

DESMITIFICANDO LA HOMOGENIZACIÓN EN UN CONTEXTO DE GLOBALIZACIÓN

Beatriz Elena Inzunza Acedo¹

Resumen

La globalización en los medios de comunicación ha sido motivo de preocupación hacia la posible homogenización de información. Sin embargo, es necesario diferenciar la uniformidad en la estructura hacia el manejo de producto mediático a la forma en que se aborda la misma. Para fines de este ensayo, se toma como ejemplo el evento del terremoto en Chile de febrero del 2010, y se analizan los titulares y fuentes de información que usan seis portales de noticias de diferentes países del Occidente. Los resultados apuntan a que hay un proceso de domesticación en el evento en el cual se diversifica la información de acuerdo a cada región.

Palabras clave

Globalización, Noticias, Diversificación, Portales, Domesticación

Abstract

Globalization has been a matter of study since it is possibly a reason for homogeneous information in media. However, it is necessary to differentiate the uniformity of the structure when making news from the approach that is given to it. In this paper, the Chile's earthquake from february 2010 is taken as an example to analyze the headlines and sources used in six news portals from six different countries. Results indicate that there is a process of domestication of the event, which diversifies the information according to each region.

Keywords

Globalization, News, Diversification, Portals, Domestication

Existen muchas discusiones respecto a si la globalización es sinónimo de homogenización y por lo tanto, en un fenómeno que persigue la universalización de la cultura. Adams (2008, p. 616) cuestiona esta discusión diferenciando la forma cultural, que se refiere a la estructura (género o forma de producción), del contenido cultural, que funciona a un nivel más interpretativo (símbolos e historias). Mientras que la forma cultural sí pareciera hacer los mensajes más similares, el contenido cultural promueve la diversificación puesto que considera lo particular de un grupo cultural específico.

Tomando como base la discusión de Adams surge la idea general de este ensayo, en la que se pretende tomar los conceptos de universal, estándar, internacional y global como atributos de los productos mediáticos, y no como descripción general de ellos, y su aplicación será en medios periodísticos. Se empezará por hacer una revisión teórica de estos términos, los cuales se han acomodado en la siguiente tabla:

		Respecto a factores externos	
		Medios pasivos	Medios activos
Respecto a factores locales	Pasivos	Universal	Internacional
	Activos	Estándar	Global: dos escenarios: sólo local (corresponsales propios); o colaboración entre agencia y medio local

Tabla 1. Conceptos clave del ensayo

Antes de adentrar en los cuatro conceptos, se hará la aclaración de lo que significa la pasividad o actividad en factores externos y en factores locales. Por factores externos se entenderán los sucesos como tal (productos periodísticos), y el hecho de que un medio sea pasivo se refiere al involucramiento o participación que tiene el periodista con el hecho: ni es causante, pero tampoco actúa como corresponsal en la localidad. Actividad en factor externo significa que hay un agente que cubre directamente el evento, bajo los parámetros de su agencia de noticias o de un medio específico. Pasividad respecto a los factores locales implican a los atributos donde no hay acción por parte de un medio local, contrario a actividad en medios locales donde sí participan del proceso.

Por lo tanto...

Lo *universal*, desde su concepto más básico (Real Academia Española), significa que “comprende o es común a todos en su especie”. Adams (2008, p. 619) utiliza el concepto desde dos perspectivas: la universalización de lo particular, y la particularización de lo universal. Estos procesos los relaciona directamente con masificar el folclor de grupos culturales, y aplica en este proyecto en el sentido de que un evento ajeno a nuestro entorno llega a nosotros a través de la particularización de lo universal, y lo hace de nuestro propio interés por medio del apropiamiento de ese “universal”. Y por el contrario, cuando sucede un evento de un entorno que resulta de interés general para otras regiones, es gracias a la universalización de ése particular que se puede dar a conocer.

Mattelart (1998) critica al economista Theodor Levitt por su posición radical que dice que la ‘estandarización universal’ es sinónimo de “homogeneización de las necesidades mundiales”, puesto que dice que la masificación alterna con la desmasificación a manera de dialéctica: mismo principio de la universalización de lo particular y la particularización de lo universal.

De nuevo Adams (2008, p. 624), indica que el atributo de lo universal, es precisamente lo que legitima un evento a que se convierta en un producto periodístico. No es difícil confundir esto con el siguiente atributo de estándar, que es cuando ya hay una intervención de alguien que dicta qué es relevante y que no en el campo de la información.

Huntington (2000, p. 65) habla de una civilización universal: “la idea implica, en general, la confluencia de la humanidad y la creciente aceptación de valores, creencias, orientaciones, prácticas e instituciones comunes por pueblos y personas de todo el mundo.” Es importante considerar que como teórico político, sus bases para hablar de esta civilización universal parten de la difusión de ideologías, doctrinas, pautas de consumo y de comportamiento. Su aportación es relevante para este ensayo en el sentido de que aunque no se pueda generalizar en las culturas, sí se puede hablar de la propagación de una “cultura mundial común”, especialmente cuando hablamos de “la acrecentada interacción entre las personas –comercio, inversión, turismo, medios de comunicación, comunicaciones electrónicas en general”.

Para hacer una diferenciación más clara en su aplicación, lo *universal* en una nota periodística es aquello que es puro y objetivo, el evento tal cual, sin ninguna óptica ni perspectiva.

Lo *estándar*, de acuerdo con el político-económico Ugo Pagano (2007, p. 650) parte de una necesidad práctica del desarrollo de mercados, por lo que se propone (normalmente desde el Occidente) un “nuevo orden mundial” cuyo fin es estandarizar prácticas entre las culturas que formen parte de ese intercambio económico.

En el particular caso de la industria del periodismo, se requiere de este atributo para validar interculturalmente la información que se está dando a conocer, y se impone a través de la enseñanza y profesionalización de los periodistas. El etnólogo Jean-Pierre Warnier lo explica así:

La cultura escolar contemporánea se funda en dar prioridad al conocimiento científico, verificado o invalidado, Tiene vocación de universalidad, como la biomedicina, la química o la mecánica de los sólidos. la ciencia tiene pues una doble faz: es un conocimiento de valor universal y es un productor cultural de Occidente. (Warnier, 2002, p. 76)

Kodrich (2002) hizo un estudio en 61 periodistas nicaragüenses respecto a su preparación profesional. El 61.4% expresó su admiración por el periodismo estadounidense, de lo que podemos deducir que al menos esos casi 38 periodistas aspirarían a tener una capacitación por un experto de ese origen. De 39 que respondieron al origen del conferencista que les impartió un taller en algún momento de su preparación, el 49% tenía nacionalidad latinoamericana, 32% norteamericana y 21% europea.

Si quisiéramos identificar este atributo, podemos utilizar la conocida estrategia de las 5 W y la H (por su referencia en inglés: *What, Who, Where, When, Why, y How*; Qué, Quién, Dónde, Cuándo, Porqué y Cómo). Es un método comúnmente enseñado en las escuelas de periodismo para que en el campo se abarque la información básica y se pueda escribir “profesionalmente” una nota. De una forma más especializada, cada agencia de noticias cuenta con su manual de estilo, de manera que proyecta el carácter y posición política de la empresa.

Lo *internacional* se puede describir con la teoría del sistema mundial utilizada por Chang (1998, p. 534) en la cual propone un modelo de cobertura de países desde tres categorías: núcleo (países de primer mundo), semiperiferia y periferia. Sus conclusiones dicen que los países pertenecientes al núcleo, tienen garantizada su cobertura por los medios a nivel mundial, mientras que aquellos de la semiperiferia y periferia pasan por varios filtros antes de ser considerados como noticias lo suficientemente importantes como para ser cubiertos. Toma en cuenta factores como el contexto en el que se lleva a cabo el evento (historia, relación con otros países especialmente del núcleo, conflictos actuales, etc...) y al evento por sí mismo (un desastre natural o humano, por ejemplo).

Este atributo recae totalmente en si hay una empresa extranjera produciendo la nota, es decir, si hay una agencia de noticias involucrada en el proceso (especialmente cuando es extranjera al medio donde se publica). Cualquier temor de homogeneización se puede deber a lo *internacional* de la nota.

La creación de un mercado único de imágenes constituye un reto en la búsqueda de una cultura denominada global. Apenas se anunció el establecimiento de los grandes bloques comerciales, los grupos de comunicación y las cadenas planetarias, o regionales, se lanzaron en pos de los ‘universales culturales’. Uno de los axiomas de la búsqueda de un común denominador mundial es la ‘convergencia cultural de los consumidores’, un producto de los elementos que ha hecho calar la cultura de masas, con el transcurso de los años, en el imaginario de consumidores pertenecientes a distintas culturas. (Mattelart, 1998, p. 88)

Está claro que este “mercado único” está determinado por la agencia de noticias, que tiene sus propias políticas e intereses económicos o culturales, por lo que carece de objetividad y de un propósito de diversificación cultural. La labor que tiene un medio periodístico al obtener una nota por parte de una agencia de noticias (idealmente), consistiría en apropiarla y ‘glocalizarla’ de acuerdo a los intereses de su audiencia, lo que le da finalmente el atributo de *global*.

Chang, Wang y Chen (1998) utilizan el concepto de “domesticación” de las noticias internacionales para explicar la forma en que las noticias son adaptadas al contexto local. De acuerdo a Clausen (2004), las noticias internacionales son presentadas a las audiencias locales de acuerdo a los marcos de interpretación de cada nación. Por medio del control de las noticias que la audiencia recibe se protege la identidad nacional. (Sánchez, Polanco, y Santiago, 2009, p. 3)

La idea de lo *global* entonces significa que hay una reinterpretación de acuerdo al contexto local por parte del medio periodístico, que reflejará a su vez sus propios intereses y posición política frente al evento. Mientras que lo *internacional* busca su presencia a nivel mundial, lo *global* busca la penetración. No es lo mismo dar a conocer algo que posicionarlo en la mente del lector, y la mejor manera de involucrar a las distintas audiencias es haciendo el producto periodístico algo digno de su interés. Para ello es indiscutiblemente necesario diversificar la forma de comunicar un mismo evento para cada grupo cultural.

Aterrizando ideas en el periodismo

Para la aplicación de conceptos en este ensayo, se utilizó el caso del terremoto en Chile. Se revisaron los titulares que aparecieron en los buscadores de los portales de noticias de seis países, durante los primeros tres días después del suceso (27 de febrero al 1ro de marzo de 2010); y de cada nota se revisó el discurso del título y su fuente (agencias o corresponsales propios del portal).

Para elegir países, se partió de la clasificación de la investigación de Chang: tres pertenecientes al núcleo (de Europa y Norteamérica), y tres no pertenecientes (de América Latina). Para elegir el portal de noticias de cada país, se exploró en la página de Internet Alexa.com, de manera que se eligiera el portal de noticias más visitado de ese país, como se expone en la tabla a continuación.

Portal	País	Ranking Alexa del país	Ranking Alexa general
Clarín http://www.clarin.com/	Argentina	10	590
El Mundo http://www.elmundo.es/	España	12	456

BBC http://www.bbc.co.uk/	Reino Unido	6	44
CNN http://edition.cnn.com/	Estados Unidos	18	59
El Universal http://www.eluniversal.com.mx/	México	26	1, 229
El Universo http://eluniverso.com/	Ecuador	13	8, 669

Tabla 2. Portales de noticias utilizados para la investigación

La limitación más notoria es la diversificación de regiones. Esto se debe al factor idioma, puesto que, si bien hay portales de países de Medio Oriente, África y Asia en inglés o inclusive en español, definitivamente no es el más visitado desde esa región.

Indiscutiblemente, los atributos de universal y estándar están presentes en los seis portales de noticias mencionados en la tabla anterior, puesto que todos han reconocido el terremoto en Chile y han escrito una nota utilizando bajo los estándares “profesionales”. Respecto a lo internacional y lo global, surgen tres suposiciones:

- 1: El portal buscará tener el atributo de global apropiando al menos una nota a la cultura receptora, aún cuando el hecho no concierna directamente al país de origen.
- 2: Si el país de origen del portal pertenece al núcleo, es más probable que no contenga el atributo de internacional.
- 3: Si el país de origen del portal es vecino del país del que se habla en la nota, es más probable que no contenga el atributo de internacional.

Análisis de resultados

En lo que respecta a la cobertura, la diferencia en cantidad de notas que existe entre los diferentes portales es significativa en el sentido que mientras la BBC de Reino Unido tuvo ocho notas en total durante los tres días, Clarín de Argentina tuvo más de seis veces esta cantidad con 50 resultados en el buscador.

Llama la atención puesto que la BBC no es sólo un portal de noticias, sino una agencia informativa, al igual que CNN que en cambio, tuvo 34 notas. Aún estando por debajo de Clarín, la diferencia no es tan grande como con BBC. Con El Mundo de España, El Universal de México y El Universo de Ecuador, las cifras no varían más de cuatro notas entre una y otra.

Portal	# Notas
Clarín, Argentina	50
CNN, EUA	34
El Mundo, España	18
El Universal, México	17
El Universo, Ecuador	14
BBC, RU	8

Tabla 3. Resultados en orden de cantidad de notas

El caso de Clarín

El diario Clarín, pertenece al Grupo Clarín que divide sus unidades de negocio en cuatro: 1) Publicaciones e impresión, 2) TV, Radio y programación, 3) Cable y acceso a Internet, y 4) Contenidos digitales y otros. Es el conglomerado líder en medios de comunicación de Argentina, y es de Iniciativa Privada.

El primer artículo relacionado al terremoto en Chile, del 27 de febrero, en realidad se trató del sismo que se vivió en Salta, del territorio argentino. No fue sino hasta la segunda nota que se habló específicamente de Chile. Diecisiete notas tienen una domesticación del evento, y en realidad hablan de las réplicas o del apoyo brindado por Argentina a su país vecino. Se tocan temas como el seguimiento a la noticia con los tsunamis, las fallas de comunicación, la búsqueda de personas, los testimonios y los discursos de Bachelet.

Titular	Fuente	Fecha
Por el sismo de Salta, dos personas murieron aplastadas	Clarín	27-feb
El terremoto en primera persona	Clarín	27-feb
Aeropuertos argentinos recibieron vuelos que iban a Santiago	Clarín	27-feb
Bachelet pidió “calma y tranquilidad”	EFE	27-feb
Ginóbili envió sus condolencias a los familiares de las víctimas	Clarín-Facebook	27-feb
Una réplica muy fuerte sacudió a Salta	Clarín	27-feb

Cristina le ofreció “toda la ayuda necesaria” a Bachelet	Agencias Télam y DyN	27-feb
Alerta de tsunami en el Pacífico: el testimonio de una argentina	Clarín	27-feb
Ginés García: “Me dijeron que fue corto, pero tremendo”	Dyn	27-feb
El discurso completo de Michele Bachelet	Clarín	27-feb
Movimientos y temor en varias provincias del país	DPA, ANSA y Télam	27-feb
Un experto asegura que los dos sismos “no tienen ninguna relación”	Clarín	27-feb
Problemas con Internet y con las redes telefónicas	Clarín	27-feb
El mundo, conmovido con la tragedia	Clarín	27-feb
El sismo revivió el fantasma de 1960, el peor desastre de la historia	Clarín	27-feb
Clarín en Chile: “Otra vez somos presa de la ira de la tierra”	Clarín	27-feb
Sismo en Chile; al menos 300 muertos y más de 2 millones de damnificados	Clarín, AP	27-feb
La Red Solidaria recibirá donaciones para las víctimas del terremoto en Chile	Clarín	27-feb
Los fenómenos climáticos extremos acechan al mundo	Clarín	28-feb
Lanzan alerta de tsunami en al menos 50 países	Washington, AP, AFP, EFE	28-feb
“Asumimos la fatalidad de haber nacido en una cornisa”	Clarín	28-feb
Imprevisibles, los sismos no dependen del clima	Clarín	28-feb
El sismo, de 8.8 grados, golpeó de madrugada: al menos 214 muertos	Santiago, AFP, AP, EFE y DPA	28-feb
Un tsunami provocó daños leves en Japón, Rusia y Hawai	Clarín	28-feb
Saqueos y tensión en Concepción	Clarín y TN	28-feb
En Mendoza, el pánico le ganó al silencio de la noche y nadie durmió	Agencias Tucumán, La Rioja, Córdoba y La Pampa	28-feb
Salta también sufrió un fuerte sismo: hay 2 muertos y 4 heridos	Clarín	28-feb
La furia del terremoto convirtió a Concepción en una “ciudad de papel”	Clarín	28-feb
“Los edificios se torcieron como serpentinas y todo se desplomó”	Clarín	28-feb
Chile: declaran el estado de catástrofe y los muertos ya son más de 700	Clarín	28-feb

Un argentino finalista en Viña del Mar pidió volver urgente a Mendoza	Clarín	28-feb
Otros terremotos	Clarín	28-feb
El aeropuerto de Santiago volvió a funcionar	Clarín	28-feb
Pasajeros varados: habilitan micros para ir y volver de Santiago	Clarín	28-feb
Confirman que una argentina murió en el sismo de Chile	TN	28-feb
Suazo, con las víctimas	Clarín	28-feb
A pesar del terremoto, Hillary Clinton viajaría a Chile	EFE	28-feb
De todos los rincones hubo ofertas de ayuda para Chile	AP, EFE	28-feb
Una fuerte réplica revive el temor en Chile	TN	28-feb
Tragedia chilena, tensión local	Clarín	28-feb
La naturaleza tiene caprichos que los hombres no dominamos	Clarín	1-mar
Cuatro nuevos sismos en Mendoza y Salta, pero sin daños ni víctimas	Clarín	1-mar
Hay una argentina muerta y buscan a tres riojanos	Clarín	1-mar
Google, Twitter y otras herramientas “2.0” para buscar personas	Clarín, Google	1-mar
Ya suman 708 los muertos en Chile y declaran el toque de queda por los saqueos	Clarín	1-mar
Terremoto en Chile: crece la tensión en Concepción y se extienden los saqueos	Clarín	1-mar
Alcaldesa de Concepción: El gobierno de Chile “no dimensiona ni remotamente” el desastre	Clarín	1-mar
Chile pide ayuda a la Argentina: envían 3 hospitales de campaña	Clarín	1-mar
Chile: se cayó una avioneta con 6 personas que iban a prestar ayuda a Concepción	Clarín	1-mar
Argentina enviará ayudas en salud, energía y agua a Chile	Clarín	1-mar

Tabla 4. Resultados por fecha en portal de Clarín

El caso de CNN

Esta marca de noticias es una unidad de negocio de Turner Broadcasting System desde su lanzamiento en 1980, que a su vez pertenece al conglomerado Time Warner, y es conocido como la primera red de noticias que se transmite 24 horas al día, y que de acuerdo a la descripción de la página web del corporativo Turner, ha alcanzado más de un billón de espectadores alrededor del mundo.

El 100% de las notas emitidas respecto al terremoto en Chile son cubiertas por CNN mismo, sin el apoyo de otra agencia de noticias. Los formatos de las notas son diversas, aunque la mayoría son videos que se transmiten por el canal de noticias. Tiene además diferentes versiones de su sitio: Internacional, EUA, o regional. En el mismo portal tiene publicadas las oficinas que tiene en muchas partes del mundo, incluyendo a Chile. Las notas abordan temas sobre los desastres consecuentes al terremoto mismo en Chile y en Oceanía y Asia; así como el uso de nuevas tecnologías y redes sociales durante el evento. Sólo cinco notas fueron domesticadas a Estados Unidos.

Titular	Fuente	Fecha
More than 2 million affected by earthquake, Chile's president says	CNN	27-feb
Comitted to help	CNN	27-feb
Aftershocks in Santiago	CNN	27-feb
Caught in quake	CNN	27-feb
Girl rescued in Chile	CNN	27-feb
'Absolutely terrifying'	CNN	27-feb
World's biggest earthquakes since 1900	CNN	27-feb
'US stands ready to assist'	CNN	27-feb
'Tragedy is enourmous'	CNN	27-feb
8.8 quake hits Chile	CNN	27-feb
Quake hits Chile	CNN	27-feb
Web sites, social networks blast out earthquake, tsunami information	CNN	27-feb
Tweeting during the quake	CNN	27-feb
Quake causes bridge collapse	CNN	27-feb
Quake witnesses: there was little time to act	CNN	27-feb
'We have to work together'	CNN	28-feb
'I crawled into the bathtub'	CNN	28-feb
Chile's quake the 5th largest	CNN	28-feb
Camera rolls during Chile quake	CNN	28-feb
Family quake Miracle	CNN	28-feb
Japan 'cautious' as tsunami alert is canceled	CNN	28-feb
Security concerns spread as Chile quake death toll rises	CNN	28-feb
Quake damage in Chile	CNN	28-feb
Chile's coastline damage	CNN	28-feb
Why Haiti's quake toll higher than Chile's	CNN	28-feb
Visiting the quake epicenter	CNN	28-feb
Chile Survivor stories	CNN	1-mar
Thousands still without food, water in parts of quake-hit Chile	CNN	1-mar
Quake survivors reunited	CNN	1-mar

Survivor pulled from rubble	CNN	1-mar
Quake victims get web help	CNN	1-mar
Struggling after a quake	CNN	1-mar
Soledad O'Brien: Sadly, there are similarities between Haiti and Chile	CNN	1-mar
Looting reported after quake	CNN	1-mar

Tabla 5. Resultados por fecha en portal de CNN

El caso de El Mundo

El Mundo pertenece a la compañía italiana editorial RCS MediaGroup a través de la extensión Unidad Editorial SL, y es de los periódicos más exitosos a nivel nacional. La marca El Mundo, maneja el diario impreso y el portal de Internet.

Este portal tiene una nota relacionada directamente con España, y es respecto al apoyo político que brinda el Presidente Zapatero a Chile. Aún y cuando son ocho las notas cubiertas directamente por El Mundo, existe una tendencia a hablar de los eventos sin domesticarlo a la localidad, e inclusive a hablar de otros países como Estados Unidos y Brasil, u organizaciones como ONU apoyando al gobierno chileno en el desastre.

Titular	Fuente	Fecha
Una inusual irregularidad	El Mundo	27-feb
Zapatero ofrece a Chile la ayuda de España tras fuerte terremoto	Agencias	27-feb
Obama dice que EEUU está listo para ayudar a Chile	AP, Agencias	27-feb
‘Tranquilidad. Hay que enviarle buenas vibraciones a la Madre Tierra’	El Mundo	27-feb
Evacuación de pobladores y turistas en la isla Galápagos	EFE	27-feb
Desoladora espera al otro lado de los Andes	MLL	27-feb
El fuerte terremoto registrado en Chile deja ya 300 muertos	Agencias-Santiago de Chile	27-feb
Talcahuano sufre la furia del tsunami	El Mundo	27-feb
El vals de la muerte con la naturaleza	El Mundo	27-feb
‘¿Porqué no nos avisaron que el mar se nos vendría encima?’	El Mundo	28-feb
‘Dios está más enfadado con los chilenos que con la gente de Haití’	El Mundo	28-feb
Terremoto rico, terremoto pobre	El Mundo	1-mar
Así se vivió el terremoto	El Mundo	1-mar
Chile trata de recuperarse de un demoledor terremoto	EFE	1-mar

con más de 711 muertos		
Latinoamérica y la ONU se comprometen a enviar ayuda a Chile	AP	1-mar
Brasil está listo para ayudar a Chile, dice el presidente Lula	Agencias	1-mar
Cae una avioneta con seis ocupantes en el sur de Chile que iban a prestar ayuda	EFE	1-mar
El gobierno chileno reacciona ante las críticas por su gestión tras el seísmo	Agencias	1-mar

Tabla 6. Resultados por fecha en portal de El Mundo

El caso de BBC

BBC es un portal de noticias que cuenta con una amplia trayectoria en la industria mediática y periodística. Está financiada por el gobierno del Reino Unido y se transmite de forma abierta por televisión, radio e Internet, en 32 idiomas distintos. Su misión indica que su propósito es enriquecer la vida de las personas con programas que informen, eduquen y entretengan.

Cuatro de las notas de BBC fueron domesticadas, dando el seguimiento a la ayuda política que se brindó, así como a las personas escocesas desaparecidas durante el incidente. De las otras cuatro notas que no son relacionadas directamente a la zona, la primera es un mapa histórico de los terremotos en Chile, la otra son una serie de fotos del desastre actual, y las otras dos seguimientos globales del suceso.

Titular	Fuente	Fecha
Chile's long experience of quakes	BBC	27-feb
UK relief charity teams fly to Chile earthquake zone	BBC	28-feb
Cornish charity ShelterBox sends response team to Chile	BBC	28-feb
Missing Scottish couple traced after Chilean earthquake	BBC	1-mar
In Pictures: Chile quake devastation	AP	1-mar
Guernsey mother anxious to hear from son in Chile	BBC	1-mar
Net puts Kenya at centre of Chile rescue efforts	BBC	1-mar
Japan lifts tsunami warnings after Chile quake	BBC	1-mar

Tabla 7. Resultados por fecha en portal de BBC

El caso de El Universal

El Universal es un periódico que en el 2016 cumplirá su primer centenario. A lo largo de su historia ha contado con suplementos de diversas temáticas, así como revistas y otros tipos de publicaciones impresas. El portal de noticias es gratuito y hasta el 2007 contaba con 3.2 millones de usuarios registrados.

Para cubrir el terremoto en Chile, utilizó diversas agencias como AP, Reuters, DPA y Notimex, y sólo tuvo una noticia domesticada para dar a conocer que ningún mexicano salió afectado del terremoto. Las demás notas fueron publicadas en diversas secciones del periódico: desde Internacionales hasta Espectáculos, Cultural y Tecnología. Se comparó en otra nota el suceso con el anterior terremoto en Haití, y se publicó también en diversos artículos el tema de inseguridad que detonó el desastre en el país.

Titular	Fuente	Fecha
Terremoto afecta a dos millones en Chile	Agencias	28-feb
‘El mar se llevó autos, casas, todo, todo’	DPA	28-feb
Preparación, la diferencia con Haití	AP	28-feb
SRE: no hay connacionales afectados	Notimex	28-feb
Al menos 269 presos se fugan de prisión; policía recaptura a 28	Reuters	28-feb
Google abre página para facilitar la búsqueda de parientes	Agencias	28-feb
Movimiento telúrico mata a dos personas en el norte argentino	DPA	28-feb
Clausuran dos plantas cupríferas; cierran Valparaíso	Agencias	28-feb
Ricardo Arjona se corona rey en una noche fatídica	El Universal	28-feb
Por sismo, suspenden Congreso de la Lengua	El Universal, Agencias	28-feb
Chile lidia con saqueos y hay estado de sitio	Agencias	1-mar
‘Vi estrellas por mi ventana’	AP	1-mar
Daños del sismo podrían costar 30 mil mdd: expertos	El Universal	1-mar
Retiran alerta de tsunami en países del Pacífico	AP	1-mar
Piñera modifica plan de gobierno debido al temblor	DPA	1-mar
Se encuentra bien Ricardo Arjona tras terremoto en Chile	Notimex	1-mar
El daño por sismo en Chile fue mayor al esperado	El Mercurio, GDA y Agencias	1-mar

Tabla 8. Resultados por fecha en portal de El Universal

El caso de El Universo

Es uno de los diarios más reconocidos de Ecuador, que tiene sede no en su capital sino en Guayaquil. Al igual que El Universal, cuenta con el periódico y diversas publicaciones impresas, y el portal de Internet, que recientemente se bloqueó sólo para usuarios suscritos. Cabe aclarar que mientras se llevó a cabo la investigación, todavía era gratuito.

La primera nota publicada son una serie de imágenes del desastre, e inmediatamente la segunda nota es del apoyo que Ecuador ha brindado a Chile. No es sino hasta la tercera nota que se da a conocer el desastre de forma escrita y con detalles específicos, así como el seguimiento de la noticia a los tsunamis generados en la Oceanía. Tiene un total de cinco notas domesticadas, en las que se menciona la ayuda y apoyo político de su país a Chile, así como la presencia de ecuatorianos en el terremoto.

Titular	Fuente	Fecha
Imágenes de Chile tras fuerte terremoto	El Universo	27-feb
Ecuador se solidariza y ofrece ayuda a Chile por terremoto	AFP	27-feb
Terremoto de 8.8 grados deja más de 300 muertos en Chile	Agencias	27-feb
Olas de tsunami llegan a Nueva Zelanda tras sismo en Chile	Reuters	28-feb
Chile estaba preparado, Haití no	AP	28-feb
Al menos 708 muertos en Chile por terremoto y tsunami	AP, AFP, Reuters	28-feb
Chile soporto 8.8 grados	Reuters, AP	28-feb
Tsunami dejó más muertos que terremoto en Chile	Agencias	1-mar
Familia ecuatoriana logró salir de un edificio colapsado en Chile	AFP, Reuters	1-mar
Ecuador alista ayuda para Chile	El Universo	1-mar
Embajada de Chile hizo lista de requerimientos a Ecuador	El Universo	1-mar
ONU alista ayuda para Chile tras pedido oficial de Bachelet	AP	1-mar
Será difícil repatriar cuerpo de ecuatoriana muerta en Chile	El Universo	1-mar
Vuelos desde el extranjero llegan poco a poco a Chile	EFE	1-mar

Tabla 9. Resultados por fecha en portal de El Universo

De las suposiciones...

Positivo: El portal buscará tener el atributo global apropiando al menos una nota a la cultura receptora, aún cuando el hecho no concierne directamente al país de origen.

Algo completamente ajeno al país puede tomarse ‘personal’, al menos para los países de la muestra. Claro está, en diferente proporción desde cada país. La tabla 10 está ordenada por cantidad de notas apropiadas:

Portal	# Notas	% relacionadas a país receptor
Clarín, Argentina	17/50	34%
El Universo, Ecuador	5/14	35.7%
CNN, EUA	5/34	14.7%
BBC, RU	4/8	50%
El Universal, México	1/17	5.8%
El Mundo, España	1/18	2%

Tabla 10. Resultados en orden de cantidad de notas apropiadas

No debería sorprender que el número uno fuese Clarín de Argentina, ya que se trata del país vecino de Chile que sufrió réplicas con menor intensidad, y es además hogar para casi el 50% de los chilenos emigrantes (lo que comprueba una vez más, la importancia de la proximidad cultural). La mayoría de las notas apropiadas hablaron de las réplicas vividas en Salta y Mendoza, en segundo lugar de sobrevivientes o víctimas argentinas, y en tercer lugar de la ayuda que prestó su gobierno a diversas comunidades chilenas.

El segundo lugar lo tomó CNN de Estados Unidos, que se trata del segundo lugar en el mundo en recibir emigrantes chilenos (de nuevo, proximidad cultural). Cabe aclarar que la diferencia es menos de la tercera parte que Clarín de Argentina, y que es la misma cantidad de notas apropiadas que El Universo de Ecuador, aunque para CNN significa el 14.7% del total de las notas acerca del terremoto en Chile, y para El Universo el 35.7%.

Aunque en El Universal de México y El Mundo de España hubo sólo una nota en cada uno apropiada de 17 y 18 respectivamente, se puede comprobar la primera suposición en la que se esperaba que existiera este proceso de “glocalización” del evento. En el caso del primero, fue la confirmación en la que no hubieron víctimas mexicanas, y en el segundo fue la declaración del presidente Zapatero en ofrecer su apoyo al país chileno.

Positivo: Si el país de origen del portal pertenece al núcleo, es más probable que no contenga el atributo de internacional.

La tabla 11 indica la cantidad de notas que fue cubierta por corresponsales del portal directamente, y los portales están ordenados por nivel económico (tomando como base el PIB del 2008 reportado por el Banco Mundial²).

Portal	# Notas	% cubiertas por medio
CNN, EUA	34/34	100%
BBC, RU	7/8	87.5%
El Universal, México	2/17	11.7%
El Mundo, España	8/18	44.4%
Clarín, Argentina	37/50	74%
El Universo, Ecuador	4/14	28.5%

Tabla 11. Resultados en orden de PIB 2008 según el Banco Mundial

Sólo hubo un caso en que el 100% de las notas fue cubierto por el medio, y fue CNN de Estados Unidos. Para fines de esta investigación, se revisó el portal denominado internacional, aunque cuenta con opciones para diversas regiones y países del mundo, entre ellos Chile, pues CNN tiene una oficina en Santiago. Por la trayectoria de la empresa, se puede deducir que cuenta con la infraestructura necesaria para no requerir de una agencia de noticias.

En el caso de BBC, sólo una de ocho notas no fue cubierta por la agencia, sino por AP (otra reconocida agencia de noticias).

El siguiente país en la lista es México, y puesto que es considerado un país en desarrollo, queda fuera de la categoría de núcleo, al igual que los que le siguen en la lista. Aún así se puede rescatar que salvo Clarín de Argentina, caso que se discutirá en la siguiente sección, el resto de los portales cubren menos de la mitad de sus notas con corresponsales propios.

Positivo: Si el país de origen del portal es vecino del país del que se habla en la nota, es más probable que no contenga el atributo de internacional.

Esta suposición surge del hecho que, pese a que Argentina no pertenece al núcleo, tiene un 74% de sus notas cubiertas por Clarín mismo. Esto lleva a una conclusión muy

sencilla: que se pueden aprovechar otros recursos cuando las circunstancias se prestan para ello, y en el caso de Clarín, fue la cercanía del evento.

Aún y cuando no cubrió el 100% de las notas, utilizó en muchos de los otros casos agencias del país, y sólo en determinados casos agencias externas como AP, EFE y Washington. De hecho, para esos casos es necesario resaltar el discurso pues se trataban acerca de las consecuencias de los terremotos en otras regiones, tales como los tsunamis, la declaración de Hillary Clinton o el apoyo político que brindaron algunos países a Chile, y no de las series de eventos en Chile, puesto que éstos últimos sí fueron cubiertos por Clarín solamente.

Discusiones e implicaciones

Si se parte de la definición de estos conceptos y la aplicación que se proponen en los portales de noticias, es posible entonces desmitificar que globalización y homogenización son sinónimos, puesto que la globalización, al contrario de uniformizar las culturas, promueve la diversificación y acepta las reinterpretaciones de acuerdo a los contextos culturales. Si bien permite que haya ciertos estándares y protocolos para fines prácticos, no significa que el producto y la recepción sean el mismo a nivel mundial.

Está claro que con base en este trabajo no se podría hablar de un impacto a nivel mundial, puesto que la muestra elegida de portales es pequeña y limitada a una región normalmente llamada occidental. El reto principal de poder seguir con la comprobación de las suposiciones formuladas en el trabajo sería poder integrar también, países de África, Asia y Oceanía, con quienes se encontró una limitante lingüística. Aún así, haciendo un revisión muy superficial entre portales de noticias que fueran editados originalmente en inglés o español, se podía ya ver que las principales notas que abordaban el tema del terremoto en Chile, eran para dar a conocer las implicaciones que este evento tuvo en países vecinos, como lo fueron la serie de tsunamis que se vivieron en las costas asiáticas y oceánicas.

Hay una parte que ha faltado explorar, y es la de comprobar si se pueden ver reflejados en estos titulares los intereses de la audiencia que tiene cada portal de noticias. Muy cuestionable desde la teoría de agenda-setting, se podría proponer un supuesto en el que

se podría inferir mucho de los titulares mismos y quizás, del discurso de la nota, para conocer al grupo cultural al que va dirigido, y pongo de ejemplo a El Universal de México. Dos de las 17 notas hablan del cantante Ricardo Arjona (que ni siquiera es mexicano o chileno) anunciando que no había sufrido ningún percance tras el suceso. Este caso es interesante puesto que no se repite en ningún otro portal, los demás lo abordan desde temas políticos, o desde seguridad, responsabilidad social, económica, etc...

Otro caso que no se revisó a profundidad para este trabajo, fue The New York Times, en el que al día siguiente del terremoto se anunciaba la reapertura de las minas de cobre. Se podría hacer una primera inferencia acerca de este portal que está enfocado a intereses económicos y/o financieros, por lo que habla de las repercusiones en la Bolsa de Valores.

Se podría considerar también, intentar hacer una aplicación en ficción y no sólo de periodismo, puesto que existen muchos ejemplos de apropiación en la industria del cine, televisión y editoriales cuando se hacen trabajos de doblaje y domesticación de productos mediáticos, lo que matizaría un poco las corrientes imperialistas. Si bien no las descarta, puesto que existe una exportación sin adaptaciones a su público, el grupo cultural local sí las interpreta e inclusive las modifica desde y para su propio contexto y es donde adoptaría el atributo de global.

Está claro que no se pretendería en ningún momento suprimir las teorías que afirman que la globalización es sinónimo de homogenización, pero sí se pretende poner en discusión la idea de “todo o nada”, y es por eso que se han propuesto los conceptos como atributos que se pueden encontrar en los contenidos mediáticos, sin que la presencia de uno niegue al otro, dependiendo de la perspectiva en que se tome.

Referencias

Adams, L. (2008). Globalization, universalism, and cultural form [versión electrónica]. *Comparative studies in society and history* .

Chang, T. (1998). All countries are not created equal to be news: World system and international communication [versión electrónica]. *Communication research*.

Huntington, S. (2000). *El choque de civilizaciones*. Buenos Aires: Paidós.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Pagano, U. (2007). Cultural globalisation, institutional diversity and the unequal accumulation of intellectual capital [versión electrónica]. *Cambridge Journal of Economics* .

Sánchez, E., Polanco, N., & Santiago, J. (2009). La construcción y cobertura de noticias internacionales en las versiones en línea de los tres principales periódicos de Puerto Rico [versión electrónica]. *XIII Encuentro Latinoamericano de facultades de comunicación social* .

Tai, Z., & Chang, T. (2002). The global news and the pictures in their heads [versión electrónica]. *Gazette: The International Journal for Communication Studies* .

Wanta, W., Golan, G., & Lee, C. (2004). Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions on foreign nations [versión electrónica]. *Journal and Mass Communication Quarterly* .

Warnier, J. (2002). *La mundialización de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

¹ Licenciada en Ciencias de la Información y Comunicación por la Universidad de Monterrey, y Maestra en Ciencias con Especialidad en Comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Es además, Asistente de Investigación del Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del Tecnológico de Monterrey, y actualmente estudia el Doctorado en Estudios Humanísticos con Especialidad en Comunicación y Estudios Culturales.

² <http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/GDP.pdf>