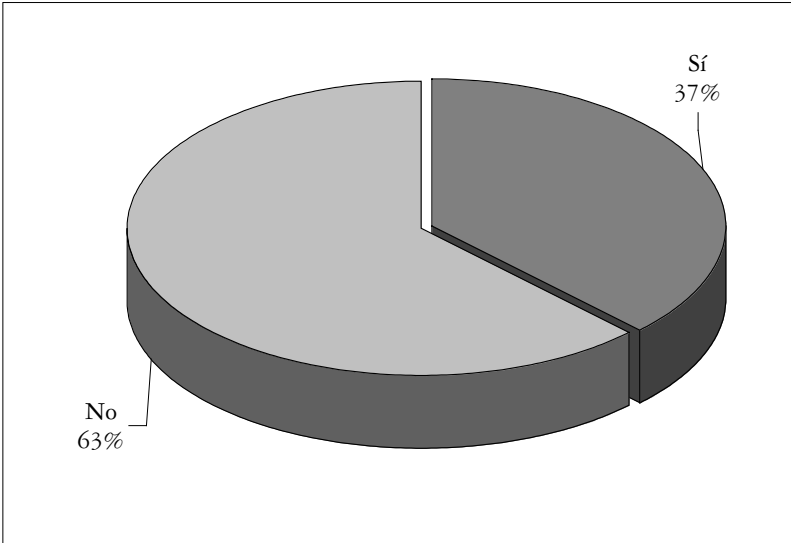


Gráfico 1a. La noticia permite la comunicación por doble vía (% del total)

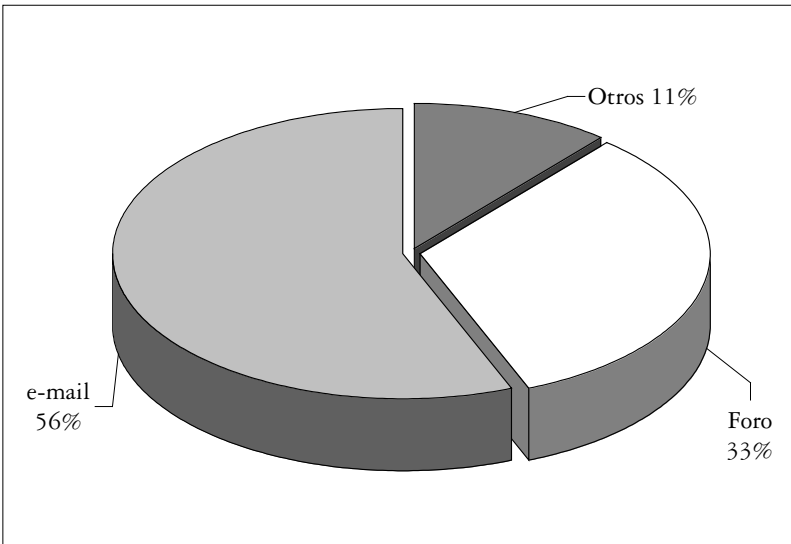


Gráfico 1b. Forma de comunicación por doble vía (% del total)

Como se muestra en las gráficas, hay una baja utilización de los recursos de participación ciudadana que brindan las nuevas

tecnologías, sobre todo del foro o *blog*, que resulta apropiado para llegar a consensos sobre temas que despiertan el interés de la opinión pública. Esta situación resulta lamentable, y podría explicarse en parte por un acceso todavía limitado del Internet en Latinoamérica, y una lenta apropiación de la tecnología en la producción informativa de los periódicos.

También podría interpretarse como una falta de herramientas de control de contenidos por parte de las empresas de medios, que manifiestan su preocupación por la cantidad de textos inapropiados que reciben de su audiencia, que ha pasado de tener un rol pasivo a uno activo: de lectores a usuarios. Así lo reconocen el 68% de los productores de sitios *on-line*, pero consideran, además, que estos mecanismos que permiten generar contenidos a los usuarios deben ser controlados para que no causen más daños que beneficios (*El Tiempo*, 2007).

A juzgar por los cambios que se derivan del papel de la tecnología en las rutinas profesionales de los periodistas, el papel de filtros o, más bien, de editores de las noticias, sería central en sus rutinas profesionales en las salas de redacción del futuro. “Mientras que en el periodismo de los medios tradicionales la noticia llega al público como un producto finalizado, en los periódicos digitales, la tecnología posibilita insertar al público en las etapas de la producción de noticias” (Goncalves, 2000: 179). Lo anterior obliga al periodista a estar mejor preparado, no sólo para utilizar con propiedad el entorno digital que lo rodea, sino para incluir mayor cantidad de análisis a las notas. Precisamente por esto resulta preocupante que los textos encontrados en la primera página de los diarios de América Latina fueran principalmente trabajo en formato de noticia simple. El reportaje y la crónica, que son los géneros periodísticos en los que se privilegia el análisis, tienen una presencia muy discreta en los diarios latinoamericanos.

Por otra parte, siguiendo la tendencia de los periódicos modernos, la utilización de los recursos visuales sigue siendo un recurso clave en los diarios digitales para llamar la atención de los lectores y mejorar su comprensión sobre la realidad que se describe

en las noticias. Como componentes visuales en los periódicos se consideran fotografías, cuadros, gráficos, tablas, figuras, caricaturas, dibujos, mapas, logos o cualquier otro elemento gráfico (Shoemaker & Cohen, 2006).

En ese sentido, los resultados del este estudio dan cuenta que las fotografías aparecieron en todas las primeras páginas de los diarios aunque, desde luego, no en todas las notas. Muchos de los textos prefirieron utilizar este apoyo visual, dejando por fuera opciones de carácter más referencial como los cuadros, gráficos, tablas y mapas. Las imágenes en primera plana siguen el patrón tradicional de ser visualmente atractivas, ocupar buena parte del tercio superior izquierdo o derecho y mostrar *full* color. No se evidencia ningún sesgo que implique que haya la intención particular por parte de ningún diario de resaltar categoría de cubrimiento informativo alguna (ver gráfico 2).

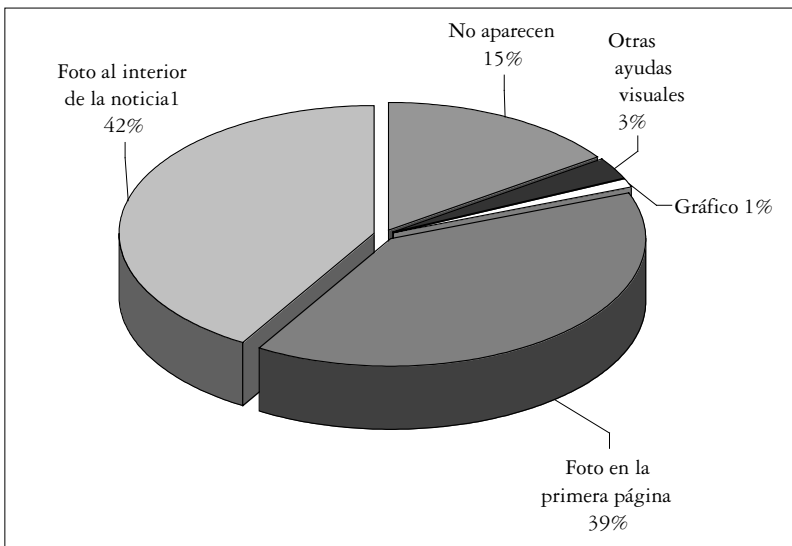


Gráfico 2. Utilización de recursos visuales por noticia (% del total)

Estudios sobre el impacto de las imágenes televisivas sobre el público han reafirmado la sabiduría popular en el sentido de que

“una imagen vale más que mil palabras”, toda vez que afectan tanto la calidad como la cantidad de lo que se almacena en la memoria, en formas que difieren de la información verbal. Las imágenes negativas, por ejemplo, inhiben la recordación del material que lo precede e enriquecen el recuerdo del material que les sigue (Newhagen & Reeves, 1992). De manera que resultan muy importantes cuando se trata de discutir los efectos de los mensajes de otro medio de comunicación electrónico, Internet, en Latinoamérica.

LA INDEPENDENCIA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS, UN GRAN AVANCE HACIA LA REDEFINICIÓN

Uno de los más importantes hallazgos obtenidos en este estudio se desprende de la evidencia referente al soporte de la información. Los resultados muestran que tres cuartas partes de las noticias tratan temáticas nacionales, abordadas por redactores de planta de los diarios, y que en casi la mitad de las notas se pudo identificar un periodista o periodistas de planta como los autores (ver gráficos 3 y 4).

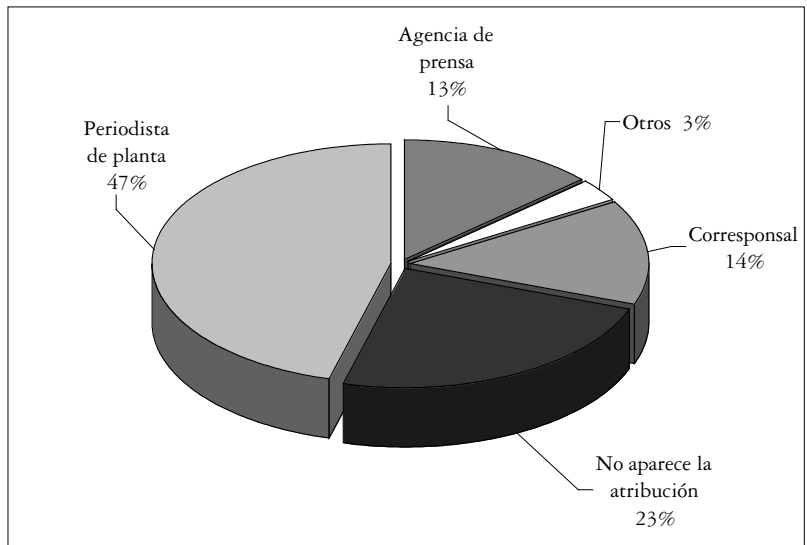


Gráfico 3. Soporte de la información
(% del total)

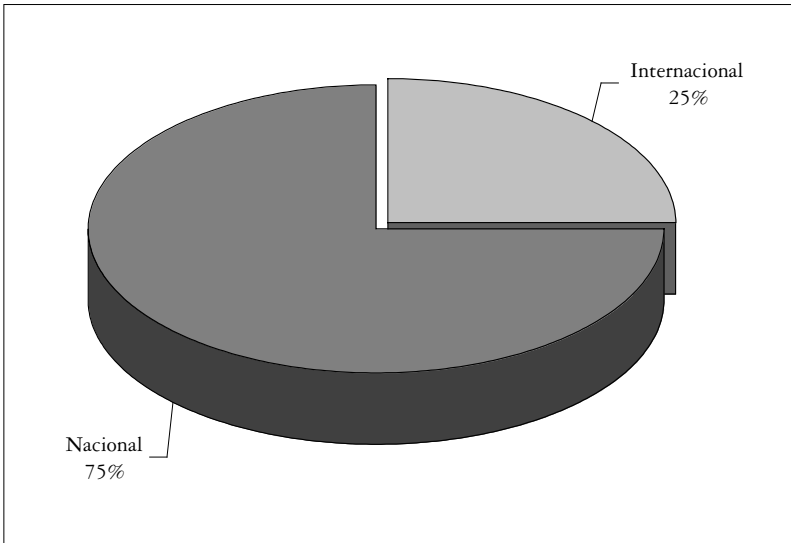


Gráfico 4. Origen de la información

Lo anterior da cuenta de un primer grito de independencia afortunado de la prensa de Latinoamérica respecto a las agencias de prensa internacionales. Los hallazgos de estudios de un cuarto de siglo atrás muestran la situación inversa: una dependencia muy marcada de agencias norteamericanas, europeas y otras fuentes fuera de la región (Reyes Mata, 1980; Montalbano, 1985). Esta ruptura resulta altamente positiva tanto para el crecimiento del periodismo como disciplina como para la audiencia de los medios en Hispanoamérica, que puede tener una información más contextual de lo que ocurre en su entorno al estar siendo construida por comunicadores locales.

De otra parte, también se da cuenta de una mayor presencia de corresponsales y enviados especiales de los diarios fuera de su área de influencia respecto al pasado cuando, según otras investigaciones, ningún diario mantenía corresponsales en el extranjero (Reyes Mata, 1980). En las últimas dos décadas, los distintos países de Latinoamérica fueron creando sus propios servicios regionales y nacionales de información, de forma que la dependencia de las grandes agencias como UPI, AP y Reuters se ha reducido.

TEMAS Y ENCUADRES TRADICIONALES, LA GRAN FRUSTRACIÓN

A pesar de los cambios sustanciales que representan los adelantos tecnológicos en la difusión de los diarios, ha habido pocos cambios en los contenidos. Los resultados de este estudio evidencian pocas diferencias en torno a las temáticas y los sujetos que tienen cobertura prominente respecto a estudios anteriores. Así, en esta investigación, la agenda de los diarios se centró principalmente en la política (ver tabla 1), hallazgo que se equipara con el de un estudio sobre las Estructuras de las Noticias Internacionales, desarrollado por la Unesco, en el cual se compararon periódicos del Primero y del Tercer Mundo (Unesco, 1982, citado por Van Dijk, 1988). El centrar la atención de las noticias de Latinoamérica en la política parece ser una tendencia arraigada en la tradición de los diarios de la región, reportada por otros estudios (Fox, 1998).

Tabla 1
Agenda temática por países

AGENDA TEMÁTICA	PANAMÁ	MÉXICO	PERÚ	HONDURAS	URUGUAY	ARGENTINA	EU. (FLORIDA)	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	% DEL TOT.
POLÍTICA	26,1	34,9	61,5	7,2	24,2	12,9	9,1	21,1	32,1	22,0	23,05
CONFLICTOS SOCIALES/CRIMINALIDAD	6,5	19	23,1	25,3	9,1	22,9	22,7	28,1	9,3	14,0	18,85
ECONOMÍA Y NEGOCIOS	21,7	4,8	3,8	12,0	33,3	4,3	18,2	8,8	16,0	19,0	13,52
CIUDAD	6,5	11,1	0,0	6,0	6,1	11,4	13,6	8,8	1,3	16,0	8,67
ARTE/FARÁNDULA	7,0	6,3	0,0	9,6	0,0	7,1	4,5	5,3	9,3	7,0	6,41
DEPORTES	6,5	0,0	3,8	7,2	12,1	11,4	0,0	3,5	9,3	6,0	6,41
SALUD	13,0	6,3	0,0	9,6	0,0	4,3	4,5	0,0	1,3	3,0	4,51
MEDIO AMBIENTE	0,0	1,6	0,0	2,4	0,0	7,1	0,0	5,3	9,3	2,0	3,47
RELIGIÓN	2,2	6,3	0,0	4,8	3,0	2,9	13,6	3,5	1,3	1,0	3,29
AVANCES EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	4,3	1,6	0,0	1,2	3,0	4,3	0,0	5,3	4,0	3,0	2,95
EDUCACIÓN	2,2	3,2	0,0	4,8	0,0	2,9	4,5	1,8	1,3	2,0	2,43
FAMILIA INFANCIA	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	2,9	0,0	5,3	2,7	2,0	2,43
TRANSPORTE	2,2	1,6	3,8	1,2	0,0	2,9	4,5	1,8	2,7	2,0	2,08
DESASTRES NATURALES	2,2	1,6	3,8	1,2	9,1	2,9	4,5	1,8	0,0	0,0	1,91
AGRICULTURA	0,0	1,6	0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,52
MISSINGS	0,0017	0	0	0	0,0017	0	0	0	0	0,0017	0,52

El protagonismo de la información política resulta hasta cierto punto predecible, porque ésta se ocupa de asuntos que competen

a todos. También se explica a partir de la deontología de la práctica periodística, toda vez que los medios de comunicación destinan periodistas en forma permanente en las oficinas públicas, de manera que los contenidos que producen tienen mayor posibilidad de ser visibles en los medios. Algunos titulares encontrados fueron: “*PRI y PRD exigen en el Senado reorientar el combate al hampa*” (*La Crónica de México*, 18 de abril de 2007); “*‘Paras’ piden que les dejen hacer política*” (*El Tiempo de Colombia*, 2 de abril de 2007); “*Canciller mapochino Foxley reitera que el tema ya está resuelto*” (*La Razón del Perú*, 10 de abril de 2007).

En efecto, los hallazgos de este estudio parecen reforzar una práctica generalizada en el cubrimiento noticioso que se resume en las palabras de un académico argentino: “Todos nosotros hemos sido educados profesionalmente de acuerdo con la idea de que el gobierno es la principal fuente de información, que todo lo que ocurre dentro del él es importante... Esa es la versión periodística de la ley del menor esfuerzo. Es más rápido y más fácil practicar periodismo basados en el mundo gubernamental que poniendo énfasis en lo que está ocurriendo en la sociedad” (Waisbord, citado por Schudson, 2003: 134).

En relación con el encuadre escogido por los periodistas para contar la actualidad, los textos de los diarios estudiados muestran en forma muy marcada un encuadre oficialista —como se mostrará más adelante cuando se mencionen las fuentes— mediante una construcción que destaca la visión de quienes están en el poder, sin que las notas muestren con igual peso la visión de otros actores, como especialistas, académicos y usuarios; especialmente estos últimos, ciudadanos comunes a los que pueden tener acceso con facilidad a partir de las bondades de la llamada Web 2.0. Así, las noticias acerca de actos, declaraciones o intervenciones de Hugo Chávez, Néstor Kirchner, Michelle Bachelet, Álvaro Uribe, George Bush, Felipe Calderón y su gabinete —por ejemplo— dominaron la agenda informativa de la primera plana de los diarios de América Latina registrada en este estudio. “*Lula: La Continuidad de Kirchner es extremadamente importante*” (*El Clarín de Argentina*, 26 de abril de 2007); “*Gesto de Correa a Uribe le Devuelve Embajador*” (*El Tiempo*

de Colombia, 26 de abril de 2007); “*Entregó Calderón el anteproyecto del presupuesto 2008*” (*La Crónica* de México, 10 de abril de 2007); “*Torrijos se defiende luego de duras críticas a su persona*” (*La Estrella* de Panamá, 26 de abril de 2007) son ejemplos de encuadres en los que se les da prioridad a las visiones de los altos funcionarios públicos.

En contraste, las notas presentaron pocas intervenciones de miembros de la rama legislativa de los países dando cuenta de su actividad parlamentaria, para beneficio de la sociedad. En su lugar, los relatos incluyeron numerosas intervenciones de los miembros de las cámaras alta y baja entregando declaraciones en torno al trabajo del gobierno –por lo general críticas negativas– en respuesta a su rol de integrantes de la oposición. “*La Otra Visión. Senador Baraibar asegura que apoyo a (Tabaré) Vázquez responde a que se recuperó la línea de conducción*”, este titular publicado en el periódico *La República* de Uruguay, el 2 de abril de 2007, sería un ejemplo de lo dicho.

Estudios sobre las noticias internacionales dan cuenta de que “la política, los asuntos económicos y los conflictos que registran intervención de militares (incluyendo las guerras y guerras civiles) contabilizan la mayor cantidad de piezas noticiosas (cerca del 70%), seguidas por asuntos humanos, crímenes y desastres” (Van Dijk, 1988). Esta sobre valoración de lo negativo en la primera plana de la agenda mediática ha preocupado a los académicos, quienes han comprobado que la excesiva cobertura de noticias que tienen que ver con criminalidad y otras expresiones de violencia –como asesinato y violaciones– tienen un impacto directo y significativo en el comportamiento de la audiencia (McCombs, 2002; Reyes Matta, 1980; Newhagen, 1992). Mientras tanto permanece una subvaloración de las noticias que se relacionan con desarrollo social, eventos culturales y educación.

Lo anterior sugiere la idea que la prioridad del cubrimiento de medios en América Latina se ha mantenido en forma más o menos consistente en las últimas dos décadas. Tal como se reporta en el estudio mencionado de Van Dijk (1988), los asuntos de interés humano, los crímenes y los desastres, siguen en el listado de tópicos con cobertura prominente. Los titulares “*Familia Fallecida*

por *Monóxido de Carbono Soñaba con Casa Propia*”, del diario *El Tiempo* de Colombia del 10 de abril de 2007; “*Terremoto y Tsunami en Islas Salomón*”, de *La Estrella* de Panamá del 2 de abril de 2007; “*Dos Policías Asesinados por Asaltos en Capital*”, de *El Clarín* de Argentina del 10 de abril de 2007, dan cuenta de lo afirmado.

A diferencia de los hallazgos de este estudio, otros reportes académicos (Shoemaker & Cohen, 2006) dan cuenta que en otras latitudes encabezan la lista de temáticas frecuentes los deportes y los eventos culturales. Este es el caso de indagaciones recientes sobre la agenda informativa en el siguiente grupo de países del mundo: Australia, China, Chile, Alemania, India, Israel, Jordania, Rusia, Sudáfrica y E.U.

Por otra parte, este estudio encontró que los diarios de la región centran la atención en los conflictos sociales en segundo lugar. En algunos estudios sobre valores noticiosos (Price, Tewksbury & Powers, 1997) se ha encontrado una relación muy cercana entre política y conflictos. En efecto, muchos encuadres de las noticias que tienen que ver con política incluyen conflictos, porque los ángulos con que se hacen visibles las informaciones de este tipo dan cuenta de las posiciones antagónicas, como se evidencia en el siguiente titular de *El Clarín* de Argentina, del 26 de abril 2007: “*Causas por violaciones a los Derechos Humanos durante la Dictadura*” y “*Basta ya de Violencia, gritan en marcha*”, de *El Heraldo* de Honduras, con un par de días de diferencia: 28 de abril de 2007.

De otro lado, que los diarios se hayan enfocado en la información económica en tercer lugar reafirma también la centralidad de ésta en la vida pública de la región. América Latina en su conjunto pasa por un buen momento económico que se ve reflejado en los indicadores de crecimiento del Producto Interno Bruto de la mayoría de los países, a pesar de que prevalecen viejos males como la pobreza, la desigualdad y el desempleo, para recordarnos que todavía falta mucho camino por recorrer. “*Chile es el país más atractivo de América Latina para invertir en Infraestructura*”, publicado por *El Mercurio* de Chile el 26 de abril de 2007, y “*Empresarios e Industriales confían en TLC con EE.UU.*”, de *La Estrella* de Panamá

del 12 de mayo de 2007, son algunos de los encabezados que dan cuenta de lo dicho.

Finalmente, al detenernos en los hallazgos sobre las fuentes de información que utilizan los periodistas en la primera plana de los diarios, nos encontramos que aparecen encuadres tradicionales que tienden a amplificar la voz de los actores sociales que detentan el poder. Así, continúa la gran frustración de quienes están convencidos de que el periódico debe ser un narrador polifónico que favorezca también la participación de quienes forman parte de la sociedad civil. En este estudio, el gobierno y los servidores públicos ocuparon la mayoría de las frecuencias (ver tabla 2).

Tabla 2
Fuentes de la información: *¿Quién habla?*

FUENTE DE LA INFORMACIÓN	PANAMÁ	MÉXICO	PERÚ	HONDURAS	URUGUAY	ARGENTINA	EU. (FLORIDA)	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	% DEL TOT.
GOBIERNO/SERVIDORES PÚBLICOS	56,0	42,7	57,1	20,8	38,0	28,1	20,7	32,8	47,4	33,0	35,82
ACADÉMICOS/ESPECIALISTAS	8,0	10,7	7,1	9,4	8,0	13,4	41,4	14,8	14,1	10,3	12,35
NARRACIÓN DEL PERIODISTA	0,0	4,0	0,0	15,1	16,0	8,5	0,0	13,1	9,0	7,2	8,54
VICTIMAS TESTIGOS	4,0	8,0	0,0	12,3	4,0	9,8	0,0	6,6	1,3	9,3	6,86
EMPRESAS PRIVADAS	8,0	9,3	0,0	8,5	6,0	3,7	3,5	3,3	5,1	11,3	6,71
OTRAS	10,0	1,3	7,1	10,4	4,0	3,7	6,9	4,9	5,1	2,1	5,34
FUERZA PUBLICA	2,0	2,7	14,3	8,5	8,0	6,1	10,3	1,6	1,3	3,1	5,03
ORG. O MOVIMIENTOS SOCIALES	4,0	2,7	3,6	4,7	6,0	3,7	6,9	0,0	2,6	5,2	3,81
CELEBRIDADES	2,0	1,3	0,0	3,8	0,0	3,7	3,5	1,6	6,4	7,2	3,51
IGLESIAS	2,0	4,0	0,0	2,8	2,0	3,7	6,9	3,3	2,6	2,1	2,90
DEPORTISTAS	2,0	0,0	3,6	1,9	0,0	6,1	0,0	3,3	5,1	3,1	2,74
PARIENTES/ALLEGADOS	0,0	1,3	0,0	1,9	2,0	2,4	0,0	4,9	0,0	1,0	2,13
SINDICATOS	2,0	4,0	7,1	0,0	2,0	3,7	0,0	1,6	0,0	3,1	2,13
GRUPOS ILEGALES	0,0	1,3	0,0	0,0	2,0	1,2	0,0	4,9	0,0	0,0	0,91
PARTIDOS POLÍTICOS	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	2,1	0,76
JÓVENES	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	1,6	0,0	0,0	0,61
NIÑOS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,15
TERCERA EDAD	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,15
CAMPESINOS	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,15

De igual forma, en la presencia mediática, que mide *de quién se habla* en los textos de primera página, se encontró que estos actores también ocupan el primer lugar, lo cual evidencia, una vez más, la tendencia muy marcada a que los discursos de prensa

amplifiquen las voces de quienes tienen más poder (ver tabla 3). Académicos como Mc Combs (2002) señalan que el destacar objetos en los medios masivos está unido a la formación de opiniones en la audiencia. En este sentido, la importancia de las figuras públicas en las noticias lleva a que la gente abandone una posición neutral y se forme una opinión acerca de esas personas que tiende a coincidir con el encuadre que utilizan los medios para referirse a ellos. “*Bachelet reafirma postura chilena ante demanda marítima de Perú*” (10 de abril de 2007), de *La Razón* de Lima; “*Lula llama a Bush a apoyar integración*” (2 de abril de 2007), de *El Universal* de Venezuela, son algunos de los muchos titulares en los que aparecen los jefes de Estado como figuras centrales.

Tabla 3
Presencia Mediática: ¿De quién se habla?

PRESENCIA MEDIÁTICA	PANAMÁ	MÉXICO	PERÚ	HONDURAS	URUGUAY	ARGENTINA	EU. (FLORIDA)	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	% DEL TOT.
GOBIERNO/SERVIDORES PÚBLICOS	42,3	31,7	50,0	21,8	31,2	21,4	33,3	29,5	46,9	27,5	31,44
VICTIMAS TESTIGOS	5,8	7,3	7,9	10,9	14,8	13,3	6,1	4,9	0,0	9,9	8,54
EMPRESAS PRIVADAS	11,5	2,4	5,3	6,9	9,8	5,1	3,0	6,6	4,9	10,7	6,91
ACADÉMICOS/ESPECIALISTAS	5,8	2,4	2,6	7,9	9,8	9,2	9,1	6,6	7,4	3,8	6,37
OTROS	7,7	2,4	0,0	1,0	8,2	7,1	3,0	8,2	11,1	8,4	6,10
FUERZA PUBLICA	1,9	2,4	13,2	6,9	0,0	9,2	6,1	1,6	3,7	5,3	5,01
DEPORTISTAS	5,8	0,0	2,6	5,9	4,9	8,2	0,0	3,3	8,6	4,6	4,88
CELEBRIDADES	3,9	2,4	0,0	7,9	0,0	4,1	6,1	3,3	6,2	6,9	4,61
ORG. O MOVIMIENTOS SOCIALES	5,8	3,7	7,9	7,9	3,3	4,1	6,1	1,6	1,2	5,3	4,61
PARTIDOS POLÍTICOS	1,9	11,0	5,3	0,0	1,6	3,1	3,0	6,6	3,7	3,1	3,79
GRUPOS ILEGALES	3,8	4,9	2,6	2,0	4,9	2,0	0,0	14,8	1,2	0,8	3,39
JÓVENES	0,0	7,3	0,0	5,0	1,6	3,1	6,1	3,3	1,2	2,3	3,12
SINDICATOS	0,0	8,5	0,0	1,0	8,2	1,0	0,0	0,0	0,0	5,3	2,85
IGLESIAS	0,0	3,7	0,0	2,0	0,0	2,0	12,1	3,3	1,2	2,3	2,30
PARIENTES/ALLEGADOS	0,0	1,2	0,0	8,9	0,0	3,1	0,0	1,6	0,0	2,3	2,30
NIÑOS	1,9	3,7	0,0	4,0	0,0	2,0	3,0	0,0	1,2	0,8	1,76
MINORÍAS ÉTNICAS	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,3	0,0	0,0	0,54
CAMPESINOS	0,0	1,2	2,6	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,41
TERCERA EDAD	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,41
MINORÍAS SEXUALES	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,27
MISSINGS	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	1,6	0,0	0,8	0,41

Las cifras representan porcentajes.

Lo anterior contraviene el espíritu de especialidades de la profesión como el periodismo cívico o comunitario, en el que se hace un esfuerzo mayor por acercar la agenda de los medios a las temáticas que interesan a los ciudadanos, dándoles más participación.

Por otra parte, preocupa la escasa independencia investigativa de los medios que se evidencia en estas cifras, toda vez que los contenidos se construyen en forma prominente con los insumos que suministran los actores institucionales. En este sentido, parecería ser que la agenda de los medios se le está escapando de las manos a los periodistas y tampoco le pertenece a los ciudadanos. Todo apunta a creer que el control se les está cediendo a los políticos, gobernantes en ejercicio, asesores de imagen y otras fuentes institucionales. En un estudio sobre el impacto de los encuadres de las noticias sobre las respuestas cognitivas de los lectores, los autores advierten sobre el peligro que encierran este tipo de decisiones —centrar la agenda de los medios en los discursos de quienes están en el poder— sobre la audiencia, toda vez que puede lograr una visión tal vez distorsionada sobre el clima político (Price et al., 1997).

Otra anotación importante consiste en observar que en la primera página de los diarios —después del gobierno y otros actores institucionales— hablan las víctimas y testigos. Este hallazgo se repite en otros estudios de la prensa en América Latina (Barrios, 2000; Ronderos & Moreno, 2007), en donde se ha encontrado que existe la tendencia por parte de los medios informativos a preferir mostrar a los ciudadanos en un rol pasivo, de individuos quejumbrosos, que dejan su destino en manos de sujetos y factores externos, en lugar de mostrarlos tomando parte activa y positiva en la construcción de su destino.

CONSIDERACIONES FINALES

El resultado de algunas investigaciones sobre los valores que influyen en la decisión de que un evento se constituya o no en noticia permite concluir que a pesar de las diferencias que se presentan en los contextos geográficos, el idioma, el sistema político, la re-

ligión, la cultura y el tamaño de la población de los países, no hay muchas diferencias entre las decisiones de los productores de información en todo el globo (Shoemaker & Cohen, 2006). En este estudio no se reporta la presencia de valores noticiosos distintos de los tradicionales, en este momento particular del ejercicio del periodismo en la región, en el cual se presenta una revolución tecnológica importante como es la difusión de los contenidos a través de Internet.

El marco de referencia que proporciona Latinoamericana con redefiniciones también en la realidad social y en los regímenes políticos en siete países –presidentes elegidos en forma democrática que se convierten en dictadores, reformas constitucionales, fallos judiciales condenatorios a ex presidentes y cancelación de la licencia de funcionamiento a medios de comunicación– ayuda a entender las decisiones de los editores de noticias de centrar la agenda de los diarios en los asuntos políticos.

Sin embargo, el encuadre de las noticias privilegia el tratamiento de los asuntos públicos a partir de la perspectiva de políticos en ejercicio, gobernantes y otros actores sociales que constituyen la élite en el poder, colocando en posición desventajosa a los ciudadanos, a pesar del enorme potencial de éstos como aliados de los periodistas, que brinda la nueva revolución tecnológica.


Resulta importante destacar que las noticias que registran los diarios son principalmente nacionales, redactadas por periodistas locales y que la participación de las foráneas –ofrecidas por agencias de prensa– se ha reducido en forma considerable, a diferencia de lo que ocurría un cuarto de siglo atrás.

De otra parte, los diarios parecerían estar prefiriendo las noticias simples sobre los reportajes o las crónicas, para adaptarse al formato de su edición digital, con lo cual quedaría un vacío – una gran frustración– en el aporte de la prensa en la sociedad como espacio de reflexión y análisis.

En el marco de la reinención de la prensa, sin embargo, hay esperanza en el hecho que los diarios del ciberespacio no han terminado de hacer los ajustes. Ni tampoco los diarios en papel. Y

parece que hay consenso en el diagnóstico que las oportunidades hacia el futuro descansan en ofrecer un enfoque más analítico.

De esta forma, después de haber revisado la agenda de los diarios queda una agenda investigativa amplia y atractiva. Algunas de las tareas incluyen ampliar la muestra objeto de estudio, hacerles seguimiento a las diferencias y semejanzas individuales de los países, seguir profundizando en los valores que definen el criterio de selección noticiosa en esta parte del mundo y hacer estudios comparativos.

Así se podría aprovechar mejor el enorme potencial que tiene la tecnología cuando se pone al servicio del principal postulado ético del periodismo: el servicio a la sociedad. 

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Silvina A. (2006). Periodismo en línea latinoamericano: Explorando tendencias internacionales en versiones digitales de diarios. *Revista Razón y palabra*, 49, 72.
- American Psychology Association (2004). *Manual APA*, 4ª ed.
- Barrios, Marta Milena (2000). Violencia y Paz en los Discursos de la Prensa. *Revista Investigación y Desarrollo*, 11.
- Bassi, Isabella. Las Tendencias Actuales de la Prensa. Centro de Investigación en Medios y Sociedad Andes. www. CIMAS, Centro de Investigación de Medios y Sociedad Andes. Bajado el 25 de octubre de 2007.
- Berganza, M. & Ruiz San Roman, J. (2005). *Investigar en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1998). *La Construcción social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bryant, J. & Zillmann, D. (1996). *Los Efectos de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- CEPAL (2006, abril). Latin America and the Caribbean Projections 2006-2007. *Estudios Estadísticos y Prospectivos Series*, N° 42.
- Cornog, E. (2005). Let's Blame the Readers. *Columbia Journalism Review*, January- February.
- DATEXCO (2007). Opinómetro latinoamericano: Una Mirada a la Política Exterior latinoamericana (USA en Latinoamerica). http://datcoes.datexco.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=99
- Ferreira, L. (2006). *Centuries of Silence: The Story of Latin American Journalism*. Westport: Praeger Publishers.
- Fighting Over Deck Chairs: Print Vs. Online. The Millon. Bajado el 29 de octubre de 2007 de <http://www.themillionsblog.com/2007/09/fighting-over-deck-chairs-print-vs.html>
- Fox, E. (1998). En P. Schlesinger (ed.). *International Media Research: Critical Survey*. New York: Routledge.
- Franco, G. & Guzmán, J. (2004) The State of Online Journalism in Latin America: A continent-wide newspaper survey reveals a disparity with print in pay and reputation. Tomado de: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=64532#authors.
- Gill, J., Arroyave, J. & Soruco, G. (2006). Covering Chavez in U.S. Media: How Elite Newspaper Reports a Controversial International Figure. Barranquilla, revista *Investigación y Desarrollo*.

- Gómez Maseri, S. (2006). Bush se queda cada día más solo en una América Latina Izquierdizada. *El Tiempo*, domingo 31 de diciembre de 2006, p.14.
- Gómez Maseri, S. (2007). Irán, cortina de humo por yerro en Irak. *El Tiempo*, domingo 18 de febrero de 2007, p. 1-16.
- Gomis, L. (1997). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Gonçalves, E. (2000). *La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Habermas, J. (1994). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona: G. Gili.
- Harcup, T. & O’neill, D. (2001). What is News? Galtung & Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2 (2), 261-280.
- Haugaard, L. (2007). Latin America News & Views. An occasional series of viewpoints from Latin America. Tomado de http://www.lawg.org/docs/lanv_pew_global_attitudes.pdf
- Imbert, G. (1992). *Los Escenarios de la Violencia*. Barcelona: Icaria.
- Iyengar, S. & Adam, S. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda Setting, Priming and Framing. *Communication Research*, 20.
- Iyengar, S. & Kinder, D. (1987). *News that Matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kishan Thussu, D. (2006). *International Communication. Continuity and Change*. London: Hodder.
- Latin American Network Information Center, Lanic (2007). http://convention.allacademic.com/asa2004/view_paper_info.html?pub_id=2721&part_id1=24782
- Lombard, M. Snyder-duch, J. & Campanella, Ch. (2005). Practical Resources for Assessing and Reporting Intercoder Reliability in Content Analysis Research Projects <http://www.temple.edu/sct/mmc/reliability/>
- Lucca, N. & Berríos, R. (2003). *Investigación Cualitativa en Educación y Ciencias Sociales*. San Juan: Publicaciones Puertorriqueñas Editores.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. (1995). La influencia de las Noticias sobre Nuestras Imágenes del Mundo. Ponencia presentada en la Conferencia sobre Nuevas Tendencias en Comunicación. Roma (Italia).

- McCombs, M. Shaw, D. & Weaver, David (1997). *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Theory*. New Jersey: Lawrence.
- McCombs, M. (2002). The Agenda Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. Paper presented at Mass Media Economics 2002 conference, London School of Economics: [Http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf](http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf)
- Montalbano, W. (1985). *Dialogues*, 57, September. Latin American and Caribbean Center, Florida International University.
- Morfin, J. (1997). La prensa latinoamericana en Internet: Una Instantánea de los Primeros Años. *Texas Papers on Latin America Paper*, 97-01. Tomado de: <http://lanic.utexas.edu/project/etext/llilas/tpla/9701.html>
- Newhagen, J. & Reeves, B. (1992). The Evening's Bad News: Effects of Compelling Negative Television News Images on Memory. *Journal of Communication*, 42, 25- 41.
- Newhagen, John (2007). Correspondencia con Marta Milena Barrios, 4 de junio de 2007.
- Oppenheimer, A. (2006). Los Pronósticos para el 2007. *El Heraldo*, miércoles 20 de diciembre de 2006, p. 3A.
- Orozco Gómez, G. (1997). *La Investigación de la Comunicación dentro de América Latina. Tendencias, Perspectivas y Desafíos del Estudio de los Medios*. Universidad de La Plata.
- Project For Excellence In Journalism (2007). The State of the News Media 2007: An annual report of American Journalism. Bajado el 1º de noviembre de 2007 de <http://www.stateofthenewsmedia.org/2007/>
- Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997). *Switching Trains of Thought. The impact of News Frames on Reader's Cognitive Responses*. Sage.
- Poindexter, P. & McCombs, M. (2000). *Research in Mass Communication*. Boston: Bedford.
- Reyes Matta, F. (1980). The concept of News in Latin America: dominant values and perspectives of change. In *News Values and Principles of Cross-cultural Communication*. Paris: Unesco.
- Ronderos & Moreno (2007). *Cómo cubrir las Elecciones. Manual para Periodistas*.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: Norton.
- Severini, W. & Tankard, J. (2001). *Communication Theories. Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (5th ed.). New York: Longman.
- Shoemaker, P. & Cohen, A. (2006). *News Around the World. Content, Practitioners and the Public*. New York: Routledge.

- Skewes, E. (2007). *Message Control*. Maryland: Rowan.
- Tendencias Digitales (2007). <http://internet-latinoamerica.blogspot.com/2006/12/amrica-latina-cerca-del-promedio.html>. Bajado el 18 de octubre de 2007.
- Tendencias mundiales de la prensa: La difusión mundial de los periódicos y la publicidad en auge (2007). World Association of Newspapers. Tomado de <http://www.wan-press.org/article14361.html>
- Tuchmann, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Unesco (1980). *News Values and Principles of Cross-cultural Communication. Reports and Papers on Mass Communication*. Paris: Unesco.
- Newspapers Websites For Latinamerica & Iberia (2002). Universidad de Indiana. Tomado de www.libraries.iub.edu/index.php?pageId=2992
- Vivian, J. (2006). *The Media of Mass Communication*. Boston: Pearson.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press*. New Jersey: Lawrence.
- Van Dijk, T. A. (2004, 17 de febrero). Comunicación y Poder. Análisis Crítico de la Noticia. Conferencia dictada en la Universidad Nacional de Colombia.