



UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES  
FACULTAD DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA DE PERIODISMO

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL EN MEDIOS ESCRITOS  
NACIONALES Y PERFIL DEL PERIODISTA  
QUE TRABAJA EN ESTE FRENTE NOTICIOSO

Contempla el modelo de desarrollo que Chile se ha propuesto para una mejor  
inserción en el mundo y el progreso que la sociedad chilena  
ha experimentado en este proceso.

DANIELA ALEJANDRA SUAU CONTRERAS  
CAROLINA ANDREA VALLE BENAVENTE

Tesis para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social

Profesor Guía: Claudio Avendaño Ruz

Santiago – Chile  
2004

*A quienes creen en esta profesión y trabajan a diario  
para mejorarla, haciendo de ella,  
la labor más admirable del mundo.*

*Entre ellos, a todos los corresponsales de guerra  
y reporteros que dieron su vida  
en la invasión a Irak.*

*Agradecemos a nuestros familiares, amigos y a quienes  
creyeron en este proyecto  
y nos ayudaron a concretarlo.*

## RESUMEN

Dada la posición emergente en la que se encuentra Chile, a nivel internacional, es imprescindible por parte de la ciudadanía, un manejo informativo que permita una mejor comprensión de los procesos que se estén gestando. Para esto, se requiere de profesionales de la comunicación que tengan las herramientas metodológicas y la capacidad analítica para comprender e integrar estos acontecimientos internacionales a la realidad nacional.

La globalización es un proceso irreversible, ante el cual, como formadores de la realidad mediática, debemos estar preparados. Forma parte de nuestra misión informar integralmente, no sólo los hechos, sino también los procesos históricos y sus consecuencias.

Chile, a través de los nuevos procesos mundiales, ha tenido que transformar sus estructuras de intercambio de información política, cultural y económica, enfrentando un desafío que creemos, también, se debe reflejar en el periodismo, sobre todo de orden mundial.

Los objetivos centrales de esta investigación son describir el tratamiento de la información internacional en medios escritos nacionales e identificar las características del periodista que se desempeña en esta área, y su forma de trabajo.

En los resultados, se puede establecer una falta de contextualización en las informaciones entregadas a la audiencia, una escasa integración de los sucesos extranjeros a la realidad chilena, así como también, una desconsideración de los lectores al momento de estructurar las agendas internas de selección de temas. A su vez, hay un desinterés sobre la noticia internacional en el público, y un escaso esfuerzo, por parte de los medios de comunicación por revertir esta situación.

Finalmente, el anhelo que expresan los medios analizados, de querer convertirse en referentes latinoamericanos, no se puede cumplir debido a la falta de recursos y optimización de los mismos, ya que en su mayoría, los medios privilegian el ámbito económico, por sobre la audiencia.

A los periodistas les falta anticiparse a los hechos, contextualizar, profundizar, analizar mayormente las noticias, e integrar nuevos conocimientos a la realidad chilena. A su vez, se trata de un profesional que no explica los hechos, desde la premisa de que se comprendan como procesos, sino a partir de noticias aisladas que sólo implican rupturas del orden establecido.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>MARCO REFERENCIAL HISTÓRICO</b>	<b>11</b>
<b>1. DESARROLLO DEL PERIODISMO INTERNACIONAL</b>	<b>16</b>
AGENCIAS INFORMATIVAS: CLAVE DEL PERIODISMO INTERNACIONAL	18
DEBATE CON LAS AGENCIAS INFORMATIVAS	19
CONCEPCIONES SOBRE PERIODISMO, SEGÚN MODELOS POLÍTICOS.	21
<b>2. CHILE: GLOBALIZACIÓN Y ESTILO DE DESARROLLO RECIENTE</b>	<b>26</b>
DESARROLLO ECONÓMICO	26
DESARROLLO EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	32
DESARROLLO EN EDUCACIÓN	34
DESARROLLO EN CULTURA	38
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>40</b>
<b>3. NOTICIA: EJE DEL PERIODISMO INTERNACIONAL</b>	<b>40</b>
<b>I. HECHO, SUCESO, ACONTECIMIENTO Y NOTICIA</b>	<b>42</b>
LA NOTICIA	44
<b>II. EMPRESA PERIODÍSTICA</b>	<b>47</b>
ESTRUCTURA DE TRABAJO DE LOS MEDIOS	49
RUTINA	60
RESPONSABILIDAD DE LOS CONTENIDOS ENTREGADOS A LA SOCIEDAD	61
<b>III. EL PERIODISTA</b>	<b>63</b>
ELEMENTOS PERSONALES	65
ELEMENTOS PROFESIONALES	66
<b>IV. EL PÚBLICO</b>	<b>68</b>
INVESTIGACIONES SOBRE LOS DIARIOS EN CHILE	71

PÚBLICO DE LOS MEDIOS ESCOGIDOS	79
<b>4. OBJETIVOS</b>	<b>83</b>
GENERALES	83
ESPECÍFICOS	83
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	84
<b>5. METODOLOGÍA</b>	<b>85</b>
TIPO DE ESTUDIO	85
TIPOS DE MUESTRA	85
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	87
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	87
ELEMENTOS DE CODIFICACIÓN	90
MUESTREO	90
UNIDAD DE ANÁLISIS	91
ENTREVISTAS REALIZADAS	96
<b>6. RESULTADOS</b>	<b>98</b>
<b>ANÁLISIS DE CONTENIDO</b>	<b>98</b>
<b>ESPACIO</b>	<b>98</b>
ESPACIO POR PROCEDENCIA DE LA INFORMACIÓN	103
<b>TEMATIZACIÓN</b>	<b>108</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>111</b>
<b>CONTEXTUALIZACIÓN</b>	<b>114</b>
<b>DESARROLLO Y ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS</b>	<b>117</b>
<b>TABLA DE SÍNTESIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS</b>	<b>117</b>
I. NOTICIA INTERNACIONAL	120
II. FUNCIONES Y HERRAMIENTAS DE LOS MEDIOS ESCRITOS	123
III. ROL DEL PERIODISTA INTERNACIONAL	129

IV. SOBRE EL PUBLICO EN CHILE	133
<b><u>ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS A ANALIZAR</u></b>	<b>135</b>
EL MERCURIO	135
LA TERCERA	147
LA NACIÓN	157
<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>161</b>
<b><u>PROYECCIONES</u></b>	<b>164</b>
<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b>	<b>165</b>
<b><u>ANEXOS</u></b>	<b>172</b>
<b>ANEXO Nº 1: TRATADOS DE LIBRE COMERCIO.</b>	<b>172</b>
TLC - ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE - UNIÓN EUROPEA	172
TLC CHILE - ESTADOS UNIDOS	175
TLC CHILE – COREA DEL SUR	177
TLC CHILE - EFTA	179
TLC CHILE – CANADÁ	180
TLC CHILE – MÉXICO	181
TLC CHILE – CENTROAMÉRICA	182
PRÓXIMOS TLC	184
CHINA	184
INDIA	185
<b>ANEXO Nº 2: TABLA DE OTROS ACUERDOS Y NEGOCIACIONES DE CHILE</b>	<b>186</b>
<b>ANEXO Nº 3: TABLA DE EXPORTACIONES PRIMER TRIMESTRE 2004</b>	<b>189</b>
<b>ANEXO Nº 4: TABLA DE TRATADOS INTERNACIONALES EN OTRAS ÁREAS.</b>	<b>192</b>
<b>ANEXO Nº 5: SELECCIÓN DE ENTREVISTAS</b>	<b>193</b>
<b>ANEXO Nº 6: TABLAS ANÁLISIS DE CONTENIDO COMPLETAS.</b>	<b>216</b>
EL MERCURIO	216
LA TERCERA	218

LA NACIÓN	220
<b>ANEXO Nº 7: TABLAS POR PROCEDENCIA – TEMA – ESPACIO</b>	<b>222</b>
EL MERCURIO	222
LA NACIÓN	224
LA TERCERA	225
<b>ANEXO Nº 8: TABLAS POR TEMA – ESPACIO</b>	<b>227</b>
EL MERCURIO	227
LA NACIÓN	229
LA TERCERA	230
<b>ANEXO Nº 9: TABLAS POR TEMA – FRECUENCIA</b>	<b>233</b>
EL MERCURIO	233
LA NACIÓN	234
LA TERCERA	235
<b>ANEXO Nº 10: TABLAS CONTEXTUALIZACIÓN</b>	<b>236</b>
<b>ANEXO Nº 11: TABLAS PRODUCCIÓN</b>	<b>237</b>
<b>ANEXO Nº 12: TABLA SOBRE CORRESPONSALES STRINGERS DE EL MERCURIO</b>	<b>238</b>
<b>ANEXO Nº 13: TABLAS RESULTADOS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD</b>	<b>242</b>
SOBRE NOTICIA INTERNACIONAL.	242
SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHILE	246
SOBRE EL PERFIL DEL PERIODISTA CHILENO	259
SOBRE EL PÚBLICO CHILENO	263

## INTRODUCCIÓN

Un escenario de cambios. Esa es la característica principal del mundo en el que nos encontramos hoy, un mundo que se está transformando constantemente y que en sus variaciones, ya sean positivas o negativas, nos afecta a todos por igual. También se trata de un contexto con nuevas exigencias y quienes no estemos a la altura de asumirlas, simplemente quedaremos fuera.

Nuestro país ha asumido los riesgos y se encuentra reformando la mayoría de sus instituciones y organismos, así como sus proyectos de desarrollo, de forma tal, que su inserción se cumpla a cabalidad. Pero ¿Qué pasa con la sociedad, como actor importante dentro de las decisiones que toma un país?, ¿Cuál es su posición frente a esto?.

Sentimos que el público en Chile no comprende, ni dimensiona la envergadura de los cambios y la trascendencia que implica estar informado. Por lo tanto, las secciones internacionales, aquellas a través de las cuales nos enteramos sobre lo que pasa fuera de nuestras fronteras, sobre lo que ocurre en aquellos países con los que Chile se está interrelacionado mayormente, así como sus periodistas, son quienes deben interpretar dichos acontecimientos y explicarnos por qué; no debemos dejar de mirar lo que pasa en el exterior.

No obstante, si bien el objetivo central de esta Tesis es realizar un análisis del estado actual del periodismo internacional en la prensa escrita de nuestro país, también se considerará la historia y los procesos por los que este oficio ha transcurrido desde sus orígenes, tanto a nivel internacional como chileno.

Dado este planteamiento, la estructura de esta investigación contempla el proceso de globalización en Chile y cuáles han sido sus efectos en los modelos de desarrollo del país actuales, los cuales no sólo se abarcarán desde el punto de vista económico, pues los procesos de cambio, repercuten en todas las áreas. A su vez, se explicará la trascendencia de las agencias de noticias para las informaciones internacionales, los numerosos debates que se han suscitado en torno a ellas y su rol en la actualidad.

Finalmente, a través de un análisis de contenido, se podrá percibir el desarrollo del mensaje de los medios de comunicación en su producto final y establecer cuáles son las herramientas que ofrecen al público para comprender las noticias foráneas. A través de las entrevistas realizadas a periodistas, asimismo, se conocerá el discurso periodístico de quienes trabajan en este frente noticioso, sus percepciones sobre el periodismo

internacional que se desarrolla en nuestro país, sus fortalezas, debilidades y contradicciones.

Mientras que a través de los especialistas y analistas entrevistados, se podrá conocer desde otra óptica, la percepción del sistema de medios y de la sociedad chilena. Es esta situación expuesta, la que nos ha llevado a plantearnos el estado en el que se encuentran nuestros medios de comunicación, saber cómo afrontan esta realidad, cuáles son sus herramientas para hacerlo y cuáles son sus futuras proyecciones.

La Tesis se estructura de la siguiente forma. En el primer capítulo, se expone el desarrollo del periodismo internacional, donde se hará un breve paso por la historia de las agencias informativas, dado el rol que han desempeñado en esta rama de la profesión, así como los debates que han surgido en torno a ellas y las diferentes concepciones sobre Periodismo, dependiendo del modelo político presente.

Posteriormente se expondrá, en el segundo capítulo, el modelo de desarrollo de Chile, contemplando para este caso, los ámbitos económico, científico y tecnológico, educacional y cultural.

En el tercer capítulo, se encuentra el tratamiento de la noticia y las etapas en las cuales un hecho se transforma en noticia, contemplando, el hecho o suceso, la empresa periodística, el periodista y finalmente, el público. A continuación se encuentran los objetivos centrales y específicos de esta investigación. En tanto, en el cuarto capítulo, se expone la metodología utilizada para el desarrollo de la tesis.

En el quinto capítulo, se encuentran los resultados del análisis de contenido efectuado, y de las entrevistas en profundidad.

Finalmente en el sexto capítulo se encuentran las conclusiones de la investigación.

## MARCO REFERENCIAL HISTÓRICO

Encontrándonos en el contexto de un mundo globalizado, es decir, en un escenario donde la actividad económica ha aumentado de forma vertiginosa y donde la integración de las naciones alrededor del mundo ha sido progresiva, la globalización es percibida como el proceso que ha generado el espacio idóneo para el crecimiento y desarrollo económico de los países, el surgimiento de nuevas oportunidades de comercialización, la disminución de la pobreza, un acceso equitativo a la información y a las nuevas tecnologías.

No obstante, se debe tomar en cuenta que si bien la globalización genera oportunidades, al mismo tiempo, puede ocasionar riesgos. Entre estos, la marginación, que afecta a aquellos países que no alcanzan a modernizar sus sistemas políticos, económicos y de educación. Para el Banco Mundial, la mejor forma de hacer frente a los cambios ocasionados por la integración internacional a la que la globalización lleva, es que las autoridades de cada país “a la vez que aprovechan las oportunidades de mayor crecimiento económico y el mejor nivel de vida que trae consigo una mayor apertura (...) también enfrenten el desafío de mitigar los riesgos para los pobres, vulnerables y marginados, y de aumentar la igualdad y la inclusión”.<sup>1</sup>

El éxito de estas iniciativas, relacionadas también a las necesidades humanas, depende para el Banco Mundial de la calidad de las políticas macroeconómicas generales, del funcionamiento de las instituciones y del concepto y comprensión que se tenga de la democracia.

Los grandes cambios que están afectando a las relaciones mundiales, han llevado a Chile a potenciar su inserción a esta nueva aldea global, lo que se refleja en el proyecto país que nuestra nación se ha trazado. La propuesta tiene relación con una mayor apertura al mundo, tomando en cuenta que esto implica modernizar aquellas áreas que más aportan a nuestra economía. También, consideran el ir acorde con los nuevos requerimientos en ámbitos como el capital humano, las ciencias y la educación, llevándolas a estándares internacionales.

Esta concepción, rescata el carácter multidimensional de la globalización, en concordancia con la teoría que sostiene la CEPAL, organismo que expone que aunque las

---

<sup>1</sup> BANCO MUNDIAL; Informe de Abril 2000; PREM Grupo de políticas económicas y Grupo de economía para el desarrollo. [www.bancomundial.org/temas/globalización/cuestiones.htm](http://www.bancomundial.org/temas/globalización/cuestiones.htm). 05.07.04.

dimensiones económicas son muy destacadas en este proceso, éstas evolucionan simultáneamente a otros procesos que no se relacionan con el determinismo económico. La CEPAL enfatiza áreas como la educación, la percepción de los valores culturales, y los procesos políticos propios de los gobiernos, y en una menor medida, las organizaciones de la sociedad civil. Todas éstas dimensiones tienen una dinámica propia pero confluyen para estructurar un escenario que determina la calidad de las herramientas con que un país y sus ciudadanos se enfrentan al mundo. Por ello, una constante revisión de las características de estos factores, contribuye a poder vislumbrar y valorar “las oportunidades y riesgos que conlleva la inserción”.<sup>2</sup>

Comprendiendo que estas áreas son responsabilidad de las instituciones y de los organismos que afectan a la sociedad, la modernización necesariamente comienza con una evaluación de su desempeño, así como también de sus objetivos para tener la capacidad de delinear un estilo propio de desarrollo.

El fuerte impacto que ocasiona la inserción de un país en la comunidad global, se ve reflejado en todo los ámbitos y muchas veces se generan tensiones entre lo previamente establecido y aquellos fenómenos novedosos que irrumpen en los espacios nacionales. Específicamente en materia de valores y cultura, relacionados al tema de la identidad en proceso de cambio, en el ya citado informe se destaca la existencia de tres áreas que se encuentran en conflicto.

La primera surge de la penetración de los valores de la economía de mercado en las relaciones sociales y los principios éticos comunes, es decir, los aspectos productivos, culturales y familiares de un espacio determinado. Los sucesivos y acelerados cambios generados en la sociedad, ponen en crisis la estructura y el funcionamiento de las instituciones tradicionales, ya que éstas ven dificultada su capacidad de respuesta al nuevo medio. El peligro está en que la falta de adaptación trae consigo la amenaza potencial de una creciente brecha o un desfase entre los intereses de la sociedad civil y el desempeño de las entidades que participan en la vida pública.

Ante esta situación, se hacen vitales los mecanismos de mediación y comunicación social, así como también la creación de nuevos canales o el continuo desarrollo de los ya existentes. Históricamente, éstas herramientas han sido parte de la labor de la política, sin embargo, en la actualidad el marco internacional carece de estos

---

<sup>2</sup> CEPAL; “Globalización y Desarrollo”. 2002. Período de sesiones 29, Brasilia, 6-10 mayo 2002. P. 18.

mecanismos y privilegia, en cambio, la importancia y las posibilidades que ofrecen los medios de comunicación, dentro de este análisis.

El segundo aspecto se refiere a los efectos opuestos que produce la globalización en la diversidad cultural. La CEPAL expone que "...segmentos enteros de la humanidad sienten amenazadas sus historias irrepetibles y los valores que rigen sus comunidades. Pero, al mismo tiempo, la globalización estrecha las relaciones entre tradiciones culturales y modos de vida distintos, y propicia una pluralidad de interpretaciones sobre el orden global".<sup>3</sup>

Finalmente, incluye los efectos propiciados por un creciente desarrollo de los medios de comunicación, los cuales condicionan el proceso de una manera singular y también dan origen a nuevos problemas. Éstos, a su vez, se subdividen en determinados factores: En primera instancia, se ensancha la brecha entre lo cultural – mostrado por las grandes cadenas de medios de comunicación – y la propia identidad de las regiones y países. En segunda instancia, la concentración de medios y la falta de control de esta situación, tanto a nivel nacional como internacional, amenaza la diversidad cultural, "ya que el manejo del intercambio simbólico incide en la construcción de la identidad, de las opiniones y de las convicciones".<sup>4</sup> Sobre este punto, el informe de la CEPAL entrega datos que grafican este planteamiento, señalando que "ninguno de los primeros veinte grupos multimedia existentes en el mundo, es iberoamericano. Y cuatro de los cinco conglomerados más grandes provienen del mundo anglosajón".<sup>5</sup>

En tercera instancia, la imagen que proyectan los medios, genera conflictos en las distintas sociedades, ya que no existe una realidad única con relación a posibilidades de trabajo, ingreso seguro y, por ende, de bienestar y consumo. Como último punto, se señala el ejercicio de la ciudadanía, la cual está condicionada al intercambio informativo y cuyo desarrollo no es equitativo en todos los países, mientras que la falta de información, y la falta de acceso a ella, es un factor determinante en las capacidades participativas que pueda tener un grupo humano.

Bajo el escenario descrito y con el entendimiento de que el desarrollo económico va vinculado, a su vez, a fomentar la cooperación por medio de nuevas instituciones de orden internacional, el rol que desempeñan las comunicaciones es de vital trascendencia, y ha cobrado una mayor relevancia, pues favorece, no sólo el desarrollo económico, sino

---

<sup>3</sup> *Ibíd.* P. 23

<sup>4</sup> CEPAL. *Op. Cit.* P. 24

<sup>5</sup> *Ibíd.*

también la generación de nuevas posibilidades de transmitir mayor cantidad de información en tiempo real.

La CEPAL, plantea que el conocimiento de todos estos fenómenos se ha hecho posible en las últimas décadas, justamente, gracias a las tecnologías de la información y de las comunicaciones. No obstante, también señala que el actual desafío que estos enfrentan, va relacionado con la comprensión de que los avances en nuevas tecnologías no necesariamente implican una reducción de los costos de producción de la información, y por tanto, existe una imposibilidad de emplearlas de un modo eficaz.

De esta forma, una sustentable aplicación de las ventajas de la globalización, que permita los desarrollos tanto en materia económica, como social y cultural, es únicamente posible con la superación de los vacíos existentes, tales como los generados por la lenta evolución de las instituciones de orden mundial, en la cual se incluye también a los medios de comunicación.

En Chile, esta noción de las necesidades que exige el proceso de inserción a la aldea global, se ve reflejada en la inversión en áreas como las ciencias y las tecnologías, la suscripción de nuevos tratados y acuerdos comerciales, y en las reformas de la educación y la salud, entre otras. Estas iniciativas son una muestra, no sólo de un planteamiento de metas que se tienen como proyecto de país, sino también, de las expectativas y requisitos que se tendrán que cumplir para que nuestra participación en el proceso de globalización, sea adecuada. Es decir, también dicen relación con la premura con la que se debe actuar tanto en el contexto internacional, como en el nacional.

Ante esta situación, surge la interrogante de cuál es la función de la comunicación en este nuevo estilo de desarrollo y específicamente cuál es la posición de los medios frente a esta realidad, como instituciones partícipes del nuevo orden social.

¿Implican los cambios globales, un desafío o una necesidad de adaptación por parte de los medios de comunicación?

Desde el punto de vista de que los medios de comunicación desempeñan un papel importante dentro de la sociedad, es preciso conocer cuál es la postura de los medios de comunicación chilenos en este contexto, qué información están entregando y cómo están trabajando esta información. ¿Cuáles son sus proyecciones a futuro?

Tomando en cuenta los planteamientos de Mar de Fontcuberta<sup>6</sup> y Miquel Rodrigo<sup>7</sup>, dar a conocer lo que pasa en el mundo es una labor que se ha desplazado de los

---

<sup>6</sup> FONTCUBERTA, Mar de; "La Noticia: Pistas para percibir el mundo", Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, España, 1993.

historiadores a los medios de comunicación y a los periodistas, la cual ha sido legitimada por la audiencia. Y en el plano internacional, una realidad que según el nuevo contexto establecido será cada vez más cercana a nosotros, son ellos quienes entregan las herramientas para desenvolverse en dicha cotidianeidad.

Dado que los cambios no sólo afectan a un ámbito aislado, este proceso de adaptación debe ser versátil e incorporado a todas las secciones de un medio, ya que únicamente de esta forma se pueden enfrentar los diversos impactos que conlleva la globalización. Responde a la lógica de que la internacionalización en la vida cotidiana de los individuos, no se rescata de un modo unidimensional, sino que está presente en todos sus aspectos, afectando, a su vez, al conjunto de las estructuras que lo rodean. Es un cambio percibido en actitudes, intereses, proyecciones e identidades, por lo que también se debe reflejar en los espacios de la sociedad que éstos ocupan.

Asimismo, la función tradicional y la fuerte incidencia en la opinión pública que tienen los medios escritos y su “imagen de marca que lo define como dotado de una identidad pública”<sup>8</sup>, son otras de las razones por las que en sus departamentos de noticias internacionales, recae mayormente la explicación de los procesos y realidades de otros países, y en especial de aquellos con los que Chile se está interrelacionando mayormente. Sobre la base de esta percepción, es que la presente investigación se centra en analizar estas secciones de la prensa escrita.

Para ser capaces de vislumbrar esta situación y comprender los cambios que se requieren en la actualidad, es necesario describir con más detalle el proyecto de desarrollo que Chile se ha planteado, así como también revisar la situación en que se encuentra el periodismo internacional de nuestros medios.

---

<sup>7</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel; “La Construcción de la Noticia”, Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1989.

<sup>8</sup> IMBERT, G. Citado por MIQUEL ALSINA, Rodrigo. Op. Cit.

## 1. DESARROLLO DEL PERIODISMO INTERNACIONAL

“Aquella información que circula entre dos o más países para ser difundida por los medios de comunicación”<sup>9</sup> es lo que el periodista venezolano Eleazar Díaz Rangel, comprende por noticia Internacional.

Pedro Lozano Bartolozzi, en su libro *El Ecosistema Informativo*, define la noticia internacional a partir del alcance que un acontecimiento pueda tener. Puede ser originado en un país y difundido en otro por el interés informativo, o bien, se puede tratar de un hecho que ocurre en el propio país, pero que posea un interés informativo supranacional. En síntesis, si el alcance del suceso, es mundial, cabe calificarlo como noticia internacional.

El autor agrega, que en su origen, toda noticia es “local”, pero dependiendo de su universalidad e importancia del valor informativo, puede ser considerada como “regional”, “nacional”, “extranjera”, “internacional” y “mundial”.<sup>10</sup>

Las secciones internacionales, comprendidas como aquellos departamentos de los medios dedicadas a los sucesos generados en otros países, son explicadas por Martínez de Sousa, como la “sección frecuente en los medios informativos de interés general, que suele componerse de noticias de agencia y reportajes o crónicas de los corresponsales o enviados especiales. Su contenido suele ordenarse, en función de la procedencia, en áreas continentales: América, Europa, Asia, África, Oceanía”.<sup>11</sup>

Las noticias extranjeras, no sólo se encuentran en las secciones internacionales, ya que dependiendo de la temática, los sucesos pueden ser tratados por otras secciones tales como, deporte, artes y cultura, tecnología, economía, espectáculo entre otras. Sin embargo, como indica el periodista internacional Luis Alberto Pino<sup>12</sup>, las secciones dedicadas a las noticias foráneas están más orientadas a desarrollar aquellas que tienen “un componente de crisis general y un componente de conflicto” lo que es esencial para el análisis internacional. “Suelen ser guerras, crisis políticas asociadas a contextos económicos complicados y procesos electorarios”.

---

<sup>9</sup> DÍAZ RANGEL, Eleazar; “La información internacional en América Latina”, Monte Ávila Ed., Caracas, Venezuela, 1991. P. 8.

<sup>10</sup> LOZANO BARTOLOZZI Pedro; “El Ecosistema Informativo”, Ed. Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1974. P. 114.

<sup>11</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José; “Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo”, Ed. Paraninfo, Madrid, España, 1992. P. 265

<sup>12</sup> Comunicación personal, Luis Alberto Pino, 11.04.04

En Chile, ya a principios del siglo XIX, el primer representante del periodismo nacional, Fray Camilo Henríquez, incluía en sus notas, sucesos del acontecer mundial, relatándoles a sus compatriotas las peripecias de Napoleón en Europa y compartiendo con su audiencia, concienzudos análisis de la Revolución Francesa.<sup>13</sup> Tras estos primeros pasos, la información internacional siempre ha sido una sección, que en mayor o menor medida, ha ocupado las páginas de los medios nacionales.

A nivel latinoamericano, existen varias teorías que dan cuenta del surgimiento de este tipo de información. Según Díaz Rangel, es en México en el año 1541, donde aparece la primera expresión periodística transnacional de América. La noticia de aquel entonces se dio con motivo de un terremoto ocurrido en Guatemala.<sup>14</sup> Sin embargo, el conocimiento de los hechos en el continente, en general, era restringido, no sólo por la escasa tecnología que permitiera difundir las informaciones, sino también porque el acceso a ésta fue una facultad que por mucho tiempo estuvo exclusivamente en manos de las clases dominantes alfabetizadas. Con la aparición de la imprenta, la cual fue objeto de disputas de dominio, una vez que se conoció el poder de la información en la creación de imágenes, los acontecimientos estuvieron limitados por el intento de control que ejercían los poderes político-civiles y religiosos, sobre ella.

Las primeras manifestaciones informativas de prensa, fueron las gacetas oficiales que las distintas colonias latinoamericanas realizaban para dar cuenta de lo que en ellas ocurría, así como también para dar a conocer las informaciones provenientes de Europa. Sin embargo, la mayoría de estos relatos eran reproducciones de las gacetas españolas, con el interés específico de evitar que se difundiesen informaciones que pudieran resultar contraproducentes a los intereses de la Corona. A ello, se agrega que las narraciones de dichas informaciones, eran realizadas por extranjeros. Era así como en Chile nos enterábamos de lo que pasaba en nuestros países vecinos como Perú o Argentina, a través de lo que llegaba del viejo continente, pese a estar un país al lado del otro.

“Lo poco que durante años estuvieron leyendo - los latinoamericanos - sobre países vecinos y sus gentes, y sobre cuanto en ellos sucedía había sido escrito por europeos, la mayoría españoles. Apenas se conocía en un país lo que se escribía y publicaba en otro, por muy vecino que fuera”.<sup>15</sup> En otras palabras, el autor hace hincapié

---

<sup>13</sup> DÍAZ RANGEL, Eleazar. Op. Cit. P. 26.

<sup>14</sup> DÍAZ RANGEL, Eleazar; “La información internacional en América Latina”, Monte Ávila Ed., Caracas, Venezuela, 1991.

<sup>15</sup> *Ibíd.* P. 17.

en que fueron informaciones redactadas por extranjeros, provenientes de agencias foráneas, las que contribuyeron en la formación de la propia imagen que los primeros latinoamericanos tuvieron de su propio continente.

#### AGENCIAS INFORMATIVAS: CLAVE DEL PERIODISMO INTERNACIONAL

Estas entidades informativas se desarrollaron en Europa durante el siglo XIX, debido principalmente al fuerte desarrollo industrial y los cuantiosos avances tecnológicos, cuyo impacto se traducirían en el impulso de ampliar los mercados y por ende, en la necesidad de manejar una mayor cantidad de información proveniente de distintos puntos geográficos a nivel mundial.

En un principio, la masificación de la información y la posibilidad de conocer y manejar los sucesos ocurridos en el mundo, fue de exclusivo privilegio de las clases dominantes de la sociedad, y en especial, de aquellas con intereses financieros y comerciales.<sup>16</sup> Y son justamente estos intereses que llevarán a la necesidad de acortar los plazos que tardaban las noticias en llegar. Las nuevas condicionantes geográficas, y en especial, el nuevo interés por acontecimientos en el extranjero, van a ser otros de los factores que se agregan a la antepuerta de un contexto idóneo para la creación de las agencias de noticias. Su puesta en funcionamiento, constituirá la alternativa para disminuir y agilizar las brechas temporales y espaciales que retrasaban la llegada de la información.

Contemplando este escenario y añadiéndole, como consecuencia, la proliferación de diversos periódicos, se obtiene un mayor requerimiento de hechos noticiosos, demanda a la cual las agencias de noticias darán respuesta, recolectando, administrando y distribuyendo la información necesaria. Si bien surgen con el objetivo de satisfacer las necesidades informativas del expansionismo colonial decimonónico, su cobertura se limitará, inicialmente, al ámbito nacional y sólo con el pasar de los años, derivará en la cobertura del área internacional.

Las agencias de noticias proliferaron principalmente en Europa y en Estados Unidos, y en ambas regiones estas empresas enfrentaron problemas estratégicos, que en su momento, solucionaron distribuyéndose la cobertura del mundo o bien formando asociaciones y mecanismos comerciales para poder sobrevivir en el mercado.

La innovación tecnológica, la necesidad de mantenerse en todos los frentes noticiosos y el esfuerzo por integrar estos dos objetivos al menor costo posible, son

<sup>16</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. P. 84.

algunos de los desafíos a los cuales aún hoy deben hacer frente. Aunque en la actualidad, no existen las mismas agencias que en el siglo pasado, muchas de las que aún se encuentran funcionando, tienen sus raíces en agencias decimonónicas, tales como France Presse, United Press Internacional (UPI), Associated Press (AP), Deutsche Presse Agentur (DPA) y Reuters. La antigüedad y tradición de su presencia, constituye hoy una de sus principales ventajas, ya que han sido pioneras en establecer sus dominios informativos alrededor del mundo.

En nuestros tiempos, si bien el papel que juegan las agencias de noticias, ya no está determinado por representar la única vía de acceso a la información, siguen siendo un elemento esencial para el conocimiento de los sucesos ocurridos alrededor del mundo, representando una alternativa de menor costo para los medios de comunicación.

#### DEBATE CON LAS AGENCIAS INFORMATIVAS

La predominancia de agencias informativas provenientes del hemisferio occidental, y el planteamiento de la existencia de un desequilibrio en el flujo de los sucesos alrededor del mundo, dio lugar, durante muchos años, a un debate internacional que cuestionaba los impactos de los medios de comunicación de países desarrollados, sobre los del tercer mundo. Debatía también, las políticas posibles a desarrollar en los distintos países para protegerlos de lo que se llamó el “imperialismo cultural”. La problemática surgía de la percepción de que las agencias daban cuenta de lo que acontecía en el mundo sólo desde un punto de vista, el suyo, y los países subdesarrollados simplemente debían asimilar lo que llegaba.

La Conferencia General de la UNESCO, realizada en Nairobi en 1976, tuvo el objetivo de crear y designar una comisión especializada para “(...) estudiar la actual situación de las comunicaciones e identificar los problemas que requirieran una nueva actuación a nivel nacional y una aproximación global, concertada a nivel internacional”<sup>17</sup>

“Muchas voces, un mundo” es el compilado que en 1980 publica el grupo de estudio, “International Commission for the Study of Communication Problems”, más conocido como el Informe MacBride el cual incluye las reflexiones y observaciones en torno al problema de las características del flujo y contenido de las informaciones

---

<sup>17</sup> UNESCO; “Comisión Internacional para el estudio de los Problemas de la Comunicación”, Nº 8, 26/11/1976. P. 2.

internacionales en el mundo, preocupaciones que apuntaban a velar por “una más equitativa distribución de los recursos entre las naciones avanzadas y el Tercer Mundo”.<sup>18</sup>

En el caso de las agencias, la dinámica de trabajo de los años posteriores a la segunda guerra mundial, y específicamente durante la década de 1960, se tradujo en que sólo a través de su trabajo era posible que los países tercer mundistas se informaran sobre lo que pasaba en las naciones vecinas. En dicho momento, constituían el único canal informativo organizado y será sobre este punto que recaerá posteriormente una de las sugerencias más trascendentales del informe MacBride, la cual decía relación con la creación de agencias nacionales propias en los países tercermundistas, comprendiendo esto como un elemento importante para su desarrollo.

La UNESCO, como organismo de Naciones Unidas, propone un proyecto desarrollista, según los ideales que consideraban que se debían concretar en el Tercer Mundo, como el desarrollo de sistemas de medios de comunicación bajo el lema del libre flujo de la información.

Es al interior de este organismo donde comienza a forjarse el debate por parte de los países tercermundistas. El Informe Mac Bride pretendía justamente ser parte de los esfuerzos de la UNESCO, donde desde los años 70 se trabajaba para reestructurar el sistema mundial de comunicaciones.

Estuvo marcado por la confrontación ideológica de la Guerra Fría y posteriormente por los cambios generados tras la caída del Muro de Berlín: Estas dos circunstancias históricas implican que, en la práctica, el estudio se traduce en una detección de problemáticas pero con una vaga formulación de cómo conseguir los propósitos. Por la misma razón, muchas veces fue criticado por evaluar la realidad según los objetivos modernos, para luego tratar el tema de la libre circulación de información bajo principios tradicionales. Conceptos que se podrían considerar como antitéticos. Por un lado, se subentiende a los medios como componentes importantes en los esfuerzos de un gobierno para el desarrollo de las naciones, pero por otro lado, esto implica un impulso y una integración de los objetivos de esos mismos gobiernos en el desarrollo de los medios. Situación que la mayoría de las veces limitó el apoyo de los gobiernos occidentales.

Los autores de “Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial” plantean que los países occidentales guardan sus razones en valorar una prensa independiente, una que se muestre alejada del gobierno de turno. Pero por otro lado, la

---

<sup>18</sup> STEVENSON L. Robert y LEWIS SHAW, Donald; “Las Noticias Internacionales y el Nuevo Orden en la Información Mundial”, Barcelona, España, 1984. P. 19.

posibilidad de tener una prensa que guarde críticas al gobierno y que al mismo tiempo apoye el sistema social en que esté operando en algún lugar, es una realidad que tampoco es aceptada para el Tercer Mundo.

Para la lectura del Informe Mac Bride se debe tomar en cuenta su emblemático punto de discusión que es la función de los gobiernos en los medios masivos. Hoy, dado el cambio en el orden mundial, las consideraciones sobre este punto se reducen a plantear cómo regular los mercados y cómo incentivar la educación, más que elaborar planes en conjunto con gobiernos que, en su gran mayoría, durante las décadas de 1980 y 1990 han fracasado.

Sin embargo, la trascendencia de esta información se resume a que muchos de estos conceptos han permanecido en las ideas sobre el periodismo. En especial en países tercermundistas que tienden a comprender la comunicación y sus medios como agentes sociales con una responsabilidad desarrollista. Esto, dice relación con la idea de que las comunicaciones, al identificarse primordialmente como un fenómeno social, están sujetas, en todo momento, a caracterizarse y a ser modeladas, teñidas y sazonadas por la sociedad.

Se puede establecer que casi todos los enfoques que pretenden delinear los objetivos de la libertad de expresión y circulación de información, guardan bajo sus argumentos una búsqueda de la Verdad como valor supremo. Sin embargo, en todos los tiempos han existido modos de controlar a los medios de comunicación, de acuerdo a las reglas y necesidades de las sociedades en cuestión. Hasta en los sistemas más liberales se encuentran controles políticos; leyes y censuras, limitantes económicas; mediante la propiedad y el respaldo, o bien sociales; por medio de la crítica y la concesión o retiro del patrocinio.

#### CONCEPCIONES SOBRE PERIODISMO, SEGÚN MODELOS POLÍTICOS.

Sobre otras concepciones del rol del Periodismo, es importante conocer las que plantean los autores Rivers y Schramm, quienes exponen que para el análisis de la comunicación de masas en las sociedades "(...) debemos partir de ciertos supuestos básicos que observa cualquier sociedad con relación a la naturaleza del hombre, la naturaleza de la sociedad y el Estado, la relación del hombre con el Estado, la naturaleza del conocimiento, la verdad y la conducta moral".<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> SCHRAMM, Wilbur y RIVERS, William L.; "Responsabilidad y comunicación de masas". Ed. Troquel, Buenos Aires, Argentina, 1969. P. 40.

Para William Hachten, esta percepción cobra importancia porque, no sólo nos compromete a una herencia histórica que modela las percepciones que tenemos sobre el periodismo, sino que también, es un sistema que determina las reglas del juego en cuanto a posibilidades y funciones prácticas del periodismo internacional.

Existen distintas corrientes que establecen cuáles son las grandes clasificaciones de los modelos políticos, sin embargo, se hará un breve esbozo de las postulaciones más comunes que reflejan los distintos modos o ideales que identifican cómo actúan los medios de comunicación dentro de los diferentes modelos. Ello, debido a que tal como las concepciones que rondaban el Informe Mac Bride dejaron sus legados en las ideas que hoy se tiene sobre las funciones del periodismo, las diferentes instancias políticas por las que pasa una nación, también dejan legados en las nociones de la profesión periodística.

Es así, como no necesariamente se cumplen a cabalidad todas las características de una sola corriente, sino que bien, se puede generar un sistema que integra factores aislados de cada uno de ellas: Liberalismo o visión occidental, Autoritarismo, Concepto comunista, Concepto revolucionario, Concepto desarrollista y Teoría de la responsabilidad social.

En esta ocasión desarrollaremos aquellos sistemas, que de una u otra forma, han marcado la trayectoria de los medios en Chile, contribuyendo elementos característicos a la prensa nacional actual.

#### i. Liberalismo o visión occidental

Históricamente los principios de la regulación de prensa occidental, guardan muchas de sus características en los debates generados por los enfrentamientos entre la corona, las cortes y los jueces en Gran Bretaña durante el siglo XVIII. Gran parte de su evolución tiene que ver con los rasgos propios del paso del autoritarismo a una mayor democracia política interna, basado principalmente en los valores de la Ilustración. El principio que ha primado desde aquel momento histórico es que la libertad de prensa es “el derecho de hablar de política y comentar y criticar a sus gobiernos”.

Para ello se necesita:

- a. Un sistema legal que proporcione una protección significativa a las libertades civiles individuales y a los derechos de propiedad.
- b. Nivel promedio de ingreso *per cápita*, educación y altas tasas de alfabetismo.

- c. Ejercicio del gobierno a través de una constitución democrática del parlamento o que cuente con una oposición política legítima.
- d. Capital suficiente o iniciativa privada que apoye los medios de comunicación de noticias.
- e. Tradición estable de periódicos independientes.<sup>20</sup>

Se valora la diversidad, tanto de puntos de vista como de fuentes, operando bajo el mercado de las ideas, el libre albedrío, la libertad de credo y la imposibilidad de monopolios de la verdad. Es justamente el concepto occidental que vela por un libre flujo informativo y es también el que provoca una percepción en la gente que lleva a valorar y medir la credibilidad según la ausencia de restricciones oficiales o autoritarias.

Es un sistema que otorga funciones activas a un ciudadano-consumidor y lo coloca como eje central de la formación y constante reformación del sistema operativo.

Los medios occidentales no carecen de defectos. Ellos se han visto enfrentados a interferencias de tipo económico y corporativo, ya que por un lado los medios necesitan ser financieramente fuertes y rentables, pero por otro lado el incremento de consorcios en el área de los medios y los procesos que tienden a la concentración de la propiedad son características propias de la actualidad que atenta contra la libertad y diversidad de los medios de comunicación.

Justamente los gobiernos en lugares como Suecia o Noruega han debido velar por la mantención de la diversidad, proporcionando subvenciones a los periódicos de distintos partidos políticos para preservar el debate.

## ii. Autoritarismo

“La libertad absoluta de expresión es un mito”.<sup>21</sup>

Es lejos el sistema político que más ha reinado en la historia política del hombre, primero como doctrina de las monarquías y luego con la tradición autoritaria de la Iglesia romana. Así también, en la historia ha sido más común vivir bajo el yugo de una prensa autoritaria. Es compleja de detectar ya que pueden considerar varios grados de control:

---

<sup>20</sup> Al momento de la edición de este libro los países que cumplían con estos requerimientos eran: Reino Unido, los Países Bajos, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Islandia, Italia, India, Canadá, Suecia, Bélgica, Noruega, Irlanda, Suiza, Alemania, Francia, Austria, Dinamarca, Israel y Japón.

<sup>21</sup> HACHTEN, William; “El cambio en los medios y la confrontación ideológica: El Prisma Mundial de las Noticias”, Iowa State University Press Ames, Iowa, EE.UU., 1981. P. 35

- a. Países en que el control de algunos o todos los medios de comunicación es completo.
- b. Países en que la crítica política por parte de algunos o todos los medios resulta posible, pero en los que funciona la censura.
- c. Países en que las leyes especiales o una legislación discriminatoria de otra índole expone a los trabajadores y ejecutivos de los medios de comunicación al arresto y al juicio.
- d. Países en que mediante métodos no oficiales se desalienta la crítica o la oposición de los medios de comunicación.<sup>22</sup>

En los sistemas autoritarios, las decisiones se toman de modo vertical. La información constituye un monopolio para el que detenta la autoridad y ello en la forma que sea necesaria para garantizar su sobrevivencia. Opera bajo una lógica forzada y una extraña dicotomía entre la exposición del consenso y el entendimiento de que la diversidad es una característica prescindible.

Bajo este punto, se enfrenta el funcionamiento de la prensa en Chile durante la dictadura, que es enumerado como ejemplo entre muchos otros países. Hachten, explica que en estos casos, la prensa es comprendida como un ente fuera de la órbita del gobierno, o sea, con cierta independencia, a la cual se le permite recopilar y publicar noticias pero con la premisa que debe funcionar para “el bien del Estado”.

Schramm y Rivers agregan que la prensa bajo este sistema es “un instrumento más para promover la unidad y la continuidad dentro del Estado.”<sup>23</sup> Volviendo al ámbito nacional, Hachten, menciona el caso de Chile durante la Guerra Fría, como uno de los numerosos países que ve limitada su capacidad de expresión retrasando de este modo el desarrollo informativo, no sólo en el modo de abordarlas y trabajarlas, desde un punto de vista del profesional, sino también en la manera en que el receptor las comprende y digiere.

### iii. Concepto desarrollista de la década del 70'

Este concepto es una extraña nomenclatura entre una comprensión de los medios como instrumentos fundamentales en el desarrollo e integración de las naciones y a su

---

<sup>22</sup> Ibíd. P. 46

<sup>23</sup> SCHRAMM, Wilbur y RIVERS, William L. Op. Cit. P. 43.

vez, de las exigencias que vienen implícitas en el propósito que guarda el querer surgir y cumplir con las características de las naciones del primer mundo.

Se sostiene en principios mencionados tanto por el comunismo como por los científicos sociales occidentales quienes adjudicaron un rol importante a la comunicación masiva en el proceso de construcción nacional dentro de los países recientemente independizados. Otorga a la prensa un deber social por lo que también exige ciertas características a su forma y flujo.

#### iv. Teoría de la responsabilidad social

Este es un enfoque agregado por Rivers y Schramm quienes plantean que de la evolución de sociedades liberales y producto de las cada vez más numerosas críticas a los efectos de una prensa no regulada, ha surgido una nueva percepción política para regular a los medios.

Entre las críticas postulan que, los medios han manejado enormes poderes en sus manos y ello para sus propios fines, que se han subordinado a la publicidad, opuesto al cambio social, y que en más de una oportunidad se han prestado más para lo superficial y sensacionalista en sus contenidos. Finalmente mencionan que los medios de comunicación están controlados por una clase socioeconómica, vagamente expuesta como la "clase empresarial" lo que dificulta un libre acceso al mercado, poniendo en peligro uno de sus principios, la libertad y apertura a ideas diversas.

De este modo, el rasgo característico de la responsabilidad social, que para ellos es definida por los periodistas, no se ha hecho cumplir en lo absoluto, pues "los medios de comunicación son instrumentos humanos (...) sujetos a las preferencias, prejuicios y ambiciones humanas"<sup>24</sup>

Ello ha llevado a una situación de total desconfianza en el sistema liberal imperante. Bajo su yugo se esperaba que los medios reflejaran el mundo como lo percibían los individuos sin embargo se ha transformado en la exposición de visiones pertenecientes a los propietarios.

<sup>24</sup> Ibíd. P. 62.

## 2. CHILE: GLOBALIZACIÓN Y ESTILO DE DESARROLLO RECIENTE.

### DESARROLLO ECONÓMICO

Un mundo cada vez más interrelacionado, donde el mercado global está supeditado en gran medida a los eventos que ocurran en los distintos países, y donde las repercusiones que puedan haber en materia económica son inminentes, los diversos modelos de desarrollo que adopten las naciones, constituyen un elemento determinante.

Para un país como Chile, que posee un mercado interno reducido y un progreso económico altamente dependiente de las exportaciones, la existencia de tratados y acuerdos comerciales que le permitan facilitar este modelo de comercialización, conservar y aumentar sus tasas de crecimiento, es fundamental para la expansión de su economía.

Sobre la base de este escenario, Chile se ha embarcado en lo que se conoce como “Proyecto País”, el cual ha sido impulsado por los distintos gobiernos que el país ha tenido desde inicios del siglo XX. El objetivo central de este proyecto, ha sido que la inserción de Chile en el ámbito internacional se cumpla a cabalidad, contemplando dentro de los desafíos estratégicos trazados, la suscripción de acuerdos de libre comercio con los principales socios económicos de nuestra economía.

“Chile pretende lograr una incorporación mundial múltiple y flexible. Una participación que le permita involucrarse activamente en los procesos de integración regional y bilateral, además de entregar seguridad legal y económica a los exportadores e importadores chilenos”.<sup>25</sup>

La importancia de participar en el comercio internacional, se sustenta también en los datos entregados por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile (Direcon), que indican que cerca de un 50% de los bienes y servicios que se transan en el país en un año, forman parte del comercio exterior chileno, es decir, se venden (exportar) o compran al extranjero (importar).<sup>26</sup>

De los acuerdos, comerciales o de cooperación, que Chile ha convenido, la Direcon señala que éstos se subdividen en; Acuerdos Regionales, Acuerdos Bilaterales, Compromisos Multilaterales y otros Acuerdos y Negociaciones.

---

<sup>25</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, [http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales/f\\_acuerdos.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_acuerdos.html). 07.07.04.

<sup>26</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, [http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales.html). 07.07.04

En lo que respecta a los acuerdos regionales, la táctica adoptada por nuestro país se sostiene en tres principios:

1. La apertura unilateral, que viene siendo aplicada desde hace dos décadas.
2. Las negociaciones comerciales multilaterales, en las que Chile tiene activa participación.
3. La apertura negociada en el ámbito bilateral y regional que es utilizada, en forma intensa y creciente, desde inicios de la década de los noventa<sup>27</sup>.

En este ámbito se encuentran el Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).<sup>28</sup>

#### APEC<sup>29</sup>

Nace en el año 1989, como respuesta a la creciente interdependencia de las economías del Asia Pacífico. Es el foro de cooperación económica de Asia Pacífico y está orientado a administrar, de mejor forma, su interdependencia, así como también, a mantener un crecimiento económico. Comenzó como un fructífero e informal diálogo grupal, para luego transformarse, en lo que hoy conocemos, como el principal vehículo regional para la promoción del comercio abierto y la cooperación práctica, entre economías. Su propósito, es impulsar el dinamismo económico y el sentido de comunidad de la región Asia Pacífico.

Cuenta con 21 miembros conocidos como Economías Miembros, que en conjunto representan más de 2,5 billones de personas. Cuentan con un Producto Doméstico Bruto (GDP) de un total de 19 trillones de dólares, y un 47% del comercio mundial. Por lo que, según la Dirección Económica, APEC representa a la región de mayor dinamismo económico del mundo, que en sus primeros 10 años ha generado aproximadamente 70% del crecimiento económico global.

#### ALCA

Área de Libre Comercio de las Américas. Corresponde a la zona de libre comercio e inversiones que según la Direcon, existirá desde el año 2005 entre los 34 países que

---

<sup>27</sup> *Ibíd.* (22).

<sup>28</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, [http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales/f\\_regionales.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_regionales.html). 07.07.04

<sup>29</sup> APEC También está considerado dentro de los Compromisos Multilaterales

actualmente participan en el proceso de negociaciones. Ésta contempla a las naciones de; Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominica, El Salvador, Ecuador, Estados Unidos, Granada, Guatemala, Guayana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, San Cristóbal y Nevia, San Vicente y Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay, y Venezuela.

#### ALADI

Es un organismo intergubernamental que, continuando con el proceso iniciado por la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), en el año 1960, promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar el desarrollo económico y social, y tiene como objetivo el establecimiento de un mercado común.

Está conformado por doce países miembros, que son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, que representan en conjunto 20 millones de kilómetros cuadrados y más de 430 millones de habitantes.

#### Acuerdos Bilaterales

En lo que respecta a los Acuerdos Bilaterales, es decir, aquellos que expresan mayormente la internacionalización de la economía en los espacios globales, se encuentran: El Acuerdo de Complementación Económica (ACE), que incluye a los siguientes países: Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador, Perú, Venezuela e integrantes del MERCOSUR. Y los Tratados de Libre Comercio, suscritos con Canadá, Centroamérica, México, Unión Europea (UE), Estados Unidos, Corea del sur y EFTA.

Sobre los Tratados de Libre Comercio<sup>30</sup>, la cronología comienza entre 1990 y 1999, donde se suscriben los Tratados de Libre Comercio (TLC) con la totalidad de Latinoamérica y Canadá, y que comprende cerca de un 30% del intercambio comercial total de Chile. Sin embargo, no es sino hasta el 2002 que se concretan las negociaciones con la Unión Europea, Corea del Sur y Estados Unidos. Por su parte, el acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio, se concreta durante el primer trimestre de 2003. Situación que se traduce, en que cerca del 75% del comercio exterior de Chile, esté sustentado, justamente, en estos acuerdos.

---

<sup>30</sup> Para un mayor conocimiento acerca de los Tratados de Libre Comercio, como el inicio de negociaciones, cantidad de rondas y objetivos especiales, ver Anexo N° 1.

Las estimaciones que realiza La Direcon respecto a los alcances de estos Acuerdos, son que antes de que culmine esta década el país “tendrá cubierto un porcentaje cercano al 90% del total del comercio exterior<sup>31</sup>”.

Dentro de los logros económicos que se han obtenido gracias a los tratados que Chile ha suscrito con países como, Canadá, Centroamérica, Corea del Sur, EFTA, Estados Unidos, México y Unión Europea (UE), las cifras son bastante prometedoras y señalan que el mercado potencial para las exportaciones nacionales asciende a 1.189 millones de personas compradoras de los productos chilenos. Desglosados de la siguiente forma; Unión Europea: 378 millones; Corea del Sur: 47 millones; EE.UU. : 272 millones; EFTA: 12 millones.

La suscripción de estos tratados contempla, a su vez, la creación de una Comisión de Libre Comercio a nivel de Ministros de Comercio de cada país, la cual se deberá reunir al menos una vez al año con el objetivo de discutir el cumplimiento del TLC y de ver cualquier problema ocasionado por la relación comercial bilateral.

Las atribuciones de esta comisión son: Interpretar el Acuerdo, solicitar asesorías y establecer grupos de trabajo etc. Mientras que dentro de sus funciones destacan: Supervisar y vigilar la práctica del TLC, resolver controversias que pudieran surgir de su aplicación o interpretación y Supervisar la labor de los grupos de trabajo creados en el TLC.

## MERCOSUR

Este acuerdo se constituye originalmente entre cuatro países (partes) que son: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, quienes pactaron el 26 de marzo de 1991 el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), enmarcado en el Tratado de Asunción. Se estableció como una alianza aduanera con el objeto de generar cambios en las economías de la región, no obstante, se han ido incorporando otras áreas. La adscripción de Chile ocurre en la X Reunión del Consejo del Mercado Común en 1996, donde se suscribió la "Declaración Presidencial sobre Compromiso Democrático en el MERCOSUR", en conjunto con Bolivia. Sin embargo, la participación de ambas naciones es como “miembros asociados”, es decir, el cronograma que estipula una zona de libre comercio con los países del Mercosur, contempla además, una reducción paulatina de los impuestos entre éstos y las nuevas naciones incorporadas.

---

<sup>31</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile,  
[http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales/f\\_acuerdos.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_acuerdos.html). 07.07.04.

## Compromisos Multilaterales

Con el objeto de que la inserción de Chile se realice de forma proporcional, es decir, que haya un equilibrio entre los requerimientos que una mayor apertura exige y los intereses en materia económica nacionales, en el ámbito de compromisos multilaterales, nuestro país es miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC), organismo que instituye las normativas comerciales de los países suscritos. Así como también, de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos OCDE, aún en proceso, y APEC<sup>32</sup>, contabilizado dentro de los Acuerdos Regionales.

### Organización Mundial de Comercio (OMC)

La Organización Mundial de Comercio se origina en 1994, tras la Reunión Ministerial de *Marrakech*, donde se pacta el acuerdo. La OMC, instancia multilateral, agrupa a más 130 países y constituye un marco común para los acuerdos de comercio que se vienen negociando desde los tiempos de la Segunda Guerra Mundial, en especial el Acuerdo sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que se aplicaba al comercio de bienes solamente.

Su función es reglamentar el comercio de bienes y servicios de sus miembros, como también la propiedad intelectual. Según la Direcon, la importancia de la OMC es que posee un marco jurídico más fuerte y claro. Incluye los acuerdos más amplios de apertura de mercados, posee mecanismos de solución de problemas más eficaces y fiables, reduce aranceles hasta en un 40%, constituye un marco multilateral de disciplinas para el comercio de servicios y para la protección de los derechos de propiedad intelectual que tienen relación con el comercio, así como también se preocupa del reforzamiento de los sectores textiles y agropecuarios.

### OCDE<sup>33</sup>

El propósito de esta organización es alcanzar un desarrollo económico conjunto y un apoyo entre los países miembros en tema de desarrollo en general. Entre los cuales, también se instituye una relación encaminada al intercambio de información y promoción que permita concordar sus políticas.

Los países miembros son Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda,

---

<sup>32</sup> Explicado en Acuerdos Regionales.

<sup>33</sup> Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico <http://rtn.net.mx/ocde/ocde.html>

Islandia, Italia, Japón, Luxemburgo, México, Noruega, Nueva Zelandia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República de Corea, República Eslovaca, Suecia, Suiza, Turquía.

Dentro de los objetivos de este organismo, destacan la promoción de las políticas tendientes a: Realizar la mayor expansión posible de la economía y el empleo y un progreso en el nivel de vida dentro de los países miembros, manteniendo la estabilidad financiera y contribuyendo así al desarrollo de la economía mundial.

Contribuir a una sana expansión económica en los países miembros y no miembros, y en vías de desarrollo económico. Contribuir a la expansión del comercio mundial sobre una base multilateral y no discriminatoria conforme a las obligaciones internacionales.

#### Otros Acuerdos y Negociaciones

Con el objeto de complementar la regulación de las disposiciones arancelarias y no arancelarias con el comercio de bienes y servicios, han sido negociados también Acuerdos de Protección de Inversiones, APPI, y Acuerdos de Doble Tributación.

De los cuales, la Direcon también señala que se han circunscrito cerca de 50 acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones, 37 convenios de transporte aéreo y 13 acuerdos para evitar la doble tributación<sup>34</sup>.

#### Acuerdo de Doble Tributación

Para evitar que el empresariado pague en territorio extranjero, impuestos por la actividad económica que emprender en ese lugar, considerando que ya cumple con esta obligación en su propio país.

#### Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)

Son convenios suscritos entre dos partes, con el objetivo de ofrecer un trato favorable a las inversiones que provengan desde el otro país signatario del convenio.

---

<sup>34</sup> Para un mayor conocimiento acerca de los países con los que Chile ha suscrito este tipo de tratados y el estado de la negociación, ver Anexo N° 2. A su vez, en el Anexo N° 3 se encuentran disponibles las cifras, en dólares, de las exportaciones hechas por Chile en el primer trimestre del año 2004.

## DESARROLLO EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Si bien el proyecto de desarrollo del país se suele asociar a las metas en materia netamente económica, también se deben considerar otras áreas en las que se ha invertido para lograr modernizar y llevar a Chile a estándares internacionales<sup>35</sup>. Los avances en esta materia, dan cuenta que nuestro país ha comprendido que para obtener una mejor inserción a nivel mundial, el desarrollo económico no es suficiente y que el perfeccionamiento de otras áreas, también debe ser congruente con el proyecto que el país se ha trazado. En un mundo cada vez más interconectado se requiere de mejores canales de comunicación, que sólo se obtienen con desarrollos tecnológicos. De este modo, una de las instancias que se une a este propósito, es la labor que efectúa la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT).

Creada en 1967, CONICYT funciona como institución coordinadora y articuladora por medio del ministerio de Educación, asesorando al Gobierno en materia científica y tecnológica. Asimismo, desempeña la labor de administrar los recursos públicos destinados a estas materias, a nivel nacional.<sup>36</sup>

Suscrito los nuevos acuerdos y tratados, se le han agregado nuevas tareas a CONICYT, entre ellas, promover el intercambio y la inserción internacional de investigadores, de forma tal de fortalecer los programas de cooperación que existen con países latinoamericanos, de América del Norte y la Unión Europea principalmente.

Asimismo, otro índice que da cuenta de la importancia que el Gobierno le atribuye a esta área en su proyecto de internacionalización, son:<sup>37</sup>

- ?? La Inversión del 0.57% del Producto Interno Bruto en Investigación y Desarrollo, que se traducen en cerca de 229 mil millones de pesos.
- ?? Un presupuesto anual, que supera los 35.000 millones de pesos.
- ?? Asignación de 250 becas del programa Alban, que tiene como misión el fortalecimiento entre América Latina y la Unión Europea, en materia de educación superior. Proporcionando de esta forma, la cobertura de estudios de postgrado y de formación superior.
- ?? El trabajo conjunto de sus departamentos y programas.

---

<sup>35</sup> Para un mayor conocimiento acerca de los tratados y acuerdos existentes en el ámbito científico, educacional y cultural, ver Anexo N° 4.

<sup>36</sup> Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica <http://www.conicyt.cl/acerca-conicyt/acerca.html>. 05.07.04.

<sup>37</sup> Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica <http://www.conicyt.cl>. 05.07.04.

Si bien los montos de inversión y presupuesto están muy por debajo de aquellos destinados en los países más desarrollados, las nuevas iniciativas están orientadas a dar sentido a un mayor esfuerzo para desarrollar el capital profesional y tecnológico de los chilenos. Para ello, en el último año se han creado centros de investigación dedicados a la ecología y biodiversidad, astrofísica, a estudios moleculares de la célula y a la investigación oceanográfica en el Pacífico sur oriental. Asimismo se han aplicado programas para desarrollar la sismología, biología celular, mecánica cuántica y química computacional.

En cuanto a las becas mencionadas, destacan los Centros de Excelencia FONDAP (Fondo de Investigación Avanzada en Áreas Prioritarias), consignado a la generación de conocimiento y formación de científicos con impacto mundial así como también EXPLORA, que es el departamento de recursos humanos y becas de postgrado, que promueve la formación de profesionales con estudios de postgrado. La meta es llegar a contar con 500 becas para doctorados el año 2006 duplicándolas posteriormente hacia el 2010. Por último, destaca el Departamento de Relaciones Internacionales (DRI), que fomenta la integración de la comunidad científica nacional a nivel mundial y patrocina reuniones de carácter científico que se realizan en Chile.

Con relación a las actividades de orden internacional, éstas se efectúan en los ámbitos de cooperación bilateral y multilateral. Por ejemplo, en el Acuerdo de Cooperación con la Unión Europea, en materia de ciencia y tecnología, CONICYT está a cargo de la implementación y ejecución de los acuerdos que tengan relación con esta área. Lo cual le permite a nuestro país participar en las actividades de investigación del *VI Programa Marco de Investigación*.

Programa que contempla las áreas de Genómica y biotecnología aplicadas a la salud; Tecnologías para la sociedad de la información; Nanotecnologías, materiales inteligentes y nuevos procedimientos de producción; Aeronáutica y espacio; Seguridad alimenticia y riesgo para la salud; Desarrollo sostenible y cambio planetario; Los ciudadanos y la gobernabilidad en la sociedad europea del conocimiento.

Con relación a los acuerdos de cooperación bilateral, este organismo ha suscrito 30 acuerdos interinstitucionales con sus colegas de América, Europa, Asia y Oceanía. Tales como, la movilidad e intercambio de investigadores en el marco de proyectos conjuntos de investigación. Las estadías de perfeccionamiento en el extranjero, que permiten que estudiantes de doctorado realicen ayudantías en laboratorios

especializados. Y en cooperación multilateral CONICYT representa al país en organismos como OEA - COMCYT, MERCOSUR - y Unión Europea.

Finalmente, dentro de las labores que se ha propuesto a desarrollar destacan las del Genoma Chile, que fomenta la incorporación del país en el desarrollo genómico y bioinformático. El programa de acuicultura, que tiene como objetivo de alcanzar un liderazgo mundial en esta área.

Tal como indica el Presidente de la República, Ricardo Lagos Escobar, en su discurso del 21 de mayo del presente año, “la soberanía en el siglo XXI es el conocimiento y la tecnología para nuestra fruta y nuestros vinos; para nuestros salmones, para cada uno de nuestros productos de exportación. (...) Ese va a ser el ritmo del futuro y a eso tenemos que ser capaces de llegar”.<sup>38</sup> Lo que indica que las pretensiones nacionales apuntan a un desarrollo que haga sustentable el aprovechamiento de los recursos de los que se disponen en Chile.

A través del Departamento de Relaciones Internacionales (DRI), CONICYT se encuentra embarcado en el proyecto de potenciar la atracción de recursos económicos internacionales para el apoyo de la formación de recursos humanos, y para el desarrollo de la investigación y la transferencia tecnológica en nuestro país. Intercambio de información, conocimiento y experiencia en ciencia y tecnología a nivel internacional. Así como también el mejoramiento de redes de recursos humanos especializados con la incorporación de investigadores y los resultados de sus investigaciones, al identificar y desarrollar nichos de mercado a nivel internacional.

## **DESARROLLO EN EDUCACIÓN**

Según estudios de la CEPAL, la educación, es uno de los ejes que constituye un papel determinante dentro de la política social que se debe adoptar para enfrentar de forma activa los efectos de la globalización y, asimismo, uno de los pilares fundamentales para una correcta inserción de Chile a un nuevo contexto mundial.

Los desarrollos en esta área<sup>39</sup>, representan un desafío, no sólo porque la educación es una herramienta que potencia la capacidad participativa y la identidad cultural de la ciudadanía, sino también porque es la única arma disponible para enfrentar

---

<sup>38</sup> LAGOS ESCOBAR, Ricardo; Presidente de la República de Chile, “Grabación personal en video del Discurso Oficial del 21 de Mayo de 2004”.

<sup>39</sup> Para un mayor conocimiento acerca de los tratados y acuerdos existentes en el ámbito científico, educacional y cultural, ver Anexo N° 4.

las nuevas exigencias de un mundo mayormente globalizado. A su vez, permite capacitar a la población, para que se transforme en un ente participativo que produzca, trabaje y compita en los nuevos escenarios.

En un mundo cada vez más interconectado y donde la educación determina el destino de personas y sociedades, el uso de las tecnologías también juega un rol fundamental para fomentar y facilitar el acceso a la información. Los conocimientos prácticos en el área informática y en especial en Internet son, sin duda, imprescindibles en la actualidad, esto dado que desde su irrupción, se han ido incorporando mayormente a los distintos ámbitos de nuestras vidas.

Internet ya no sirve solamente para entretenerse en la red o bajar música, sino para realizar trámites tan elementales como la declaración de impuestos, el pago de servicios básicos y transferencias bancarias, entre otros. Situación que los medios de comunicación han comprendido y que los ha llevado a incorporar sus servicios informativos en páginas Web.

Es por ello, como señala el Informe de la CEPAL, que en la actualidad, el acceso equitativo a la información se transforma en un tema prioritario, ya que “es aquí donde circula y se renueva incesantemente la producción de conocimientos y, en buena medida, de la cultura”. Eje central y soporte de toda sociedad.

Respecto a la brecha digital existente en América latina, la CEPAL destaca la labor realizada por el ministerio de Educación de Chile y sus esfuerzos por potenciar la estructura de soportes informáticos en establecimientos educacionales y más aún por acercar el uso de estas tecnologías a las poblaciones con menos recursos. Son justamente estas iniciativas que hoy posicionan a Chile como uno de los países con mayor desarrollo en esta área en comparación al resto de América Latina.

Por otro lado, el filósofo Martín Hopenhayn señala que los cambios propios del mundo de la educación, también afectan a los medios de comunicación, ya que en su opinión, “los obliga a una rápida y ágil adaptación para la transmisión de conocimientos, la comunicación a distancia y el uso de información. (...) De allí la importancia crucial de las mediaciones entre educación, industria cultural y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC)”.<sup>40</sup>

Frente a este nuevo escenario y con el claro objetivo de preparar a las futuras generaciones a desenvolverse en este nuevo sistema tecnológico y asimismo, de lograr

---

<sup>40</sup> CEPAL, ECLAC; Hopenhayn, Martín; “Educación, Comunicación y Cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana”, Series Informes y Estudios Especiales. Santiago, Chile. Enero 2003. P. 5.

un mayor equilibrio en el acceso a la información, la reforma educacional del ministerio de Educación (Mineduc), incorpora desde el año 1992, el proyecto “Red Enlaces”, el cual pone en marcha blanca en 12 escuelas del país.

Proyecto con el cual, el Ministerio busca “incorporar al sistema educacional nuevos recursos didácticos, aprovechando las potencialidades que las nuevas tecnologías de información y comunicación ofrecen al mundo de la educación”.<sup>41</sup>

Hoy, los resultados de esa apuesta se traducen en que más de 7000 establecimientos educacionales formen parte de este proyecto y que cuenten con recursos digitales pedagógicos, profesores previamente capacitados y constantemente asesorados, pero lo más importante, que los alumnos dispongan de la infraestructura apropiada para aprender a utilizar los computadores.

Asimismo, con el objetivo de ampliar el uso de estos espacios y de manera de potenciar el acceso no sólo de estudiantes, sino de la comunidad en general, se crea el proyecto “Red Enlaces Abierta a la Comunidad”, que implica que una vez culminado el uso de estas salas por parte del período de jornada escolar, sean áreas comunitarias donde la población de cualquier edad pueda acceder al uso de esta tecnología.

Iniciativa que en su primera etapa, desde hace casi dos años, permitió la apertura de más de 500 establecimientos educacionales que pusieron a disposición de su comunidad sus salas de computación, por medio de las cuales se ha logrado capacitar y alfabetizar digitalmente, a través de cursos impartidos, a más de 15.000 personas.

Resultados que, a su vez, dan nacimiento a la “Campaña nacional de Alfabetización Digital” propuesta por el Gobierno en su agenda pro-crecimiento desde el año pasado y que tiene como objetivo capacitar a 500.000 chilenos, mayores de 15 años, en esta área la cual se concretaría el 2005.

Meta para la cual se han incorporado cerca de 2.000 establecimientos del programa “Red Enlaces” y diversos infocentros, bibliotecas digitales y lugares de capacitación, que permitan el acceso a estas tecnologías, por parte de la comunidad. En especial, para aquellas personas que están fuera del sistema educacional, como amas de casa y trabajadores.

Asimismo, este programa pretende incentivar a las empresas para que se incorporen a la campaña de alfabetización y de esta forma puedan capacitar a sus trabajadores, por medio del sistema de becas disponibles.

<sup>41</sup> Proyecto Red Enlaces, Ministerio de Educación <http://www.redenlaces.cl/recursos.htm>. 07.07.04

Chile es un país, que desde 1990 a la actualidad, ha aumentado cuatro veces su presupuesto para la educación, ha incrementado el salario de su profesorado y ha aplicado el Programa de Jornada Escolar Completa, así como también se ha preocupado de ampliar y mejorar la infraestructura dedicada al aprendizaje. Sin embargo, si bien hoy mantenemos las tasas más altas de América Latina y el Caribe, en cuanto a asistencia escolar, tanto para la educación primaria, como secundaria y superior, los desafíos persisten.<sup>42</sup> Hoy, dadas las proyecciones que se plantea el país, Chile debiera dar el paso a desarrollar en los estudiantes las “funciones cognitivas superiores, orientando el aprendizaje hacia la identificación y solución de problemas, la reflexividad, la creatividad, la comprensión profunda, la selección de información, la discriminación entre lo relevante y lo irrelevante, y la capacidad de planificar e investigar”.<sup>43</sup>

Asimismo, los elementos fundamentales para mejorar la educación en la región se sustentan para la CEPAL, en el desarrollo de tres estrategias: primeramente el reconocimiento del derecho universal a la educación, el fortalecimiento de la continuidad de los alumnos en el sistema, y la adecuación institucional y pedagógica a los cambios culturales y tecnológicos.

#### Educación Bilingüe

“El dominio de un inglés básico e instrumental no sólo entrega valor agregado a la formación general, sino que es indispensable para aprovechar las nuevas oportunidades laborales que ofrece la internacionalización de la economía chilena”<sup>44</sup>.

Bajo este criterio, surge de forma paralela a las metas que se ha trazado el Mineduc, el proyecto "El Inglés Abre Puertas", que pretende intensificar el aprendizaje y dominio de este idioma, con el objeto de que los adolescentes chilenos tengan mejores oportunidades en un mundo globalizado y con la convicción de que el aprendizaje de idiomas permite en la actualidad:

- ?? Mayores posibilidades de acceder a un empleo
- ?? Conseguir una mejor remuneración
- ?? Obtener becas en el extranjero
- ?? Navegar por Internet

---

<sup>42</sup> Cifras respectivas, en cuanto a cobertura educacional en el país, corresponden a: Educación Primaria 96,7 %, Educación secundaria 81,3%% y Educación superior 33%. Naciones Unidas, CEPAL; “Globalización y Desarrollo” , Vigésimo noveno Período de Sesiones, Brasilia, Brasil, 6 Al 10 de Mayo de 2002.

<sup>43</sup> Ibíd. P. 341

<sup>44</sup> Ministerio de Educación [www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl). 05.07.04

?? Comunicarse con personas de otros países y otras culturas.

De esta manera, se incorporó a la reforma educacional del ministerio, un aumento del período de enseñanza de inglés, de dos a tres horas obligatorias en los cursos de séptimo y octavo básico y de seis a ocho años el aprendizaje de un idioma nuevo. A la par, se dotó de material de estudio a los establecimientos educacionales subvencionados, de forma que los docentes cuenten con mayores herramientas para la enseñanza.

En concreto se han distribuido desde el año pasado, 635.000 textos nuevos de inglés para estudiantes de quinto y sexto básico, y para la capacitación de quines enseñarán este idioma a los alumnos, se entregaron 19.490 guías y casetes para los profesores. Mientras que este año la entrega de textos incluyó a los séptimos y octavos básicos.

## **DESARROLLO EN CULTURA**

En esta área, destaca el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile que tiene como objetivo la difusión de la cultura y el arte de nuestro país<sup>45</sup>, y aunque está más enfocada al plano nacional, en materia internacional ha establecido y fortalecido numerosos nexos en el extranjero, sirviendo de puente entre quienes viven en el país y los chilenos en el exterior.<sup>46</sup>

Asimismo, este organismo logró en el año la creación de la Ley de Donaciones Valdés, que con apoyo del sector público y privado sustentará donativos que permitirán financiar los diversos proyectos culturales que se desarrollen en nuestro país. De forma tal, de aumentar la cantidad de donantes y de montos, que el año 2002 alcanzaron a 529 personas y empresas, que aportaron con \$ 6.000 millones al área cultural.

Otro criterio en este ámbito, ha sido el de apoyar el desarrollo y la difusión de la cultura y artes, de conservarla y acercarla a las personas, así como también de promover la participación de la ciudadanía en la vida cultural. Los objetivos que se han planteado a nivel internacional, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, son:

?? Fomentar el desarrollo de capacidades de gestión cultural en el ámbito internacional.

---

<sup>45</sup> Para un mayor conocimiento acerca de los tratados y acuerdos existentes en el ámbito científico, educacional y cultural, ver Anexo N° 4.

<sup>46</sup> Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, <http://www.consejodelacultura.cl>. 07.07.04

- ?? Crear medidas para el desarrollo de las industrias culturales y la colocación de sus productos en el mercado externo.
- ?? Diseñar políticas culturales a aplicar en el ámbito internacional, de forma tal, de poder establecer y desarrollar vínculos y convenios internacionales en materia cultural.

Por lo que su presupuesto anual, el que ha aumentado en un 59% desde que el gobierno de Ricardo Lagos llegó a la presidencia, es de 16 mil 169 millones 205 mil pesos, incrementándose en un 8,6% en relación al año anterior. De dichos fondos se destinará cerca de un 3% para la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

De esta forma, a los 125 convenios que hasta 1996 Chile había suscrito con países de América, África y Asia, se sumarán seis más, con organismos internacionales como la UNESCO y la UNICEF. Convenios mediante los cuales habrá un compromiso para desarrollar acciones destinadas al intercambio, cultural, educativo, entre otros.

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, de las labores ya realizadas, vale destacar el acuerdo entre Chile y México que en el año 2001 se congregaron para tratar temas de cooperación, obteniendo como resultado, la restauración de los murales de David Alfaro Siqueiros y Xavier Guerrero en la escuela "México", de Chillán.

El interés de Chile por el área cultural, según la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, se remonta desde la década del '30 hasta el año 2001, donde nuestro país firmó numerosos acuerdos y convenios.

## MARCO TEÓRICO

### 3. NOTICIA: EJE DEL PERIODISMO INTERNACIONAL

El proceso mediante el cual un hecho se transforma en noticia y posteriormente llega a la audiencia a través de los medios de comunicación, es lo que se entenderá en este marco conceptual por “proceso de producción de la noticia”, el cual consta de numerosas instancias a lo largo de su desarrollo.

Para Gaye Tuchman<sup>47</sup>, la producción de la noticia como primera instancia dentro del tratamiento noticioso, es de suma importancia ya que se da al interior de los medios de comunicación, y éstos para la autora, son aquellos que construyen la realidad social por medio de las noticias que entregan. Sin embargo, expone que también intervienen otros actores de igual envergadura, los periodistas, las organizaciones de medios, y finalmente, siendo determinantes para el sentido de las informaciones, se encuentra el rol que desempeña el público como instancia final de la construcción de la noticia.

Sobre estas mismas etapas, Miquel Rodrigo<sup>48</sup> señala que la noticia pasa por un proceso productivo que cuenta con 3 fases; la *producción* o elaboración de los hechos, la *circulación* de la información, la cual está supeditada a los distintos canales que puede utilizar la sociedad para comunicarse así como el uso informativo que cada individuo le da a los medios; y finalmente el *consumo*, donde destaca la imagen social que se ha tenido de los medios de comunicación, así como también, la construcción de las agendas temáticas que realizan, también denominada, *agenda setting*. Un proceso donde intervienen tanto los periodistas, como la organización informativa para la que éstos trabajan. Sin embargo, con relación a la *circulación*, el autor reconoce que el uso informativo de los distintos medios aún no se ha investigado.

Los autores Miceli y Belinche<sup>49</sup>, coinciden, a grandes rasgos, con las proposiciones anteriores, señalando por su parte, que el proceso se inicia con la observación de un

---

<sup>47</sup> TUCHMAN, Gaye; “La Producción de la Noticia: Estudio sobre construcción de realidad”, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1983.

<sup>48</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op Cit.

<sup>49</sup> BELINCHE, Marcelo y MICELI, Walter; “Los procesos de edición periodística en los medios gráficos: El caso Clarín”, Buenos Aires Ediciones de Periodismo y Comunicaciones, Buenos Aires, Argentina, 2002.

hecho en bruto, pasando por las instancias sociológicas que son las agencias informativas, el periodista y los medios, para finalmente reintegrarse a la sociedad bajo la forma de la reacción de un público que consume y crea su realidad en base a este proceso.

No obstante, consideramos que dada la argumentación que entregan los cuatro autores, cada sistema propuesto es igualmente válido, por lo que sintetizamos dichos esquemas identificando una estructura propia. La que se ha realizado, tomando en cuenta el planteamiento de cada autor, y en especial aquellos elementos en los que los escritores tienden a coincidir, atribuyendo un rol determinante a ciertos aspectos y actores, dentro del proceso de producción noticioso.

Proponemos, entonces, para el sistema de producción de la noticia, la existencia de cuatro instancias claves que determinan el contexto de las informaciones. Éstas mismas se suceden unas a otras, formando una cadena productiva cuyo orden permite vislumbrar aquellos elementos que inciden en la forma y en el sentido final que obtienen las informaciones expuestas en los medios.

Las instancias son las siguientes:

- Hecho, Suceso, Acontecimiento y Noticia
- Empresa Periodística
- El Periodista
- El Público

Esta estructura de cuatro dimensiones y los efectos que genera, forman en conjunto, el proceso de producción y edición periodística. Finalmente, el resultado de la interacción, o bien el “modus operandis” entre la noticia, el periodista, los medios y el público, son el reflejo de la cultura periodística. Los fundamentos, la calidad y la forma de la toma de decisiones, es decir, los criterios que rigen el día a día del periodismo, se materializan y toman sus características propias dado este proceso.

La noción general de estas cuatro realidades, da a conocer el modelo periodístico que utilizan los medios, es decir, tanto sus características del proceso de *newsmaking* – fabricación de la noticia–, como los del *newsworthiness* o noticiabilidad, en otras palabras, los criterios, operaciones e instrumentos con los que se eligen los hechos susceptibles de ser noticia.

## I. HECHO, SUCESO, ACONTECIMIENTO Y NOTICIA

Sobre estos conceptos básicos en el periodismo, numerosos autores dan diversas definiciones que se consideran importantes de manejar. Sin embargo, de las diferentes concepciones, tales como suceso, hecho, acontecimientos, entre otros, se puede establecer un cierto orden en el que cada uno, sucede al anterior. Es por esto, que el primer concepto a definir es el “Hecho”.

Mar de Fontcuberta<sup>50</sup> ve el hecho como un fenómeno que puede ser recogido y tratado desde muchas disciplinas académicas, siendo posible darle diferentes sentidos dependiendo desde qué área profesional es recogido. Un historiador, un sociólogo o un periodista, trabajan según la autora, con la misma materia prima. Sin embargo, el tratamiento del hecho, en este caso, altera el sentido y orientación de éste. De este modo, son las herramientas y procesos de trabajo que utilizan las distintas disciplinas académicas que van a transformar, en última instancia, el significado y uso de un hecho. Así, mientras el historiador trabaja para intentar encontrar una serie de hechos, el periodista trabaja buscando el hecho único.

El periodista se desempeña justamente bajo la percepción que los sucesos son como los accidentes, hechos que duran poco pero cuya fuerza radica en la capacidad de modificar la estructura de su entorno. Particularmente los hechos en el mundo del periodismo cobran importancia según su valor noticioso o sea, según el potencial impacto que se calcula pueda tener sobre el público. Partiendo entonces, de la base de que el hecho es cualquier cosa que sucede, las definiciones de suceso y de acontecimiento – ambos utilizados como sinónimo –, para la mayoría de los autores, tales como Manuel López<sup>51</sup>, Mar de Fontcuberta, Miquel Rodrigo<sup>52</sup> y Stella Martini<sup>53</sup>, son hechos “importantes” que irrumpen, o marcan un quiebre dentro del ámbito al que pertenecen. No obstante, la clasificación de “importante” en este caso, la darían las agencias de noticias quienes de la gama de hechos que les llegan a diario, elige sólo algunos para enviarlos como sucesos o acontecimientos a los diferentes medios de comunicación.

Sin embargo, desde la visión de Miquel Rodrigo, las diferentes concepciones de estos términos varían según al tipo de medio – sistema para Rodrigo - al que llegan, ya

---

<sup>50</sup> FONTCUBERTA, Mar de. Op. Cit.

<sup>51</sup> LÓPEZ, Manuel; “Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación”, Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, España, 1995.

<sup>52</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit.

<sup>53</sup> MARTINI, Stella; “Periodismo, Noticia y Noticiabilidad”, Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia 2000.

sea este, una agencia o un periódico, ya que cada uno a su vez, produce nuevamente los hechos y los deriva a otra instancia, creando de esta forma un fenómeno en cadena. Es decir, lo que para un “sistema” puede ser su producto final para otro, éste puede ser su materia prima. Así, la definición de “hecho” puede ser el *input* de las agencias informativas y los “acontecimientos” sus *output*, mientras que para los medios de comunicación los *input* son los acontecimientos y las noticias los *output*.<sup>54</sup>

Dentro de las definiciones que se pueden dar de acontecimiento, Miquel Rodrigo expone ciertas características<sup>55</sup>:

1. Se generan mediante fenómenos externos al sujeto.
2. No tienen sentido al margen de los sujetos, pues son éstos quienes se lo dan.
3. Se da una relación de inclusión, por la que los fenómenos externos percibidos por el sujeto se convierten en acontecimientos, por la acción de éste sobre aquellos.

Sobre este mismo concepto podemos hallar las definiciones que entrega El Diccionario de información, comunicación y periodismo, de José Martínez de Sousa.<sup>56</sup> Señala que acontecimiento es un suceso de alguna importancia, que en cualquier instante, ocurre en un lugar.

Lo subdivide en acontecimiento de actualidad; como el que ocupa la atención de las gentes, especialmente de los periodistas, en el momento actual; acontecimiento noticiable, como el de actualidad que posee los elementos suficientes para convertirse en noticia periodística; acontecimiento noticioso, como acontecimiento noticiable, y finalmente el acontecimiento nuevo, como el que acaba de sobrevenir en relación con una noticia de actualidad.

Sobre el proceso de producción noticioso que transforma los acontecimientos en noticias. Citando a Greenberg<sup>57</sup>, Miquel Rodrigo<sup>58</sup>, expone los 3 tipos de acontecimientos que las noticias producen:

---

<sup>54</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. P. 92.

<sup>55</sup> *Ibíd.* P. 81

<sup>56</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José. Op. Cit. P. 26

<sup>57</sup> En su modelo “Person-to-person communication in the diffusion of new events”. *Journalism Quarterly* n. 41, 1964.

<sup>58</sup> Las relaciones interpersonales cobran importancia, según el autor, porque representan un canal de información, a través del cual la audiencia se informa, y asimismo son una reinterpretación de los mensajes transmitidos por los medios, de forma colectiva. RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. P. 51

### **Tipo I**

Acontecimientos de poca importancia para la gran mayoría, pero muy significativos para algunos pocos.

No tienen un tratamiento importante por parte de los medios.

No obstante, para aquellos a los que sí les interesa, éstos serán acontecimientos significativos. Y la mayoría de los interesados se enterará por canales interpersonales.

### **Tipo II**

Son los acontecimientos a los que los medios le dan importancia pública general, por lo que obtienen un tratamiento de importancia y por ende son captados por la mayoría de la audiencia. Aquí, la información no se disemina por los canales interpersonales, no es necesario.

### **Tipo III**

Son los acontecimientos muy urgentes e importantes, a los cuales los medios le prestan mucha atención y de forma rápida. Sin embargo, una gran parte de la audiencia se enterará de éstos, a través de los canales interpersonales.

## LA NOTICIA

Todos los autores que definen los conceptos expuestos, coinciden en que a la noticia la antecede el acontecimiento, el cual es elegido dentro de una diversidad de sucesos como susceptible de ser noticia, pero que sólo se transforma en tal, una vez que llega a la audiencia. Miquel Rodrigo agrega a esta visión, la funcionalidad de cada concepto, asignando al acontecimiento el carácter de ser un fenómeno de “percepción del sistema”, mientras que a su vez, la noticia sería “un fenómeno de generación del sistema”.

Sobre noticia podemos hallar a Stella Martini<sup>59</sup> quien describe la noticia como un objeto, el cual construye la realidad social e imparte conocimientos a aquellos que no puedan acceder directamente éstos.

Con relación a este conocimiento, Gaye Tuchman<sup>60</sup> por su parte, especifica que la noticia nos dice qué queremos saber, qué necesitamos saber y qué deberíamos saber, dándole forma a dicho conocimiento.

<sup>59</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

Asimismo, Tuchman señala que se puede hablar de noticia en la medida que entre la audiencia y el medio exista una congruencia de conceptos y de tópicos, ya que la noticia es un fenómeno compartido. Por lo tanto, los criterios acerca de cómo exponer una noticia podrían no coincidir con los propios de la audiencia. Esto lo corrobora Mar de Fontcuberta al señalar que, “cuanto más implicado se sienta el público en las noticias, más capacidad tendrá de dar respuesta y por ende de adhesión al medio”.<sup>61</sup>

Por otro lado, Martini postula que para comprender el procedimiento de cómo un acontecimiento se transforma en noticia, se deben tomar en cuenta los siguientes puntos<sup>62</sup>:

- ?? Primero se necesita de un hecho que rompa con el ámbito al que pertenece, es decir, un acontecimiento.
- ?? Posteriormente se considera su jerarquización y ordenamiento. Ello según una lógica apoyada en una relación entre información y sociedad, es decir, se pasa a delimitar el impacto que se quiere que la noticia genere, lo que le dará a los editores la noción de cómo y dónde exponerla. Para Martini la efectividad de este fenómeno es posible únicamente cuando se consideran las necesidades y expectativas del público.
- ?? Tras la publicación del acontecimiento, la asimilación por parte del público y su *feedback* determina el fin de este proceso de transformación.

La autora da especial énfasis a la etapa de clasificación del acontecimiento, ya que para ella este simple acto supone la construcción de realidades y refleja por tanto, el ordenamiento que cada profesional hace de la realidad y esto sobre la base de que los elementos personales de los periodistas siempre intervienen en su trabajo.

Sin embargo, la construcción de este imaginario social, no sólo está sujeto a la percepción de los periodistas y editoriales. Si bien se establece que los medios son formadores de opinión en la sociedad, Martini especifica que paralelamente, sus opiniones son formadas asimismo, por la opinión pública.

Noticia pasaría a ser entonces, la divulgación de un suceso y el impacto que éste tenga sobre sus receptores. Un ente que crea una relación singular entre la opinión pública, los imaginarios sociales y el sentido que los individuos consignan a ésta.

---

<sup>60</sup> TUCHMAN, Gaye. Op. Cit

<sup>61</sup> FONTCUBERTA, Mar de. Op. Cit. P. 21.

<sup>62</sup> *Ibíd.* P. 144.

Gaye Tuchman, también define este significado de la noticia, dándole relevancia a que es un marco a través del cual se muestra algo, y la forma en que eso se muestra, depende de los medios y de sus intenciones. Es decir, la noticia y su proceso de producción, cumplen un rol social porque transforma meros hechos en acontecimientos. Son “métodos institucionales” que le dan un carácter público a la noticia dejando a los acontecimientos abiertos al debate social.

Coordinan de esta forma, las actividades en el interior de una sociedad compleja, ya que hacen disponible para todos, la información que de otra forma sería inaccesible.

Dentro de la gama de autores revisados, muchos dan cuenta de un debate generado en torno a la concepción de la noticia. Martini señala que ésta ha tomado un carácter comercial, transformándose en una simple mercancía, en un bien que al ser vendible, debe considerar las expectativas y posibilidades del mercado.

La “espectacularización” sería, para Martini, otra percepción que altera el concepto de noticia hoy. La continua reiteración de esta temática en sus contenidos desplazaría, según Martini, el eje de relevancia y pasaría a trivializar el interés del público. Constata también, que la gravedad de la situación aumenta porque las sociedades se encuentran frente a individuos con nuevas expectativas, que tienen una escasa credibilidad en las instituciones y partidos políticos, añadiéndose a esto, otros problemas relacionados con la cotidianidad como son el desempleo, la inseguridad y la violencia.

Sobre los criterios de selección de los acontecimientos por parte de medios, Mar de Fontcuberta señala que no existe una ley fija. Porque, si bien están definidos por el tipo de impacto que quieren generar, la percepción del acontecimiento va de la mano con las características de la sociedad que es quién las interpreta.

Tanto el momento histórico como los rasgos de la nación en cuestión, son los que influyen la construcción de la noticia. Fontcuberta nos ilustra que “En el siglo XIX fue un acontecimiento la invención del teléfono, la luz eléctrica o la fotografía... Hace cincuenta años el ser humano no había pisado el espacio...”<sup>63</sup>, denotando de esta forma, una evolución paralela entre la noción de acontecimiento y los cambios que va sufriendo la propia sociedad.

Finalmente, dependiendo del tipo de contenidos que se quieran dar a conocer, la noticia puede encarnar diferentes formas de redacción a las cuales se les ha llamado géneros periodísticos. Dentro de este ordenamiento, clasifican tres modalidades. En

<sup>63</sup> FONTCUBERTA, Mar de. Op. Cit. P. 19

primera instancia se encuentra el género informativo, que tiene como objetivo relatar los acontecimientos del modo más concreto y claro posible.

En el polo opuesto a estas intenciones, se encuentra en el género de opinión, el cual, más allá de informar, pretende dar una visión determinada sobre los hechos, expresando juicios, comentarios y proyecciones que se fundamentan en el propio sentir de un sujeto, ya sea este el editor representante de la institución medial u otro personaje de la sociedad.

Por último, se encuentra el género interpretativo, que si bien es el último que históricamente se distingue como tal, hoy constituye uno de los más utilizados dentro del mundo periodístico. Los hechos narrados bajo esta perspectiva, pretenden explicar los trasfondos y motivos de los sucesos acaecidos, entregándole a la audiencia un producto englobado en un análisis más amplio de la realidad.

En sus inicios en la revista Time, justamente lo que buscaba con el estilo interpretativo, era encontrar el modo de organizar el creciente flujo informativo al que se exponía diariamente la sociedad. Y es así como hoy, la hipótesis de que es viable ordenar y explicar los hechos, ha sido posible llevarla a cabo en la práctica. Sin embargo, la exposición de las noticias bajo esta modalidad, requiere de cierta composición o tejido de las informaciones que apunta a facilitar la comprensión de las notas. Es lo que Martínez de Sousa ha definido como una adecuada contextualización de los hechos, es decir, toda utilización de elementos que permitan al lector, una comprensión lo más exhaustiva posible de lo que está ocurriendo en su entorno. En ella se incluyen tantos los recursos formales de redacción, tales como títulos, epígrafes y bajas, como las informaciones gráficas – fotografías, recuadros, infografías entre otros - que se puedan añadir al texto para ilustrar la trama central de la noticia.

## **II. EMPRESA PERIODISTICA**

La segunda etapa en el proceso de producción de noticias es la que se genera en las redacciones de los medios de comunicación. Tiene relación con los objetivos, metas y líneas editoriales que se plantea cada medio como entidad empresarial por un lado, y por otro, las rutinas diarias, relaciones humanas, burocracias y normas implícitas, que se desarrollan dentro de ella.

Los medios de comunicación como empresa periodística, según Martínez de Sousa, trabajan en función de dos intereses. El primero dice relación con requerir una

base económica y cumplir con el objetivo empresarial de ser rentable. Mientras que el segundo, tiene que ver con las pretensiones propias de la actividad periodística. Es decir, ser un agente social poderoso, un líder informativo que se transforme en un referente influyente dentro de la sociedad.

Alcanzar el equilibrio entre estos dos intereses es el objetivo ideal al que deben apuntar los medios de comunicación, no es una tarea fácil, como expone Mar de Fontcuberta al señalar que “la progresiva priorización de los aspectos comerciales implica, también, un progresivo abandono de las funciones sociales de informar y formar”.<sup>64</sup>

En la evaluación de la calidad de los medios, Martínez de Sousa, explicita dos puntos de vista a considerar para poder medirla. En primera instancia se encuentran todos aquellos elementos que digan relación con los aspectos formales del periódico. Es decir, los externos a la publicación misma como el “formato, papel, impresión, ilustraciones, compaginación etcétera.” La segunda categoría la denomina como “el aspecto moral” de los medios, donde se refiere a los contenidos que incluyan los periódicos y “el grado de honestidad, objetividad y veracidad” que ofrezcan en su tratamiento.<sup>65</sup>

Por otro lado, con relación al interés periodístico en los medios de comunicación, éste se cumple gracias al consenso existente en la sociedad, quien los legitima como soportes comunicacionales encargados de construir y difundir sentido sobre el mundo. Es por ello que, según Miquel Rodrigo, los medios tienen un rol socialmente aceptado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad política y relevante. En este último punto, Tuchman, explica que los medios de comunicación, se constituyen como instituciones sociales en el momento en que cumplen con el servicio de transformar meros hechos en acontecimientos, dándoles un carácter público y dejarlos abiertos al debate.

Dado que la producción de la noticia, al estar a cargo de instituciones, termina siendo elaborada, necesariamente, a partir de una visión de mundo. Martini plantea que para legitimar y para que no se ponga en duda esta forma determinada de ver el entorno, es natural que los medios realicen operaciones constantes para reafirmarlo. De este modo, disponen de estructuras de trabajo rutinarias para lograrlo. Dicho de otra forma, existe en la noticia, intrínsecamente, una naturaleza discursiva, que Tuchman refuerza señalando que se debe a que ésta, al ser localizada, recogida y diseminada por

---

<sup>64</sup> *Ibíd.* P. 36.

<sup>65</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Op. Cit.* P. 70.

profesionales que trabajan en organizaciones, es inevitablemente un producto de profesionales que actúan dentro de procesos y en conformidad con prácticas institucionales. Por lo tanto, la noticia es un método institucional para hacer que la información esté disponible ante los consumidores, según expone Tuchman.

Otros elementos que dan sentido a la creación de métodos institucionales o rutinas de trabajo, se fundamenta en la ventaja que constituye simplificar las tareas del que hacer diario, no sólo para optimizar el tiempo y los recursos, sino también para disponer de un proceso fijo de toma de decisiones.

La noticia, como producto institucional, genera a su vez un contexto de intereses y presiones que sitúa a los medios de comunicación, según Martini, en el centro de las demandas. De este modo tienen que negociar constantemente con los actores que operan en este “juego estratégico”, los que en primera instancia son las fuentes, las audiencias, los propietarios y los anunciantes y en un segundo nivel aquellos que se identifican como los inversores, los grupos de presión - nacionales y transnacionales -, el gobierno y las instituciones políticas y sociales.

## ESTRUCTURA DE TRABAJO DE LOS MEDIOS

La estructura del proceso de producción de la noticia, se inicia al interior de los medios de comunicación con la obtención de la información, a la cual se accede por medio de las fuentes.

La base del funcionamiento de esta estructura depende, según Martini, de tres actores: las fuentes de información, el público y los periodistas. Un triángulo donde cada uno va satisfaciendo sus propias necesidades con las del otro. Por ejemplo, las fuentes como actores de los acontecimientos, necesitan a los medios para su difusión y llegada al ámbito público. Por otro lado, los públicos necesitan de las fuentes y de los medios para acceder a la información.

En cuanto a las fuentes, es importante señalar que hay diferentes usos y acepciones de este concepto. Mc Quail<sup>66</sup>, aborda el tema de la diversidad de las fuentes distinguiendo tres niveles. En el primero se encontraría la sociedad como fuente emisora de información espontánea, contemplando en ésta a los individuos, las instituciones y la agenda de la sociedad, ya que esta última abarca sus problemáticas e incluye los hechos y los comentarios generados en ella. El segundo nivel está articulado por “los

<sup>66</sup> QUAIL, Mc. Citado por MARTINI, Stella. Op. Cit.

comunicadores originales”, los que el autor define como actores sociales que tienen un mensaje y que pretenden difundirlo a través de un medio de comunicación, así como también en la intención de hacer público su propio discurso. El tercer y último nivel estaría definido por los “voceros oficiales de las organizaciones”, las agencias de noticias y los propios contactos que generan los periodistas.

Este último concepto, es el que en la jerga habitual de los periodistas se utiliza cuando se refieren a las fuentes. Y las que a su vez, también se suelen subdividir en fuentes de primer y de segundo orden, según Mc Quail, Van Dijk y Gans<sup>67</sup>

Las fuentes de primer orden se refieren a aquellos individuos e instituciones que permiten el acceso a la información y por lo general, se trata de actores implicado en los acontecimientos. Las fuentes de segundo orden suelen ser aquellas que poseen previamente fuentes, a través de las cuales, acceden a informaciones. Están por tanto, ya seleccionadas y construidas previamente.

Un ejemplo de éstas son las agencias de noticias quienes en sus cables emiten información ya seleccionada y elaborada según los requerimientos e intereses de los medios que están suscritos a sus servicios. Y para los medios, estas informaciones constituyen los hechos de importancia en los cuales deben fijarse para legitimar el establecimiento de su propia pauta.

Frente a esto, Martini destaca que es paradójal cómo las informaciones provenientes de las agencias no son puestas en duda, ya sea por parte de la opinión pública o bien por los propios medios. Establece que las agencias gozan de una incondicional confianza, pese a que la producción de sus cables responden al mismo modelo de construcción que medios utilizan para sus noticias. Su tesis es, que de este modo responden a una visión de mundo y que dada su legitimación tácita, alejada de las disputas de poder, “favorecen la naturalización y difusión de un cierto tipo de imágenes sobre la realidad”.<sup>68</sup> Retomando el concepto de fuente que es más utilizado en la jerga diaria, podemos exponer la definición que entrega Martínez de Sousa. Él señala cuatro acepciones igualmente importantes:<sup>69</sup>

1. Emisor y origen de una información.
2. Una oficina o persona que facilita noticias destinadas a su difusión por parte de los medios de comunicación.

---

<sup>67</sup> QUAIL Mc, DIJK, Van y GANS, Herbert. Citados por MARTINI, Stella. Op. Cit. P. 67

<sup>68</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.P. 71.

<sup>69</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José. Op. Cit. P. 214.

3. Lugar de donde procede un flujo de mensajes
4. Documento que aporta información para el estudio de un tema.

Ante lo cual, subdivide a las fuentes en:

- ?? Autorizada: Fuente oficial que no es posible mencionar.
- ?? Bien informada: Fuente que no se puede precisar, pero que se garantiza.
- ?? De consulta: Fuente constituida por libros o trabajos intelectuales que sirven al periodista de auxiliares en su labor. Tales como, diccionarios, enciclopedias, anuarios, revistas, publicaciones científicas, sobre economía, medicina, política, etc.
- ?? Documental: Fuente constituida por los elementos de consulta propios de una publicación, como el archivo fotográfico, recortes originales, documentos autenticados, cartas, declaraciones, decretos, leyes y reglamentos, fichas biográficas, etc.
- ?? Extranjera: Aquella fuente que proporciona un flujo de mensajes de interés internacional, situado fuera del territorio donde reside el periódico.
- ?? Individual: La fuente que se procura un reportero, corresponsal o enviado especial.
- ?? Institucional: Fuente gabinete u oficina de prensa, o de relaciones públicas de una institución pública o privada.
- ?? Local: Fuentes provenientes de cada uno de los centros o lugares, situados en la ciudad donde reside el periódico, que pueden proporcionar regular u ocasionalmente información interesante.
- ?? Nacional: Fuentes provenientes de cada uno de los centros o lugares de donde procede un flujo de mensajes de interés nacional, generalmente situados fuera de la ciudad donde reside el periódico.
- ?? Oficial: Fuente que se expresa en nombre del Gobierno o sus instituciones
- ?? Oficiosa: Fuente que se expresa en nombre propio y no del cargo público que tiene.
- ?? Particular: Fuente que se expresa en su propio nombre. Como organizaciones sociales, personas particulares.
- ?? Privada: Fuente particular.
- ?? De referencia: Fuente de consulta.

### Acceso a las fuentes

Desde la visión de los autores analizados anteriormente, quienes señalan que las fuentes son parte importante dentro del proceso productivo de la noticia, ello debido a que son los promotores de éstas, podemos establecer que su existencia y calidad se basa no sólo en la confiabilidad del medio y sus periodistas, sino también en un acceso adecuado a éstas. Es decir, aquí también debe haber un esquema de trabajo.

Ante esto, Martini cita a Gans, quien señala que la tendencia a establecer un acceso rápido y seguro a las fuentes o a la información, se debe al problema de espacio y al escaso tiempo con que se cuenta para preparar las noticias. Al momento de acceder a las fuentes, Gans<sup>70</sup> propone que la confiabilidad de éstas, se da por cuatro condiciones:

- ?? Los incentivos que ofrece
- ?? El poder de que dispone
- ?? La proximidad geográfica y social a los periodistas
- ?? La capacidad de brindar información adecuada.

A su juicio, al acceder a las fuentes lo que se necesita es considerar el “valor eficacia” de éstas, es decir, “obtener la mayor cantidad de noticias correctas del menor número posible de fuentes tan rápida y fácilmente como sea posible, y al menor costo según el presupuesto de la empresa”<sup>71</sup> Por lo que un adecuado procesamiento de la información, apenas ésta llega al periodista, dice relación justamente, con dos premisas sobre las fuentes. Que el profesional debe corroborar que sean confiables y que a su vez, que estén legitimadas como creíbles ante los ojos del público.

### Tipificación de las fuentes

La tipificación de las fuentes que realiza Martini, la hace sobre la base del “criterio de adecuación”. Es decir, la capacidad noticiable y la posibilidad que ésta pueda tener para producir informaciones así como también por la disponibilidad que tengan.

La tipificación es la siguiente:

- ✍ Productividad: Este rasgo está determinado por la capacidad de la fuente de dar información clara, comprensible e interesante. Que sea fácilmente verificable va a

---

<sup>70</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit. P.63

<sup>71</sup> FONTCUBERTA, Mar de. Op. Cit. P. 62

disminuir la carga de trabajo sobre el periodista y aumentar el nivel de aceptación de informaciones. Ejemplo, voceros presidenciales.

- ✍ Confiabilidad: Estas fuentes se comprenden como proveedoras de informaciones verídicas por lo que no demandan un alto nivel de corroboración constante.
- ✍ Honradez: Éstas garantizan información cuya verificación es casi innecesaria. Es una cualidad proclamada por la propia fuente por lo que general son informaciones que surgen de los intereses particulares de la misma fuente.
- ✍ Autoridad: Esta es una cualidad de la fuente que suele ser privilegiada ya que guarda el reconocimiento del público. Estas son por lo general instancias legitimadoras de informaciones controversiales.
- ✍ Corrección e inteligibilidad: Determina el grado de adecuación especialmente en los casos de entrevistas que deben ser publicadas o emitidas al aire.<sup>72</sup>

Justamente con relación a la legitimación de las fuentes, Miquel Rodrigo<sup>73</sup> establece que, si bien este es uno de los ideales que persiguen los medios, muchas veces en la práctica se da que se citan entre ellos mismos. Con lo cual, el sistema de medios se retroalimenta y asimismo:

- ?? Se da una auto legitimación del sistema informativo, como fuente principal en la construcción del discurso periodístico
- ?? Se da una cierta homogeneidad en los acontecimientos, produciéndose un efecto de adición o eco que afianza el tipo de realidad descrita por el sistema informativo.

#### Primera selección

Contemplando que la labor que ejercen tanto las agencias informativas como los medios de comunicación es desarrollar una “red informativa” con el objetivo de cubrir cabalmente los sucesos que ocurren a nivel mundial, las agencias de noticias son las que en primera instancia determinan los hechos que constituirán, en gran mayoría, las agendas de los medios de comunicación. Las agencias son de este modo, el primer filtro de selección dentro del proceso de producción.

---

<sup>72</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit. P. 87.

<sup>73</sup> RODRIGO, Miquel. Op. Cit. P. 120.

Para los autores revisados, tales como Gaye Tuchman<sup>74</sup>, Stella Martini<sup>75</sup> y Mar de Fontcuberta<sup>76</sup>, entre otros, este concepto de filtro de la información, o *gatekeeping*, es graficado como un “nodo” dentro del proceso productivo.

A diferencia de las antiguas concepciones del *gatekeeping*, que atribuían a una sola persona esta función, es decir, al editor, Martini incluye tanto a los editores de las diferentes secciones, como a los periodistas y a todos los individuos que estén relacionados con la tarea de producir la noticia.

#### Criterios de Noticiabilidad

Dentro de la selección noticiosa intervienen los denominados “criterios de noticiabilidad”. Es decir, los valores que se contemplan dentro de los sucesos a la hora de considerarlos susceptibles de ser noticia.

La elaboración de los mismos, tiene su fundamento en evaluar la noticia como información práctica, como impacto emocional y como formadora de la opinión pública. Para realizar esta tarea, Pamela Shoemaker<sup>77</sup>, postula que se deben tomar en cuenta tres niveles:

- El Individual: Incluye los valores y modelos de autoridad e influencia que pesan sobre aquel que elige.
- El de las rutinas de trabajo: es donde se estudian los puntos de decisión y los estándares que permiten observar.
- El nivel organizacional institucional: remite a la circulación del flujo de noticias a través de las organizaciones.

Paralelamente, para Martini, los criterios de selección tienen sus bases en la cultura de la sociedad, así como también en los sistemas de jerarquías que se establecen los propios medios, como pueden ser sus agendas habituales. En conjunto, van a afectar la agenda temática de un medio así como también sus agendas atributivas.

La primera, la define como aquellas que “...incluyen los problemas o temas que un medio considera relevantes y que se renuevan en una relación más o menos directa según lo hacen las agendas de la sociedad. Las agendas de los medios suelen demorar

---

<sup>74</sup> TUCHMAN, Gaye. Op. Cit.

<sup>75</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

<sup>76</sup> FONTCUBERTA, Mar de. Op. Cit.

<sup>77</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit. P.81

la inclusión de algunos temas cuya jerarquía no aparece clara en términos de efectos sociales.”<sup>78</sup>

A su vez, la agenda atributiva “...incluye las cualidades o atributos con que habitualmente un medio caracteriza los temas, personajes o tipos de acontecimientos. Constituyen el cómo de la información, que un medio construye.”<sup>79</sup>

Sin embargo, los criterios de noticiabilidad, tanto para Lalinde Posada como Stella Martini y Gaye Tuchman, no son rígidos. Incluso, las tres autoras coinciden en que se trata de márgenes flexibles que están en constante negociación, entre el medio, los periodistas y la opinión pública.

El objetivo de su existencia es dar un carácter pragmático y eficiente a la toma de decisiones. Ser claros y distintivos ya que, dada la cantidad de información y la escasez del tiempo, se hace necesario tener modalidades organizadas en el trabajo cotidiano, que sean útiles para el proceso de producción, sobre todo, en los momentos críticos.

Los elementos más comunes que operan en este criterio de noticiabilidad recurren, para Martini, a dos variables básicas del acontecimiento<sup>80</sup>:

- a. El Efecto: Tanto sobre la sociedad como sobre los otros medios en término de transformaciones.
  - i. Novedad: Se refiere al “índice de variación del sistema” o sea de la percepción de un hecho como ruptura a la norma.<sup>81</sup>
  - ii. Originalidad, *imprevisibilidad* e *ineditismo*: Remarcan la novedad de los hechos y le agregan el toque de curiosidad e inquietud que pueda despertar.
  - iii. Evolución futura de los acontecimientos: Es significativa ya que relaciona los hechos con las expectativas en la sociedad. Ya sea un hecho a resolver o que tenga un desarrollo secuencial la característica está en que se relaciona con otros hechos que serán noticia. Para Martini una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo.
  - iv. Importancia y gravedad: Es un criterio que se mide en varios niveles. El principal es el grado de incidencia sobre la sociedad, ya sea por conmoción presente o futura. Es un valor que se explica a través de otros

---

<sup>78</sup> *Ibíd.* P. 87.

<sup>79</sup> MARTINI, Stella. *Loc. Cit.*

<sup>80</sup> *Ibíd.* P. 137

<sup>81</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. *Op. Cit.* P. 98.

- valores como la cantidad o jerarquía de las personas implicadas en el hecho, la proximidad de la ocurrencia y las consecuencias implicadas.
- v. Proximidad geográfica del hecho a la sociedad: Entre más cerca, mayor es el interés del público.
  - vi. Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados: Está conectado con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida. Implica también su gravedad.
  - vii. Jerarquía de los personajes implicados: Sus apariciones o presencia pública.
  - viii. Inclusión de desplazamientos: Se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición. Ya sea de un conjunto de personas o de individuos públicos reconocidos.
- b. La Calidad: En cuanto al trabajo periodístico y las percepciones por parte de los sujetos sociales.
- i. Comprensión e inteligibilidad: Tiene relación con el periodismo interpretativo, aquel que expone acontecimientos comprensibles para que permita mostrar resultados.
  - ii. Credibilidad: La obligación de realizar complejas operaciones de legitimación, lleva muchas veces a los periodistas a violar sus normas tácitas. Por otro lado muchas veces la legitimidad pasa más a través de la fuente quien la emite que por el mismo acontecimiento, de este modo sucesos poco verosímiles pueden legitimarse si la fuente goza de reconocimiento público.
  - iii. Brevedad: Posibilidad de construir noticias de la manera más directa y en la menos cantidad de líneas posibles.
  - iv. Periodicidad: Los hechos habituales son más fáciles de construir, así también de interpretar para el público ya que se inscriben en una agenda que no necesita explicación. Apela a los conocimientos supuestos.
  - v. Exclusividad: Este es un desafío ya que para el mundo periodístico significa un éxito. La base de la primicia está en lograr obtener fuentes legítimas y privilegiadas que den la exclusiva.

Tras la revisión, Martini<sup>82</sup> recuerda que estos valores no operan por si mismos, así como tampoco se encuentran en todos los casos. Sin embargo, constituyen los más compartidos y fundamentales.

Finalmente, citando a Bechelloni (1978), Miquel Rodrigo complementa lo anteriormente dicho, con cuatro proposiciones sobre las cuales, a su juicio, los periodistas también seleccionan los hechos.<sup>83</sup>

1. Los hechos relevantes son aquellos que rompen con la normalidad. En otras palabras, señala que son los hechos-ruptura los que finalmente se transforman en noticia, es decir, se trata de noticia-ruptura.
2. También se encuentra otro tipo de categoría de hechos, que son los hechos-noticia, que han sido realizados exclusivamente para ser noticia. Que junto con los hechos-ruptura, dan origen al sujeto social - la fuente - que son quienes producen este tipo de hechos.
3. Sin embargo, cada tipo de fuente que genera cierto tipo de hecho varía según el status quo, que se encuentre imperante, es decir, varía según la sociedad.
4. Los medios de comunicación prestan especial atención al sistema político, como sujeto social privilegiado. Esto debido a su función de continuidad y mantenimiento del orden.

#### Segunda Selección

El proceso de construcción de la noticia, a partir de los criterios de noticiabilidad, es un proceso que ocurre tanto en las agencias de información como en los medios de comunicación. No obstante, la selección de sucesos que llega a los medios, ya ha pasado por el primer filtro, y volverá a ser seleccionada según los criterios de noticiabilidad del medio.

De estos acontecimientos, los periodistas a cargo de revisar “los cables”, escogerán aquellos que a su juicio son susceptibles de ser noticia y aquellos que tengan mayor relación con los intereses del medio para el que trabajan. No obstante, es importante señalar, que esta rutina de trabajo es una actividad internalizada en el profesional, casi de manera inconsciente, de forma de poder hacer más efectiva y rápida su labor.

---

<sup>82</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

<sup>83</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. 123

Otro recurso importante que se utiliza a la hora de seleccionar los hechos susceptibles de ser diseminados, según Gaye Tuchman<sup>84</sup>, es el uso de las tipificaciones. Éstas se refieren a la clasificación de noticias, en la que las características relevantes de éstas, son básicas para la solución de las tareas prácticas o de los problemas que se presentan.

La trascendencia de estas tipificaciones se debe a que determinarán la destinación de recursos que se otorgará para la cobertura del hecho, dependiendo de la categoría en la que este encuentre. Es una actividad que está constituida y fundada, al igual que el criterio de selección, en la actividad de todos los días.

Estas tipificaciones de la noticia se realizan tomando en cuenta sus características más relevantes<sup>85</sup>:

- ?? Noticia Blanda: su diseminación no es urgente
- ?? Noticia Dura: su diseminación es urgente
- ?? Noticia Súbita: su diseminación es urgente
- ?? Noticia en desarrollo: su diseminación es urgente

No obstante, si bien permite agilizar el trabajo, Tuchman expone que el problema con las tipificaciones es que, al tratarse de algo que está inmerso en los periodistas, casi de forma inconsciente, los hace ver el mundo y los sucesos de forma muy rígida. Para saber qué tipo de noticia es, lo que hacen los periodistas es reducir la información que les llega a clasificaciones que les sean conocidas, es decir, ven los sucesos como “relatos informativos” sin tomar en cuenta su contenido.

En otras palabras, lo que hacen las tipificaciones es reducir la variabilidad del suceso e imponer un marco sobre los hechos de la vida diaria. A lo que Miquel Rodrigo agrega, que si bien se trata de rutinas informativas su importancia es que juegan un papel importante en la construcción social de la realidad que realizan los medios.

#### Validación de las selecciones

Para saber si la selección del hecho ha sido acertada, uno de los criterios que se utiliza es ver si éste aparece en otros medios, ya que de este modo se asegura su jerarquía como noticioso y también implica que tendrá un mayor impacto en el público.

---

<sup>84</sup> TUCHMAN, Gaye. Op. Cit.

<sup>85</sup> *Ibíd.* P. 60

Asimismo, si la pauta propia del medio coincide con las de las agencias noticiosas, se genera una validación interna de la agenda seleccionada.

Igualmente, otro criterio de validación, es si el suceso escogido repercute en otros hechos noticiosos.

Las herramientas que los periodistas utilizan en la práctica diaria para remarcar y legitimar su selección son los hechos, tales como las portadas, los titulares, las infografías y las acentuaciones entre otras, son los factores que para Martini, legitiman en la práctica, el proceso de selección.

Mediante estas actividades, los medios y sus profesionales están constantemente haciendo saber al público que ellos tienen la capacidad de distinguir lo que es importante, qué tiene relevancia para la sociedad y quién tiene la competencia para llevar a cabo esta labor.

En este contexto, Rodrigo, señala que pese a que cada medio entrega una visión diferente de los hechos, según su política editorial, como resultado siempre se obtiene un discurso homogéneo. Con lo que se crea una imagen de realidad única, transmitida por los *mass media*.

No obstante, retomando la idea de que los medios de comunicación son quienes producen la realidad social, Rodrigo se apoya en esta tesis de Veron para establecer que el proceso de la construcción de la realidad social “depende enteramente de la práctica productiva del periodismo”.<sup>86</sup>

Miquel Rodrigo reconoce que la actividad periodística no es la única que se dedica a construir realidad, sin embargo, señala que en el caso de la prensa esto ocurre, porque se la caracteriza como un rol socialmente legitimado e institucionalizado, para producir construcciones de realidad, públicamente relevantes, al igual que a los periodistas.

Sin embargo, según Martini, los medios no pueden enmarcar su proceso de legitimación en la selección de temas, sólo en juicios internos, sino que debe haber cierta concordancia entre los temas que los medios exponen y los de interés para la audiencia. La tematización, según esta autora, está sujeta a que los medios orienten su labor según los *new issues*, es decir, según las nuevas tendencias de la sociedad. Ya que está en ellos la capacidad de identificar e introducir las nuevas problemáticas en sus agendas mediales. En otras palabras, deben corresponder a las nuevas necesidades de la opinión pública.

<sup>86</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. P. 30.

## RUTINA

Por este concepto, se entiende básicamente el sistema que cada sección dentro de los medios, utiliza para ordenar el trabajo cotidiano. Igualmente, su importancia recae en que permite optimizar el tiempo y los recursos dedicados a la producción de la noticia, concretamente, en la designación de tareas, en prever la cantidad de periodistas que se necesitarán de forma tal, de dejar a otros disponibles para noticias de último minuto.

Estas estructuras laborales, se alejan de toda noción como el olfato periodístico o el instinto. Más bien, dicen relación con las tipificaciones que Tuchman señala como burocráticas, avalando esto, desde el punto de vista de que se trata de rutinas excesivamente rígidas y, que por ende, pueden resultar equivocadas.

Aún en casos excepcionales, la forma de trabajo es básicamente igual en los distintos medios, ya que se trata de una actividad con un comportamiento reglado y que posee una serie de condicionantes similares.

Dentro del proceso de rutina, se encuentran las normas de producción, ya que éstas determinan el comportamiento y modo de trabajo del periodista. Bechelloni<sup>87</sup> establece, que en torno a los discursos periodísticos también hay normas, las cuales son asumidas de la misma forma por todos los medios, generando por tanto, discursos semejantes entre ellos. Incluso hay pautas establecidas sobre cómo reaccionar y abordar ciertos temas, tales como el Terrorismo, por lo que el cambio radical en alguno de estos elementos supone la alteración del tipo de prensa que se está entregando.

Miquel Rodrigo va más allá, y señala que al comparar la información de distintos medios, también aparecen las mismas fuentes, entre ellas las agencias, por lo que se termina utilizando una terminología semejante.

En la cotidianeidad de las prácticas periodísticas, también existen otro tipo de vicios recurrentes a los ya planteados. Citando a Eco, Miquel Rodrigo, establece que la industria de la información magnifica acontecimientos minoritarios para hacer noticias excepcionales, rechazando de este modo, hechos continuos y repetitivos como antiperiodísticos. “La misma naturaleza del medio (un periódico tiene cada día el mismo número de páginas, haya pasado o no alguna cosa interesante) impone a la industria de la información el crear acontecimientos aún cuando no existen”<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Ibíd. P. 124

<sup>88</sup> Ibíd. P. 40.

Asimismo, la propia naturaleza de los medios impone a la industria informativa a crear noticias cuando no existen, por la obligación de tener que “llenar” los espacios de los que disponen y los que el aviso publicitario determina.

## RESPONSABILIDAD DE LOS CONTENIDOS ENTREGADOS A LA SOCIEDAD

La responsabilidad que los medios de comunicación tienen al entregar determinados conocimientos a la sociedad, y al ser uno de los principales entes reguladores de las comunicaciones, es un tema que ha suscitado numerosos debates.

Como se ha señalado anteriormente, los esquemas políticos de cada sociedad, condicionan los actores que tienen legitimidad para demandar y exigir a las instituciones que los rodean. En el caso de la labor que desempeñan los medios de comunicación, se entremezclan numerosos factores, lo que hace difícil delimitar las funciones y obligaciones de cada elemento que participa en este proceso informativo. Incluso, es complejo poder señalar con certeza cuáles son realmente los participantes de dicha realidad.

Para Wilbur Schramm y William Rivers<sup>89</sup>, los tres actores que se identifican como instrumentos sociales capaces de velar por un desempeño responsable de los medios de comunicación son: el gobierno, los propios medios de comunicación y el público en general. Si bien poseen distintos grados de incidencia, cada uno guarda atribuciones únicas para fomentar y crear cambios, así como también, ninguno se basta por sí sólo para cumplir con esta misión.<sup>90</sup>

### El Gobierno

Bajo una mirada liberal, el gobierno sería el primer ente que se identifica con la regulación de los procesos, por lo que su participación, en la mayoría de los casos, se interpreta como una traba e incongruencia a los valores y principios de la libertad de prensa.

Sin embargo, los autores, plantean que el problema del grado de incidencia de los gobiernos, no puede ser determinado a cabalidad sólo por la forma ideal de los parámetros del liberalismo. Sugieren que dentro de este análisis, más que normas, se deben tener en mente los objetivos finales que pretenden los actos, en este caso la responsabilidad mediática.

---

<sup>89</sup> SCHRAMM, Wilbur y RIVERS, William L. Op. Cit.

<sup>90</sup> *Ibíd.* P. 271.

Las funciones que recaen en el gobierno, dentro de este esquema, surgen de su carácter como único agente social que pueda contrarrestar el peso de los grandes conglomerados comunicacionales. Sin embargo, los autores especifican que esta acción sólo se justifica, en caso de que los medios no lleven a cabo una autorregulación eficaz, o bien, se enfrenten a una situación en la cual no exista un público que funciones como un agente social coordinado.

Sólo bajo estas características, el gobierno puede y debe pasar a asumir un rol, definido por los autores, como “legatario residual”. O sea, únicamente en caso de que las dos otras instancias sociales, el público y los medios, no sobrelleven adecuadamente la responsabilidad.

#### Los Medios de Comunicación

La responsabilidad de los medios se enmarca en el esfuerzo de ofrecer un producto de la más alta calidad posible, teniendo siempre en mira, los intereses y necesidades del público.

Para cumplir con esta tarea, los medios deben reforzar, revisar, analizar e incluso, cuestionar constantemente sus normativas, ideales y códigos. Por otro lado, también deben estar fomentando, de forma constante, los procesos de profesionalización de sus periodistas, desarrollándolos no sólo en el terreno laboral, sino incentivando su capacitación intelectual, ya que esto es fundamental para la generación de nuevos debates, que permitan al periodista replantearse aquellas cosas que da por establecidas y que lo actualicen en las grandes temáticas actuales.

En lo que respecta a lo laboral, los autores parten de la idea de que la responsabilidad en los medios de comunicación, antes de ser un fenómeno colectivo sujeto a normas y parámetros, es individual. Por lo que el comunicador, en su día a día, no debe olvidar que es un servidor público y que, por tanto, sus posibilidades son proporcionales a sus obligaciones con los lectores.

#### El público

Trayendo a la memoria las épocas en que el director de un medio conocía a todos sus suscriptores, Schramm y Rivers ejemplifican una de las dificultades derivadas de la violenta masificación de los medios. La idea central, es que las grandes audiencias aún no han encontrado un modo práctico y sistemático para hacer efectivo su poder de influencia.

Desconocer lo que los medios pueden ofrecer, es una de las debilidades que impide a los públicos cumplir con su responsabilidad como ente regulador. Asimismo, no tener claro un norte, junto con la falta de organización y comprensión de su propia dimensión, como agente social, los mantiene solamente en un estado potencial. Y únicamente remediando estos puntos, las audiencias podrían lograr la transformación para ser un agente activo, que esté alerta y que sea discriminatorio.

### III. EL PERIODISTA

La tercera instancia en proceso de producción de la noticia es el profesional, el periodista. En el tratamiento de la noticia, que hemos descrito, la labor del periodista es uno de los elementos centrales ya que es “un traductor simultáneo de la realidad”<sup>91</sup> y quien propiamente tal, desempeña la función de ser el primer filtro de la noticia, tanto en las agencias de noticias como en los medios de comunicación, seleccionando los hechos que estima relevantes.

A ello, se le puede agregar, desde la perspectiva de Martini<sup>92</sup>, que su labor no sólo se basa en escribir sino que también en construir la información y darle un contexto, lo que justifica la percepción de que a través de esta profesión se construye la realidad social y por tanto, constituye una herramienta de poder.

Bajo la concepción, de que “el periodismo es una forma de comunicación social, a través de la cual, se dan a conocer y se analizan hechos de interés público”, según los autores Vicente Leñero y Carlos Marín, los periodistas, son a su juicio, “divulgadores de conocimientos”<sup>93</sup>.

Con relación a la función del periodista dentro del contexto social, los autores revisados, tales como Cremilda Araujo<sup>94</sup>, David Randall<sup>95</sup> y Margarita Rivière, destacan la idea de una profesión orientada al servicio. Esta permanente asistencia a la sociedad, se comprende no sólo como un hilo conductor del qué hacer diario del periodismo, sino también como uno de las normas de conductas fundamentales para la ética profesional.

---

<sup>91</sup> RIVIÈRE, Margarita; “El Periodista”, Ed. Grijalbo, Barcelona, España, 1994. P. 36

<sup>92</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

<sup>93</sup> LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos; “Manual de Periodismo”, Ed. Grijalbo, D.F., México, 1986. P. 14.

<sup>94</sup> ARAUJO MEDINA, Cremilda; “El rol del periodista”, Editores Asociados. Quito, Ecuador. 1980.

<sup>95</sup> RANDALL, David; “El Periodista Universal”, Siglo XXI de España Editores, Londres, Inglaterra. 1999.

Uno de los factores que dan cuenta de esta orientación es la que señala Martini, quien destaca que la tarea del periodista es en primera instancia educacional, pues comparte la misión de difundir y consolidar los imaginarios colectivos, los símbolos, los valores y las tradiciones. Sin embargo, una de las claves de su poderío es que a diferencia de la educación formal, que sólo está circunscrita a una etapa de los individuos, lo expuesto en los medios tiene la posibilidad de vigencia durante toda la vida de las personas. Por tanto el impacto de la prensa es mayor en ellos.

Por lo demás, según Leñero y Marín el periodista tiene responsabilidades por satisfacer, las cuales son: “Dominio técnico del periodismo, como responsabilidad profesional; Apego a la verdad como responsabilidad de inteligencia y; Servicio a la comunidad, como responsabilidad social”.<sup>96</sup>

Históricamente, el tema de la ética en el periodismo ha sido un elemento determinante, motivo de numerosos debates y cuestionamientos, ya que además de informar, educar y entretener, se espera de esta profesión una actitud responsable y socialmente comprometida con su lector. Sin embargo, Randall agrega factores prácticos a esta tradicional concepción, señalando que la ética no necesariamente es una cuestión de moralidad, sino que también debe concebirse como un conjunto de maneras prudentes de actuar, en lugar de un conjunto de principios. Es decir, que hay elementos ajenos al periodista propiamente tal, que afectan su desempeño ético, tales como, las condiciones laborales en que se desenvuelve y la cultura del medio para el que trabaja. En otras palabras, establece que un profesional con buenas condiciones laborales, produce más, está más identificado con su medio y con su público.

Con respecto a la objetividad, como ideal a alcanzar en la labor periodística - el cual se inculca en los estudiantes desde que ingresan a la Universidad - hoy, numerosos académicos del mundo del periodismo y expertos en comunicación, han comenzado a replantear este modo en que tradicionalmente se concebía el deber ser del oficio. Y esto, sobre la base de que la subjetividad no se subsana con técnicas ni normas de oficio, ya que se trata de una condicionante ineludible, tanto en la narración de los hechos como en la estructura que los periodistas utilizan para analizar la realidad.

Asimismo, en este análisis también se contempla a los medios de comunicación, porque más allá de los intereses e intenciones que éstos tengan, su propia condición de ser una institución, le otorga una identidad y una ubicación en cierto contexto, que

<sup>96</sup> LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. Op. Cit. P. 23.

necesariamente le da una perspectiva de mira, que finalmente se refleja en sus contenidos.

De este mismo modo, Froylán López, quien realiza el prólogo del Manual de Periodismo de Leñero y Marín, precisa que el periodista “transmite, o comunica relatos, apuntes, conversaciones, citas, imágenes, con la tendencia a la verosimilitud más que a la veracidad”. Lo que se traduce en una concepción de que la “verdad” es un valor absoluto inalcanzable y, que por ende, los profesionales sólo pueden aspirar a narrar las noticias a partir de la posibilidad que éstas tienen de ser “aceptadas, creídas y verificables”.<sup>97</sup>

“El tratamiento de los hechos en cada medio informativo expresa un modo de percibir y de enjuiciar la realidad, proyecta una posición política frente a los hechos. El periodismo, entonces, es intrínsecamente parcial. Su ejercicio (...) incide en la modelación de criterios y en la consecuente respuesta social para que las estructuras de poder se mantengan como están o para que se modifiquen.”<sup>98</sup>

Ahondando más en las características propias del periodista, es importante destacar que al momento de ejercer la profesión, hay dos grandes ámbitos que condicionan sus criterios, tanto en la selección de las informaciones, en la redacción de las mismas y en su desempeño laboral.

## ELEMENTOS PERSONALES

Se considera, bajo este precepto, todos aquellos elementos que dicen relación con su experiencia personal de vida, desde su nacionalidad, sus creencias religiosas, su cultura, su ideología política, entre otros. Lo que Rodrigo<sup>99</sup> ejemplifica, señalando que el periodista siempre interpreta la realidad acorde a su “enciclopedia personal”, es decir, a sus propias vivencias. Por lo que aunque tenga muy normado y estructurado su trabajo, él nunca va a generar una realidad objetiva, exterior, ni ajena a si mismo.

Dentro de los elementos que destaca Randall, si bien contempla que hay factores externos que amenazan el oficio del periodista, menciona que hay ciertas características internas que también atentan contra su labor. En primera instancia, considerando que las remuneraciones en esta profesión son bajas, el ego se transforma en la única ambición personal capaz de satisfacer al periodista, desvirtuando de esta forma, su posición al servicio del público y no de si mismo. Y en segunda instancia, la arrogancia que tiene que

---

<sup>97</sup> Ibíd. P. 14.

<sup>98</sup> Ibíd. P. 18.

<sup>99</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit.

ver con una postura por parte de los periodistas, de que su conocimiento de la verdad es exclusivo, desestimando que puede equivocarse.

Juan Luis Cebrián, quien fue por muchos años editor del diario El País de España, refuerza esta idea planteando que los periodistas guardan una sensación, aunque impropia, muy cierta con respecto a la comunicación. Para ellos, ésta constituye un poder y es a causa de esta percepción, que cuando se habla de comunicar, “se apela a las vanidades más recónditas y secretas” del periodista.<sup>100</sup>

## ELEMENTOS PROFESIONALES

Saber mirar, saber comprender, atar cabos, el trabajo duro, según Rivière, son principios trascendentales para ejercer esta profesión. Un talante que a su juicio, también pasa por el estudio y la humildad de los periodistas.

De la misma forma, para un buen desempeño del oficio, la autora incorpora otros elementos, de los cuales es importante destacar los que dicen relación con la curiosidad, esto ante la imposibilidad de poder saber y comprender todo; la capacidad de saber preguntar y de obtener respuestas, porque un periodista debe tener la destreza de hacer preguntas únicas y relevantes. De conseguir respuestas, por el derecho legítimo que tiene de exigirlos y asimismo, porque esto denota la habilidad del profesional de extraer los contenidos que muchas veces los entrevistados no quieren revelar.

Para Cebrián la curiosidad es el pilar esencial de todo periodista, aquella condición primera que él define como la capacidad de asombro. En ella “reside el fundamento de conocer” así como también la maldición de todo periodista, ya que por “mirón” más de alguna vez “te tildarán de oportunista, conflictivo y sospechoso”. Sin embargo, Cebrián señala que más allá de los comentarios que se puedan recibir, cada profesional sabe que su “pasión no se satisface sólo en la sabiduría propia, sino también en la curiosidad ajena”.<sup>101</sup>

En lo que respecta a la formación del periodista, tanto los contenidos de las mallas curriculares como la duración de la carrera, han sido objeto de numerosos debates, enraizados en el cuestionamiento básico de si periodismo es realmente una profesión o un oficio. La discusión también pone en tela de juicio los métodos de enseñanza y aprendizaje, cuestionando las proporciones asignadas a la práctica y teoría dentro de la carrera, sin embargo, por el momento, sólo se establece que existen ciertas técnicas y

---

<sup>100</sup> CEBRIÁN, Juan Luis; “Cartas a un joven periodista”, Ed. Ariel/Planeta, Barcelona, España, 1997. P. 83.

<sup>101</sup> Ibíd. P. 15.

normas específicas de la profesión cuyo conocimiento es básico a la hora de ejercerla, y tal como plantea Cebrián, mientras estas se contemplan, “probablemente sean buenos todos los métodos en tanto funcionen y malos si no logran sus objetivos, que son contar con una mano de obra intelectual suficientemente culta y preparada”.<sup>102</sup> A su vez, el perfil se complementa, según Rodrigo, con ciertas habilidades prácticas, como el manejo de idiomas, los estudios posteriores de especialización y su experiencia profesional previa.

La formación del profesional y los modos en que ésta vaya evolucionando, cobra importancia dado que finalmente, según ilustran los autores, de ella dependerá la calidad de la prensa y de los medios de comunicación en el futuro.

Trasladando estas concepciones al ámbito laboral, existen ciertas características que marcan el trabajo de los periodistas. Una de ellas está vinculada a la falta de tiempo y necesidad básica de incluir fuentes en sus noticias. Esta realidad los lleva caer en ciertos vicios como por ejemplo, a realizar negociaciones con sus pares para obtener las fuentes, y a recurrir constantemente a fuentes legitimadas, no necesariamente porque éstas sean relevantes para sus notas, sino porque son más accesibles.

Por otro lado, esta estructura de trabajo, exige también a los periodistas que trabajen con la mayor rapidez posible en la selección de temas concretos para llevar a la reunión de pauta. Las críticas de Tuchman<sup>103</sup> van orientadas a la automatización que se genera por esta dinámica. Plantea que la internalización de estructuras puede conllevar a desconsiderar a la audiencia.

Esta negociación, Martini<sup>104</sup> la rescata como una característica que siempre está presente en la labor del periodista. Ello, debido a que inevitablemente la producción de noticias debe contemplar la entrega de acontecimientos nuevos a un público que los desconoce.

Todos estos, constituyen vicios que conducen a mantener, lo que Tuchman denomina como “trama de facticidad”, en otras palabras el *status quo*.

Estos dos elementos, personales y profesionales que el periodista aplica en su práctica cotidiana, se pueden sintetizar en la idea expresada por Leñero y Marín quienes señalan que por un lado, la formación del periodista y su carga subjetiva, ya sea de forma implícita o explícita, siempre determina los textos que éste escribe. Y por otro lado, también influye la empresa periodística. “ De lo anterior se desprende que la información y la interpretación del acontecer social no constituye un fin, sino que aporta elementos para

---

<sup>102</sup> Ibíd. P. 22.

<sup>103</sup> TUCHMAN, Gaye. Op. Cit.

<sup>104</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

que el hombre sepa, analice, calcule, descarte, suponga, proponga, reclame, planifique, decida.”

A modo de conclusión, Joaquín Estefanía, rescata que la esencia de la labor periodística, pasa por comprender que “en una coyuntura de confusión sobre la naturaleza de la profesión, y de una mezcla extraña, sin matices, entre información, opinión, publicidad y entretenimiento es reconfortante volver a leer lo que no cambia:

La información es un derecho de todos los ciudadanos, y no un derecho propio de los periodistas;

La prensa no es un poder sino un límite social a la arbitrariedad y al abuso de poder, a la vez que uno de los principales instrumentos de difusión del conocimiento;

La independencia de un medio de comunicación, la objetividad y la transparencia son la base de su credibilidad y de ella responden tanto los periodistas como los editores;

La independencia se sustenta necesariamente en la rentabilidad, pero también en el no sometimiento de los profesionales a disciplina ideológica, partidista o de grupo que coarte su objetividad”.<sup>105</sup>

#### **IV. EL PÚBLICO**

El público es el último elemento en la cadena de la producción de la noticia, sin embargo, el único que no participa directamente en éste proceso. La función que cumple es evaluar, en última instancia, el producto final que desarrollan los medios de comunicación, incluso, según varios autores, es recién con la lectura de las informaciones por parte de la audiencia, que se puede hablar de noticia propiamente tal, ya que es un fenómeno compartido que sólo cumple, cuando la audiencia así lo reconoce.

Según Randall<sup>106</sup>, “los lectores son el objetivo número uno, los dioses a los que el periódico debe atraerse si no quiere desaparecer”.<sup>107</sup> Por lo tanto, el autor señala que es importante prever los gustos de la audiencia, pues es en nombre de ésta que se deben seleccionar las noticias y los temas, aplicar los tratamientos, redactar, diseñar y componer el periódico.

Una de las características representativas de la prensa escrita, a juicio de Matías Chaparro, es que, al igual que los medios televisivos, sus mensajes apuntan a públicos

---

<sup>105</sup> ESTEFANÍA, Joaquín; Autor del Prólogo del libro de Randall, David. Op. Cit. P. XIX.

<sup>106</sup> RANDALL, David. Op. Cit

<sup>107</sup> Ibíd. P.14.

masivos, lo que genera una dificultad para identificar de forma individual las características de sus receptores. En otras palabras, se dirigen a públicos anónimos.<sup>108</sup>

Otro elemento propio de los medios escritos, que condiciona el conocimiento de la audiencia, es que se trata de soportes comunicacionales que “históricamente han evolucionado hacia un modelo de organización industrial”. Esto quiere decir, que siguen un modelo económico de negocio que lleva a sostener a su empresa sobre la base de un servicio de oferta de publicidad. Lo que para Chaparro, se ha traducido en una situación que conduce a los medios a priorizar ciertos datos sobre la audiencia, que pueden ser más útiles a este fin, “(...) lo cierto es que la información producida por los sistemas de medición de audiencias de diarios y revistas no es utilizada para otra cosa”.<sup>109</sup>

La percepción de los públicos es un fenómeno que, según Fontcuberta, ha variado con el pasar de los años. Gans, investigador en comunicación que la autora cita en su libro, expone que a mediados de los 60's, que la labor de los periodistas era ofrecer información, sin considerarla como un producto a través del cual, se intentara satisfacer a alguien. Decía: “Cuanto menos saben sobre el público, más atención pueden dedicarle a la noticia”.<sup>110</sup>

Dicha teoría cobró un fuerte eco y ha llevado a decir, incluso en la actualidad, que los medios informan sobre lo que les interesa a los periodistas y no al público. Sin embargo, Fontcuberta agrega, que si bien hoy existe una mayor aproximación a las audiencias propias de un medio, esta problemática sigue vigente y ello, a pesar de los estudios de mercados que se realizan regularmente en todos los medios importantes.

El interés del público comienza a tener sentido e importancia comercial, según Fontcuberta, recién a fines de la década de los 80, cuando los medios se dan cuenta que en términos financieros el poder de compra del consumidor podría traer consecuencias.

En la actualidad, la importancia de investigar a los públicos, como iniciativa de los medios, se basa en que la industria de la comunicación se ha dado cuenta que se debe a ellos, en términos económicos y en cuanto a la aceptación de los contenidos que exponen.

Otras ideas que fundamentan la preocupación por el estudio de audiencias, según Chaparro, son en primer lugar la relevancia de los medios en la sociedad y en segundo

---

<sup>108</sup> CHAPARRO, Matías; “Conocer a las Audiencias: La investigación del consumo de medios de comunicación en Chile”, Ed. Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, 2003.

<sup>109</sup> *Ibíd.* P. 56

<sup>110</sup> FONTCUBERTA, Mar de. *Op Cit.* P. 42.

lugar, la importancia que para éstos supone conocer los hábitos de consumo de sus públicos.

Respecto a los medios de comunicación, existen dos constataciones acerca de la trascendencia social que éstos desempeñan; la primera es la relevancia en el desarrollo de la cultura moderna y su centralidad en la configuración de los modos de vida contemporánea. A lo que se puede agregar lo dicho por Matías Chaparro a través de un enfoque que rescata a John B. Thompson, quien ha trabajado la vinculación existente entre medios y modernidad. La trascendencia de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad contemporánea, es el elemento que, a su juicio, no se ha tomado en cuenta en los estudios actuales. Priorizando, por el contrario, las transformaciones de mentalidad, religiosidad y actitudes a nivel de los individuos. Por lo tanto, señala que se debe poner un mayor énfasis en el proceso de mediatización de las sociedades, pues sólo así se logrará reducir “la incertidumbre asociada a importantes cambios culturales característicos de la modernidad”.<sup>111</sup>

La segunda preocupación por los medios de comunicación, según Chaparro, se debe a su importancia en la vida cotidiana de las personas. Lo que Miquel Rodrigo refuerza, señalando que la trascendencia de los medios es que son transmisores de la realidad social es decir, aquella información de importancia pública. Por lo tanto, este impacto que los medios de comunicación generan en la sociedad, es el fundamento para realizar investigaciones que den cuenta de ésta.

Por otra parte, la relevancia de investigar los hábitos de consumo de las audiencias va unida a las propias necesidades de la industria de la comunicación. Para Chaparro, la primera de estas necesidades dice relación con la implementación de nuevas tecnologías. Específicamente con la posibilidad de poder predecir, con un sustento científico, el éxito o fracaso de la aplicación de éstas iniciativas. La segunda necesidad, responde a que los medios dispongan de información sobre los usos que las audiencias hacen de sus contenidos, en otras palabras, deben medir a sus lectores para conocerlos.

A su vez, Tuchman<sup>112</sup>, afirma que las necesidades de la industria de los medios está determinada por encontrar un “público suficiente”, es decir, un nicho de mercado acorde a sus intereses. Para sobrevivir, señala que los medios deben adaptarse a las informaciones que la audiencia estime necesarias. Incluso grafica que estos intereses se clasifican del siguiente modo:

---

<sup>111</sup> CHAPARRO, Matías. Op. Cit. P. 25.

<sup>112</sup> TUCHMAN, Gaye. Op. Cit. P. 38.

1. Interés por lo que ocurre en un lugar específico
2. Interés por actividades de personas y organizaciones específicas
3. Interés por temas específicos.

Presunciones sobre los receptores, en las cuales los medios de comunicación se basan, según la autora, para seleccionar las noticias a publicar.

Finalmente, la importancia de la relación existente entre los medios de comunicación y la audiencia, se debe según Rodrigo a la presencia de “un contrato fiduciario social e históricamente definido, que se ha ido forjando por la implantación del uso social de los medios de comunicación”. Un escenario de coexistencia mutua en la que ambos cumplen un rol determinante.<sup>113</sup>

Contemplando que el público le da sentido a las noticias según su propia subjetividad, su importancia final radica en que es un contestatario de un proceso comunicativo no-lineal, es decir, es el feedback mediante el cual la sociedad responde a lo dicho por los medios de comunicación, manteniendo de esta forma, el proceso de producción de noticias como una cadena informativa.

## INVESTIGACIONES SOBRE LOS DIARIOS EN CHILE

En términos generales, los estudios referidos a los medios de comunicación están orientados a averiguar dos dimensiones: la circulación y la lectoría. El primer elemento apunta a auditar el nivel de ventas que efectúa cada medio. El segundo pretende indagar las características de sus lectores y también sondear la competencia del mercado. Éste es el que se detallará a continuación dado que permite evaluar la segmentación y rasgos de su público, así como también, “medir el rendimiento de su oferta de contenidos”.<sup>114</sup>

Las metodologías existentes para investigar a las audiencias, son los instrumentos que permiten a los medios de comunicación observar a la sociedad y sus diferentes comportamientos, es decir, conocer sus hábitos de consumo informativo. Por lo tanto, la importancia de aplicar estas herramientas, radica en que pueden orientar a los medios a efectuar estrategias para responder de un modo más efectivo a sus públicos.

Para Chaparro, estas metodologías apuntan a mejorar la cantidad y calidad del conocimiento que se tiene de las audiencias y sus conductas frente a los medios. Sin

---

<sup>113</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit. P. 31.

<sup>114</sup> CHAPARRO, Matías. Op. Cit. P. 56.

embargo, sostiene que éstas suelen seguir un mismo modelo, por lo que no difieren mayormente en los resultados concluidos.

Efectuar análisis de estas iniciativas de estudio se sustenta, porque dan cuenta del tipo de información que manejan los medios para su toma de decisiones y porque los resultados de éstos, permiten vislumbrar el uso que las empresas de comunicación le darán a la información obtenida.

En general, Chaparro expone que las metodologías se orientan a la obtención de dos tipos de información. Por un lado a la búsqueda de datos que les sean útiles a las empresas para atraer inversión publicitaria y por otro, a información sobre las audiencias, sus intereses, gustos y percepción de los medios. La aplicación de la información obtenida, en el primer caso tiene una dinámica constante ya que la publicidad es considerada como imprescindible, pues significa el sustento de los medios. Una debilidad de este tipo de investigaciones, según Chaparro, es que no hacen distinción entre las secciones de contenido diferenciado, como política, internacional, economía y deporte, entre otras.

Alonso Muñoz<sup>115</sup>, jefe de estudios comerciales de El Mercurio comenta que la obtención de datos sobre los intereses y gustos más específicos de los públicos, está sujeta a los criterios e intereses de los medios, ya que no hay ninguna instancia formal y sistemática que mida estas características. Suelen ser estudios hechos a pedido, más conocidos como estudios *ad hoc*, realizados si les surge alguna inquietud y de carácter confidencial.

En nuestro país, la información sistemática disponible es sobre hábitos de lectura de diarios. Desde 1985, provenía casi exclusivamente, según Chaparro, de la empresa *Ipsos Search Marketing* y de la Universidad Católica, a través de su Departamento de Estudios Sociológicos (DESUC).

Si bien había un conocimiento de los niveles de venta de diarios en kioscos, los cuales se registraban, por ejemplo, por la empresa BBDO Investigaciones – actualmente perteneciente a *Chesking Chile* –, en lo que respecta al conocimiento de los hábitos de consumo de los chilenos, sólo era posible a través de los estudios que realizaba *Ipsos Search Marketing*, lo que dificultaba la posibilidad de contrastar los datos obtenidos. Es aquí donde el autor plantea un problema, en cuanto a la legitimidad de los datos de lectorías que existían en Chile.

<sup>115</sup> Comunicación personal, Alonso Muñoz, 25.06.04

Según Chaparro, en Chile existen dos diseños metodológicos que se utilizan para medir a las audiencias, los cuales tienen en común la exclusión del estrato socioeconómico E, debido a su bajo poder adquisitivo.

El primer método se realiza periódicamente por medio de encuestas telefónicas, posee un universo determinado por edad - 15 años o más-, que incluye a ambos sexos y a los grupos socioeconómicos ABC1, C2, C3. El estrato D también está incluido, aunque en este caso la encuesta se realiza a través de un acercamiento en persona y no por teléfono.

Su cobertura geográfica incluye el gran Santiago y otras seis zonas del país que son Iquique, Antofagasta, La Serena – Coquimbo, Valparaíso – Viña de la Mar – Villa Alemana – Quilpue – Concón, Concepción – Talcahuano y Temuco.<sup>116</sup>

Este diseño metodológico tiene dos rasgos característicos, el primero está basado “en una metodología de recordación”, esto quiere decir que el sujeto investigado tiene que dar cuenta de sus acciones pasadas. En definitiva, se trata de un esquema de encuesta tradicional.

La segunda característica es la lógica de la construcción de la muestra, debido a que el tiempo de recolección de la información es de tres semanas, lo que le permite alcanzar a recoger un total de 4.390 casos. Sin embargo, al cubrir tiempos tan extensos la información puede ocultar variaciones en el comportamiento de la audiencia.

El tipo de información que este diseño produce es aquella relacionada con los hábitos de consumo y el alcance que los medios de comunicación tienen, tanto en los públicos generales, como en los objetivos. Y sobre el promedio de diarios leídos. También produce información sobre el perfil de lectores habituales, que solamente se da según las variables sociodemográficas básicas; sexo, edad y grupo socioeconómico. La orientación de los medios hacia el estrato ABC1, según Chaparro, se debe a que esto significa un mayor valor agregado que los medios tienen a la venta.

El otro diseño metodológico es el realizado por *Time Ibope*, agrupación que tiene varias empresas que componen el grupo empresarial; *Time Research*, que se dedica a estudios de mercado tradicionales, es decir, aquellos solicitados sobre diversas materias por parte de los medios. Posteriormente se encuentra *Megatime*, que se dedica a estudio de análisis de contenido, que en conjunto con la ACHAP (Asociación Chilena de Publicidad), son en nuestro país, las únicas fuentes de datos sobre inversión publicitaria.

<sup>116</sup> CHAPARRO, Matías. Op. Cit. P. 40.

Por otro lado se encuentra *Latin Panel* que realiza seguimientos de hábitos de consumo, de una muestra panel de familias, y finalmente *Time-Ibope* que es la empresa encargada de ejecutar el *People Meter* en Chile.

Su sistema de medición de lectoría, también está basado en encuestas periódicas, el universo representativo es igual al efectuado por la empresa *Ipsos Search Marketing*, su muestra es de 4.000 casos, sin embargo, el período para obtener esta muestra es de cuatro meses.

La entrega de los datos obtenidos se hace de forma mensual, reflejando los niveles de lectoría del último cuatrimestre móvil. Es decir, por cada mes que pasa, se suma el reciente y se excluye el más antiguo. A modo de ejemplo, el día 30 de mayo, se entregan los resultados de los meses de febrero, marzo, abril y mayo. Mientras que en junio, se entregan los datos de marzo, abril, mayo y junio.

Una de las principales diferencias con la metodología de *Ipsos Search Marketing* es que este sistema pregunta por la información del día anterior, lo que reduce las probabilidades de equivocación al tener que recordar información de una semana atrás, como suelen ser la mayoría de los estudios. Asimismo, realiza encuestas domiciliarias o cara a cara, las cuales van acompañadas de cartolas con apoyo gráfico que apuntan a facilitar la memoria de los entrevistados. Ambos elementos, según Chaparro, permiten enfrentar el problema de “la recordación”, que en numerosas ocasiones puede desvirtuar la información. Ejemplo de ello, es que muchas veces los entrevistados fallan en traer a colación sus últimas percepciones y tienden a mencionar en sus respuestas, la marca de diarios más conocida del mercado.

Otro rasgo diferenciador, en lo que respecta al diseño metodológico de *Time Ibope*, es que incluye en su estudio una gran cantidad de variables adicionales a las sociodemográficas clásicas, es decir, agregando a las categorías tradicionales, la remuneración del trabajo, la calidad de jefe de hogar y la actividad y nivel educacional del principal ingreso económico del hogar. La ventaja de contemplar estas variables, no dice relación con la cantidad o calidad de la información que se obtiene con su estudio, más bien obedece a un mérito práctico al ponerlo a disposición del cliente en formato software. Esto les brinda la posibilidad de manejar internamente sus bases de datos y valores estadísticos.

Otras variables incluidas en este diseño, son aquellas que miden el tiempo de lectura que los lectores dedican al consumo de diarios y los modos de obtención del

impreso, lo que permite por ejemplo, según Chaparro, analizar el alcance que han tenido los diarios de distribución gratuita.

“Un mayor desarrollo de la dimensión investigativa en la industria de los diarios y revistas, permitiría darle un uso más intenso a la información producida por estos sistemas de medición, lo que redundaría, quizá, en una demanda por información más compleja y, por lo tanto, en un avance y mayor desarrollo de los propios sistemas de medición”.<sup>117</sup>

Sin embargo, no es sino hasta el año 2002 que se logra concretizar la creación de una asociación que agrupa a todos los medios de comunicación escritos, con el objetivo de transparentar las cifras de venta de cada impreso, así como también, los niveles de lectoría.

#### AVCL - ASOCIACIÓN VERIFICADORA DE CIRCULACIÓN Y LECTORÍAS

La Asociación para la Verificación de Circulación y Lectoría (AVCL), es una entidad sin fines de lucro que en la actualidad, agrupa a la gran mayoría de los medios chilenos. Se inscribe como tal, en noviembre del 2003, pero comienza a operar el año 2002.

Su principal función es administrar el correcto funcionamiento del Sistema de Verificación de Circulación y Lectorías (SVCL), el cual pretende transparentar y hacer públicos los datos sobre hábitos de consumo de los lectores, niveles de circulación y ventas de cada medio.

Su fundamento radica en que para los socios de AVCL una “industria profesional, para ser confiable, requiere de un sistema de medición independiente, basado en procedimientos certificados, que pueda otorgar y generar parámetros objetivos para competir”.<sup>118</sup> Esta asociación, en el área de los impresos está conformada por:

#### DIARIOS

##### Pagados:

- El Mercurio
- La Cuarta
- La Nación
- La Segunda

---

<sup>117</sup> CHAPARRO, Matías. Loc. Cit (108)

<sup>118</sup> Revista ANDA; “AVCL, llave maestra de la industria publicitaria”, Diciembre 2003. P. 9.

- La Tercera
- Las Últimas Noticias

#### Gratuitos

- La Hora
- La Hora de la Tarde
- Publímetro

#### REVISTAS Y MAGAZINES:

- ?? Cosas
- ?? Capital
- ?? Qué Pasa
- ?? ED – Paparazzi
- ?? De Novios – Platos y Copas
- ?? Buena Salud y Otras
- ?? Dato Aviso
- ?? The Clinic
- ?? ANDA

Esta asociación comienza a realizar auditorías de circulación para los diarios nacionales y revistas, inicialmente como un proyecto en marcha blanca a partir del año 2003. Sin embargo, formalmente su primer informe se conoció en mayo del presente año.

El sistema de obtención de información se basa en las propuestas que realizaron dos empresas internacionales que hoy conforman el equipo técnico de AVCL. En el ámbito cuantitativo, es decir, en las auditorías de circulación, se encuentra KPMG y por otro lado, la empresa KMR (Kantar Media Research), quien se encarga del ámbito cualitativo, realizando estudios de lectoría.

#### KPMG

Es una empresa externa e independiente de los medios estudiados, que determina los tirajes totales de ejemplares efectivamente distribuidos a la venta, para los fines comerciales. En Chile *KPMG International* está representada por Jeria y Asociados. Auditores – Consultores, desde noviembre de 1998, fecha en la que se asociaron.

Su metodología, según lo explicado por Muñoz<sup>119</sup>, consiste en dividir el año en dos semestres, cada uno en 26 semanas, por lo que se hacen dos estudios, descontando solamente dos días del primer período que va de enero a junio, y que son el 1º de enero y el 1º de mayo.

Luego se establece una “semana tipo” de circulación diaria de ejemplares a nivel nacional, de ella se extraen la información de venta por cada día de la semana.

De estos datos, que agrupan por separado cada día de comercialización, se excluye la jornada con mayor venta, así como también la de menor venta. Ello para no desvirtuar el resultado de los datos obtenidos, ya que muchas veces, las cifras extremas coinciden con ediciones especiales que los diarios publican, o en el caso contrario, pueden incluso depender de condiciones climáticas que impidan las ventas. Todos estos factores, que no representan unos días normales de circulación, considerados como muestras “sucias”, se restan del resultado total.

Posteriormente y a modo de ejemplo, se escogen 3 lunes aleatorios de las 26 semanas, y consecutivamente, evitando que coincidan con el número de semana anteriormente escogido. De esta muestra se saca un promedio por día, obteniendo de este modo, el valor final de las ventas de dicho día, lo cual se considera como representativo en el primer semestre.

Sobre la base de esta muestra, se contrasta con la cantidad de ejemplares que los medios declararon en dichos días, para lo cual se toma en cuenta, las órdenes de circulación hacia prensa, los vales de impresión y facturas de consumo de papel, de forma tal, que sean consecuentes con la cantidad de ejemplares, facturas de las agencias de distribución y suscripciones que emite el diario.

Las ventajas y elementos diferenciadores de esta metodología, según AVCL, son el establecimiento de una semana tipo de circulación a nivel nacional, el uso de modelos de aplicación ajustados a las necesidades nacionales. Asimismo, sus procedimientos se sustentan en los estados financieros de las propias compañías, lo que permite respaldarlos con los registros estadísticos, posibilitando de este modo seleccionar la muestra con métodos científicos y efectuar pruebas sobre la base de registros históricos.

KMR

*Kantar Media Researches* la empresa que se encarga de realizar los estudios de lectoría para los medios que están incorporados en AVCL.

<sup>119</sup> Comunicación personal, Alonso Muñoz, 25.06.04

Los objetivos de esta empresa son evaluar el alcance que los diarios chilenos tienen en la sociedad, para lo cual provee a los medios de comunicación, de información acerca de los niveles de lectoría y hábitos de exposición a diarios y suplementos, por parte de la audiencia. Con lo cual, los medios pueden realizar de forma oportuna, determinadas planificaciones.

En la práctica, lo que hace este estudio es describir el comportamiento de la población en función de la lectoría de diarios, para este objetivo, el alcance Neto (AIR) que tiene cada medio, el alcance acumulado y la frecuencia media que se demoran las personas en la lectura de los impresos.

Por otra parte, da a conocer el perfil del lector de diarios y suplementos, considerando en este caso las variables de grupo socioeconómico, sexo y edad. Finalmente, otro de sus objetivos es estimar y proyectar al universo el número total de lectores de las dos industrias de diarios: para lo cual contempla, tanto a los diarios pagados, como los gratuitos.

El universo del estudio, consta de una población urbana, de 12 años y más, que pertenezca a los grupos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D correspondientes a las 34 comunas que conforman el Gran Santiago.

La información entregada asciende a 4.000 casos, de los cuales, 1.000 corresponden a cada uno de los 4 estratos socioeconómicos contemplados en la muestra. Obteniendo, de forma anual, una muestra de 12.000 casos, en otras palabras, 36 casos por día, o 1.000 casos mensuales.

La recolección de la información, se hace por medio de un cuestionario estructurado, que se efectúa 100% a través de entrevistas cara a cara, con tarjetas de diseños que muestran los diferentes diarios y suplementos.

Según AVCL, las ventajas de esta empresa son justamente el hecho de que realice entrevistas "cara a cara", lo que permite un buen control de la muestra, entrevistas de larga duración y sofisticadas. La realización de 3 visitas para no romper la aleatoriedad de la muestra, que estimule el "recuerdo asistido" mediante el uso de tarjetas con los logos de los medios, que estandarice el Grupos Socioeconómicos (GSE) y que el tipo de información que entrega, se encuentre disponible para el mercado con una periodicidad mensual.

En lo que respecta al escenario actual de las empresas que sistemáticamente entregan información sobre lectorías y auditorías de circulación, cabe destacar que Kantar

Media Research (KMR) y KPMG son filiales de Time Ibope, siendo las únicas que participan en la realización de los estudios de AVCL.

Ante esta situación, Pablo Julio Polhammer<sup>120</sup>, relata que el hecho de que KMR y KPMG, no compartan parámetros legales que las relacionen con la empresa brasileña Time Ibope, se debe a la necesidad de evitar concepciones monopólicas en el mercado de los medios, ya que Time Ibope aun mantiene la licitación del sistema de rating televisivo conocido como *People Meter*. Fue una iniciativa que nació, según Julio, de la incomodidad generada en el resto de los medios frente a esta realidad.

La problemática que surge de la situación actual, es que a juicio de Julio, el mercado chileno no es suficiente como para mantener activo tanto a Ipsos Search Marketing como a Time Ibope, por lo que la tendencia de los medios de recurrir a KMR terminará por “ahogar” a los posibles clientes de Ipsos. “No hay una suficiente variedad de medios en Chile como para que se sostengan dos empresas, y por otro lado, ningún medio va a realizar una compra doble de información sobre sus consumidores”. Es por esto que el académico predice que “la disponibilidad de información va a tender a disminuir, y nuevamente nos vamos a enfrentar a un problema de legitimidad de los datos obtenidos.”

## PÚBLICO DE LOS MEDIOS ESCOGIDOS

Las cifras señaladas a continuación, provienen en su totalidad de los estudios realizados por AVCL durante el primer trimestre del presente año y fueron publicados en el pasado mes de mayo.

En el promedio general de ventas de los medios chilenos, señaladas en el gráfico N° 1, , se puede observar que específicamente los medios escogidos para el presente estudio, guardan una gran diferencia en los valores de ventas, esto al contrastar El Mercurio y La Tercera con el periódico La Nación.

---

<sup>120</sup> JULIO POLHAMMER, Pablo. Investigador del Instituto de Estudios Mediales de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile. Ingeniero Civil en Industrias. Comunicación personal, 08.07.04.

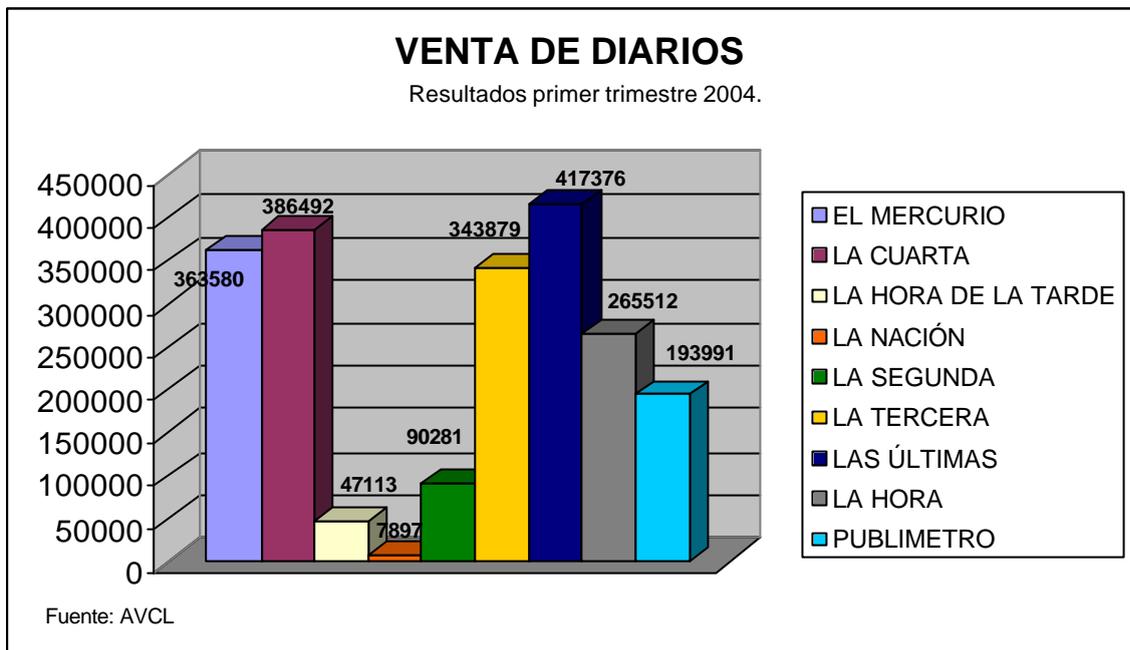
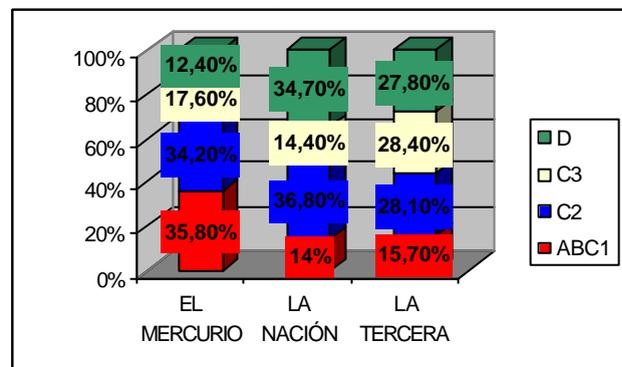


Gráfico Nº 1

El gráfico Nº 2 caracteriza a los lectores según estrato socioeconómico. Y por lo expuesto en los datos de los perfiles, se puede establecer que quién cuenta con una segmentación relativamente equilibrada, exceptuando su baja adhesión con el ABC1, es el periódico La Nación.

### LECTORES POR GRUPO SOCIOECONÓMICO

Resultados primer trimestre 2004

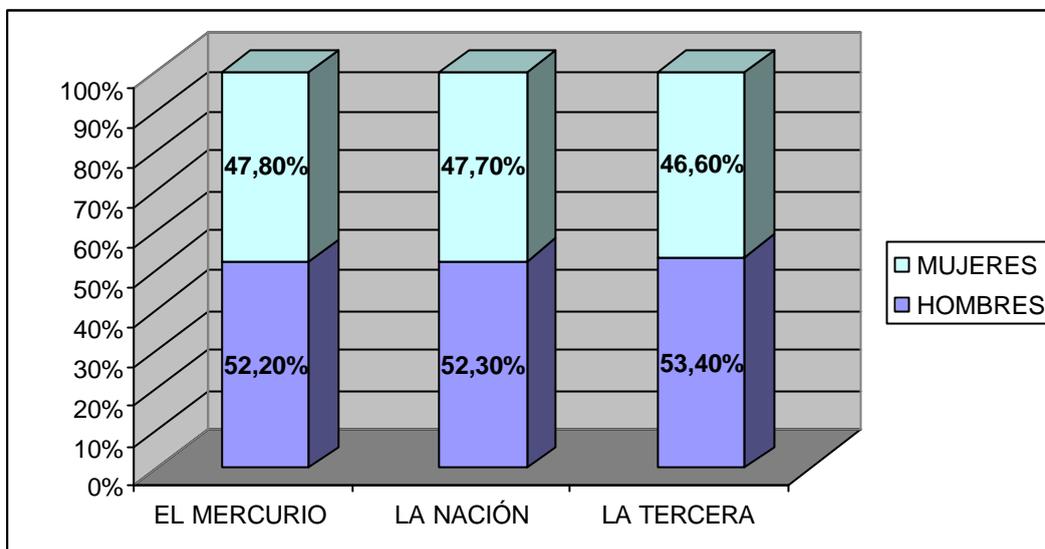


Fuente: AVCL

Gráfico Nº 2

Por otro lado, las cifras indican que el público de La Tercera está repartido principalmente en los estratos considerados como medios y medios-bajos, por el contrario de El Mercurio, que en su público ABC1 y C2 se encuentra el 70% de cobertura total del medio.

**LECTORES POR SEXO**  
Resultados primer trimestre 2004



Fuente: AVCL

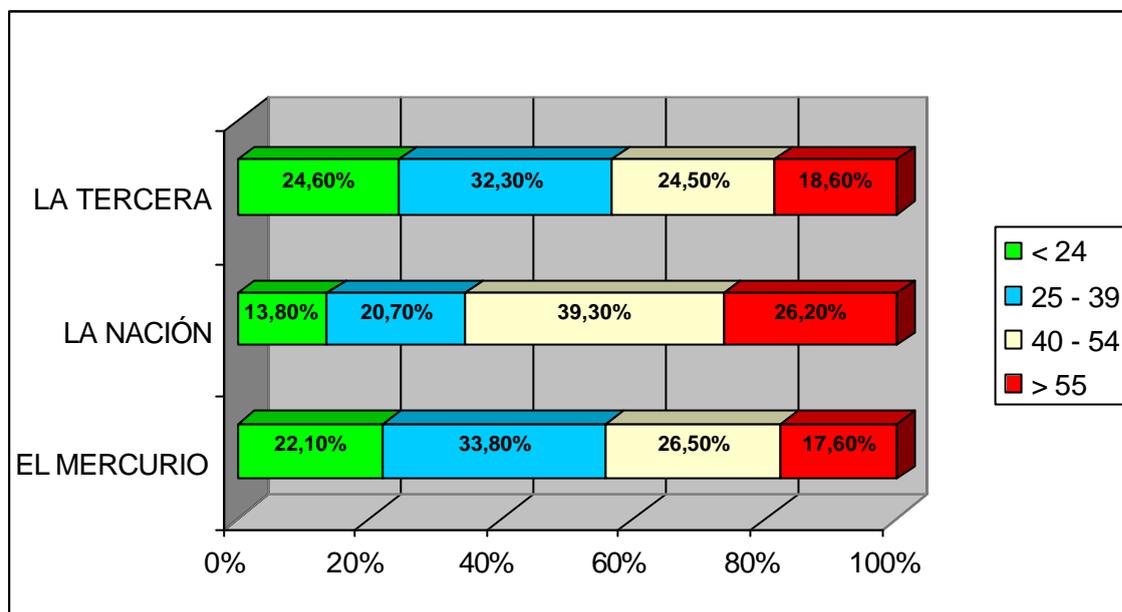
Gráfico Nº 3

Se puede observar que en los tres medios, el público mayoritario es masculino, con una leve predominancia del diario La Nación respecto de este punto. No obstante, las diferencias en la distribución según sexo, no son significativas.

Con respecto a la edad de los públicos de cada medio, se puede establecer, según el gráfico Nº 4, que La Nación encuentra su máximo consumo en los segmentos adultos y adultos mayores, justamente aquellos por sobre los 40 años.

A su vez, El Mercurio, encuentra su adhesión en el segmento adulto joven, en menor incidencia llega a personas entre los 40 y 54 años. En lo que respecta al público joven, es el segundo medio que mejor alcance tiene en este segmento. En tanto, su público minoritario es aquel mayor de 55 años.

**LECTORES POR EDAD**  
Resultados primer trimestre 2004



Fuente: AVCL

Gráfico N °4

La Tercera, tiene un alcance importante en individuos jóvenes, teniendo la proporción más alta dentro del propio público en comparación a los otros dos medios analizados. Considerando que su porcentaje más alto está entre la audiencia de 25 a 39 años, se puede establecer que es el periódico que tiene mayor llegada a públicos más jóvenes. A su vez, tampoco tienen un alcance significativo en aquellos mayores de 55 años y su llegada al público adulto joven también es significativa.

En conclusión, el diario La Tercera, lidera su llegada al público joven, El Mercurio en la población adulto joven y La Nación en la población más adulta. Finalmente, se puede establecer que la mayoría de los medios analizados, en general, concentran su alcance en públicos adultos jóvenes y mayores.

## 4. OBJETIVOS

### GENERALES

- ?? Describir el tratamiento de la información internacional en medios escritos nacionales.
- ?? Identificar las características del periodista internacional y su forma de trabajo en los medios nacionales.

### ESPECÍFICOS

Con respecto al Periodista:

1. Establecer las debilidades y fortalezas que los periodistas perciben en sus prácticas profesionales.
2. Describir las herramientas de las que disponen para realizar la labor periodística. (Convenios, agencias, sistema de corresponsalías y de enviados especiales)

Con respecto al tratamiento Informativo:

3. Dar a conocer el sistema de trabajo de La Nación, El Mercurio y La Tercera.
4. Describir la estructura de la sección internacional en los medios escogidos.
5. Identificar los desafíos que los medios, en sus secciones internacionales, perciben a futuro.
6. Describir el espacio destinado a las noticias internacionales en los distintos medios, en cuanto a temas y sectores geográficas del mundo.
7. Dar cuenta de las fuentes informativas y el origen de la producción de las noticias internacionales.
8. Identificar los elementos que se utilizan en los medios para contextualizar las informaciones entregadas por las secciones internacionales.

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ?? ¿Cuáles son los atributos del periodista internacional chileno?
- ?? ¿Está el periodismo y sus profesionales formando parte del proceso de globalización que está proyectando Chile como país emergente?
- ?? ¿Cuál es el tratamiento informativo que éste le da a las noticias del ámbito internacional en la prensa de hoy?

## **5. METODOLOGÍA**

### **TIPO DE ESTUDIO**

El tipo de estudio a realizar será exploratorio y descriptivo. El primero tiene relevancia porque permite indagar, y de forma abierta, la situación del periodismo internacional en los medios chilenos.

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista<sup>121</sup>, en su obra Metodología de la Investigación, los estudios exploratorios se efectúan cuando el objetivo es “examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”.

Asimismo, si bien el material que se maneja en la biblioteca de la Universidad Diego Portales se pueden encontrar diversas tesis sobre periodismo internacional, consideramos que no han vinculado la importancia de estas secciones de los medios, con el proyecto de internacionalización que se percibe en nuestro país.

Igualmente, el estudio descriptivo permitirá dar conocer el funcionamiento de las secciones internacionales en los medios chilenos. Especificando las propiedades importantes, como son los recursos que intervienen en la producción periodística, comprendiéndolos como los convenios comerciales con medios extranjeros, afiliación a conglomerados mediales (GDA) y servicios de agencias informativas.

Por otro lado, también se contemplará lo que es el equipo de trabajo que componen estas secciones, es decir, los sistemas de corresponsalías y presupuestos para enviados especiales. La estructura y organización de trabajo de la sección, la metodología, rutina y perfil del periodista. Esta última se obtendrá a través de la percepción que ellos mismos tienen de su labor y de sus colegas.

### **TIPOS DE MUESTRA**

Para el estudio se utilizarán dos tipos de muestras. En primera instancia, entrevistas en profundidad realizadas a periodistas de secciones internacionales, corresponsales y periodistas en general vinculados al área internacional. De la misma forma, para comprender el interés o desinterés que se percibe en la ciudadanía con relación a las noticias foráneas, se realizarán entrevistas a académicos y expertos relacionados al tema de la comunicación, que expliquen el comportamiento de las

---

<sup>121</sup> HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar; “La Metodología de la Investigación”, Ed. Mac Graw Hill, 2ª Edición, México, 2000.

personas frente a noticias que no le son tan cercanas, como su visión acerca del sistema de medios.

El segundo tipo de muestra está constituido por los diarios nacionales, El Mercurio, La Nación y La Tercera. La elección de estos medios, se debe a que son los únicos que formalmente funcionan con secciones internacionales, propiamente tal, y con periodistas que desarrollan un trabajo más elaborado, en vez de reproducir exclusivamente los cables de agencias de noticias.

La elección de analizar prensa escrita, se sustenta en primera instancia porque la prensa escrita, según Miquel Rodrigo<sup>122</sup>, Stella Martini<sup>123</sup> y los autores Rivers y Schramm<sup>124</sup>, constituyen la primera fuente de dominio social, es decir, un elemento decisivo en la formación de opinión de las elites, a quienes se las responsabiliza por su rol determinante en la sociedad.

El académico Manuel Martín Serrano, destaca que “quienes ahora dedican más tiempo a la lectura de prensa y revistas, coinciden muy frecuentemente con quienes más tiempo dedican a la audiencia de televisión y radio. (...) Cabe incluso afirmar que una atención intensa a los medios impresos es un factor generador de atención más intensa a todos los otros medios. En cambio lo contrario no es verdadero. (...) Si desease aumentar el tiempo consumido por la población en informarse se debería de estimular la lectura de prensa como factor multiplicador de los otros consumos; en tanto que estimular el consumo de televisión y radio no transformaría las cosas”<sup>125</sup>

Explicita también, que el consumo de prensa escrita está relacionado con niveles socioculturales más altos. Para él, se trata de un medio que cumple todavía, una función de *status* y también de diferenciación de rol, razón por la cual el autor menciona que la prensa escrita es mayormente consumida por hombres.<sup>126</sup>

Serrano, establece por lo demás, que los medios escritos están viviendo una seria reformulación en la actualidad, debido a que la gente prefiere los medios audiovisuales por un tema de que leer implica un mayor esfuerzo y dedicación de tiempo para hacerlo, el problema también pasa por el hecho de que los medios escritos no están imponiendo su presencia, mientras que los audiovisuales sí. Asimismo, estos últimos satisfacen la

---

<sup>122</sup> RODRIGO ALSINA, Miquel. Op. Cit.

<sup>123</sup> MARTINI, Stella. Op. Cit.

<sup>124</sup> SCHRAMM, Wilbur y RIVERS, William L. Op. Cit.

<sup>125</sup> MARTÍN SERRANO, Manuel; “El Uso de la Comunicación Social por los Españoles”, Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, España, 1982. P. 50

<sup>126</sup> *Ibíd.* P. 53

tasa mínima de información que los grupos sociales necesitan para desenvolverse en sus relaciones cotidianas.<sup>127</sup>

## **TÉCNICA DE RECOLECCIÓN**

Las técnicas escogidas son las entrevistas en profundidad y se realizará un análisis de contenido.

### **Entrevistas en profundidad**

Porque es más eficiente hacer entrevistas cara a cara, ya que esto permite tener una mayor cercanía con el entrevistado. Igualmente nos permitirá conocer su discurso periodístico respecto de la labor que desempeñan permitirá establecer tanto el perfil de los profesionales como la percepción que tienen del medio en el que trabajan.

### **Análisis de Contenido**

Se realizará porque permite ver el desarrollo de la voz de los medios de comunicación en su producto final. Éste será sustentado en las teorías académicas existentes, sobre los significados y alcances de los conceptos hechos, suceso, acontecimiento y noticia. La recolección de información de los diarios se realizará a través de una semana construida, escogiendo un día por cada medio con un intermedio de dos semanas entre cada día.

El sustento de esta elección es que es una metodología utilizada y recomendada por la UNESCO para una mejor clasificación y ordenamiento de los datos recolectados.<sup>128</sup>

Todos estos ámbitos se engloban, asimismo, en el modelo planteado sobre la producción de la noticia, el que se utilizará como marco general para las interpretaciones y comprensiones del tema de la noticia internacional y su tratamiento.

## **ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

La técnica de análisis de la información se hará a través de un Análisis de Contenido. Para el cual, se contemplará la lectura de los títulos y epígrafes, temas e n los que se enmarque la información, procedencia de esta última, producción de la noticia, espacio asignado y otras categorías, que se determinarán por la presencia de otros elementos, tales como fotografías, recuadros e infografías. Esto, dado que los objetivos

---

<sup>127</sup> *Ibíd.* P. 45

<sup>128</sup> Nos referimos específicamente al estudio sobre “Las noticias Internacionales en los medios de Comunicación, La información internacional en 29 países”.

planteados, requiere de una metodología que permita explorar los elementos y las características del producto final, entendido como el conjunto de noticias publicados en los periódicos.

Klaus Krippendorff expone tres características del análisis de contenidos que coinciden con los objetivos de nuestro estudio y que justifica nuestra elección de esta metodología:

1. Tiene una orientación fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva.
2. Trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio, y está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. Lo cual puede situarse dentro del contexto de los nuevos medio de comunicación y del papel que estos desempeñan en la transmisión de información dentro de la sociedad.
3. El análisis de contenido desarrolla una metodología propia que permite al investigador programar, comunicar y evaluar críticamente un plan de investigación con independencia de sus resultados.

Roger Muchielli, citado en el texto de Maribel Quezada<sup>129</sup>, establece que existen 3 tipos de análisis de contenido que se denominan, según la clasificación expuesta en el texto *El Mensaje medio a medio, perspectivas teórico metodológicas*:

1-. Métodos lógico-estéticos, donde se aproxima a la información desde una perspectiva lingüística tradicional *saussiriana*. La base para hacer este tipo de estudios es la noción de una estructura formal de la lengua. Sirve para hacer análisis de discurso, descubrir figuras retóricas, etc.

2-. Métodos de análisis semántico, apoyado en la lingüística moderna y su foco de interés está en el significado. Mediante este es posible investigar los significados implícitos y las connotaciones de una palabra o de una serie de ellas.

3-. Métodos lógico-semánticos. En es esta tercera instancia, el acercamiento a los mensajes es de tipo clasificatorio, la cual se hace según una concepción lógica de los contenidos, después de explicar cuando sea necesario, los valores semánticos o los significados que interesará extraer de esos contenidos. Se atienden directamente al contenido manifiesto, interesándose por el significado inmediatamente accesible.

---

<sup>129</sup> QUEZADA, Maribel; "El Mensaje medio a medio", Ed. Universitaria, Santiago, Chile, 1992. P. 32.

Para los objetivos de esta tesis, el método lógico semántico, resulta ser el más idóneo ya que se centra en valorar cómo se dicen los mensajes, aquellos que narran, es decir, la forma en que los presentan físicamente considerando el espacio que se les destina, frecuencia con que aparecen y los recursos gráficos, entre otros. Tal como plantea Quezada, “como sabemos que el contenido encuentra también su significado a partir de cómo se representa, ya sea en las formas, o en el entorno que lo rodea, no bastará con tener presentes los contenidos si queremos realizar un análisis serio, sino que además habrá que considerar todos aquellos elementos de la presentación que pueden afectar el sentido de lo que el mensaje expresa<sup>130</sup>.” Es por ello que hemos evaluado estos principios al momento de establecer los elementos a extraer del análisis de contenido.

La fortaleza de utilizar esta herramienta de análisis de la información, se sustenta por otra parte, debido a que los objetivos se limitan a conseguir información sólo del mensaje, ya sea de su forma o de su contenido, ya que se ha estimado que los resultados más seguros serán los que arrojen aquellos análisis cuyos objetivos se limiten a conseguir información sólo del mensaje, y específicamente de su forma.

La información extraída sirve el objetivo de definir las pautas rescatadas por cada medio y en general los rasgos propios de la entrega de información que realiza cada medio escogido.

Por otro lado, para poder establecer las características de las noticias internacionales en Chile, también se hace necesario tener un conocimiento ordenado que nos permita observar y contrastar sistemáticamente las posibles similitudes y diferencias que hay en el contenido informativo de los medios. Permitirá también comparar la visión que los periodistas de los medios escogidos exponen sobre el trabajo que realizan y el producto final que los periódicos realmente entregan.

En el análisis de contenido se tomará en cuenta las siguientes categorías, la delimitación de estos valores se dará en el segmento siguiente:

## 1 Espacio

- 1.1. El total designado a la sección internacional en los días a analizar.
- 1.2. Cantidad de noticias expuestas y el espacio que ocupan las mismas.

<sup>130</sup> QUEZADA, Maribel. Op. Cit. P. 25

- 1.3. Establecer los espacios que se le atribuye a cada continente y a cada país, relacionando estas variables con los temas que se destaca en cada sector geográfico.

## 2 Temas

Determinar los sucesos cubiertos por los medios, según clasificación temática que explicaremos a continuación.

Establecer la proporción de los tópicos más mencionados.

### 1. Producción de la noticia

Determinar las fuentes que se utilizan para producir las noticias.

Establecer la proporción de informaciones que se realizaron por producción propias, corresponsales - *stringers*, agencias noticias, servicios especiales contratados por los medios, u otras fuentes como Internet.

### 2. Contextualización

Cuantificar los recuadros explicativos que se utilizan para proporcionar información anexa.

Contabilizar fotografías colocadas para ilustrar las noticias.

Registrar las infografías que se exponen para complementar la información entregada por la nota central.

## ELEMENTOS DE CODIFICACIÓN

Medios de Comunicación a estudiar:

- El Mercurio
- La Nación
- La Tercera

## MUESTREO

La semana construida al azar, consta de los siguientes días:

### **Marzo**

Lunes 1

Martes 16

Miércoles 31

**Abril**

Jueves 15

Viernes 30

**Mayo**

Sábado 15

UNIDAD DE ANÁLISIS

Las noticias, entrevistas y columnas de opinión, expuestas en la sección internacional.

Indicadores:

Identificación:

Fecha

Nombre del diario

Número de página

Producción de la noticia

**Agencia (A)** Cuando el tratamiento y la redacción de la noticia sólo se hace con la información obtenida de los servicios de agencias de noticias que el medio tiene contratados. En este caso la noticia aparece firmada por el nombre de la o las agencias de dónde se extrajo la información.

**Propia (P)** Cuando un periodista del medio aporta información anexa a la obtenida de las agencias de noticias, incorporando mayor cantidad de datos a la noticia. El periodista firma con su nombre.

**Corresponsal (C)** Esta categoría también es parte de la producción propia debido a que son periodistas *stringers* que trabajan para el medio y que incorporan a las noticias, elementos obtenidos de forma independiente. Se

contabiliza separadamente, porque refleja los recursos de los que los medios disponen y el uso y la frecuencia con que los utilizan.

**Servicio (S)** Cuando se publica información de otros medios con los que el diario tiene contratos de exclusividad. La firma que aparece es el nombre de dichos medios. Se contabiliza separadamente, porque refleja los recursos de los que los medios disponen y el uso y la frecuencia con que los utilizan.

**Agencias y Otros (AYO)** Cuando no se indica de dónde se obtuvo la información. Es decir, no se especifican las fuentes y, por tanto, no se puede establecer con exactitud la procedencia de la información. En este caso, se puede suponer que ésta se obtuvo tanto de agencias como de otras fuentes, tales como Internet.

#### Procedencia

Continente

País

#### Tematización

Esta categoría se estableció a partir de la información entregada en el título y en el epígrafe. La construcción de las categorías la desarrollamos a partir de la temática de las noticias que percibimos al momento de leer los diarios, mientras que la definición de cada una, corresponde a las tesis.

Título

Epígrafe

Tema

1. **Violencia:** Noticias que destacan conflictos cruentos tales como crímenes masivos o particulares. Riñas con daños a terceros.
2. **Corrupción:** Actos ilícitos vinculados al uso deshonesto de dinero, coimas y vicios.
3. **Escándalo:** Sucesos que por su realce rompen con la cotidianidad resaltando factores de mal ejemplo. Involucra indignaciones y alborotos de grandes proporciones.

4. Terrorismo: Actos criminales masivos premeditados y ejecutados en desmedro de población civil.
5. Religión: Noticias vinculadas con personalidades u hechos que se relacionan a los distintos credos.
6. Realeza: Hechos que cobran importancia por tener relación con las casas reales y principados del mundo.
7. Light: Noticias con elementos tales como rareza y entretenimiento con poca trascendencia para la política y la economía.
8. Tortura: Acciones ilícitas que atormenta y hace padecer a individuos ya sea de forma física o psicológica.
9. Secuestro: Apoderamiento y retención de una persona con fines delictivos. Aprehensión de personas por rescate a cambio.
10. Gobierno: Aquellos hechos noticiosos vinculados a las esferas políticas de un país.
11. Relaciones: Noticias que destacan comunicaciones o interacciones entre gobierno o países, tanto al interior como en sus relaciones internacionales.
12. Diplomacia: Relaciones internacionales relacionadas a representaciones formales de los estados.
13. Conflicto: Hechos que destacan situaciones de crisis y tensiones entre partes con distintos intereses antagónicos.
14. Atentado: Procedimientos abusivos, actos criminales dirigido hacia instituciones o personas.
15. Partidos: Noticias que dicen relación con los partidos políticos al interior de los países.
16. Elecciones: sucesos vinculados a los procesos de votación o sufragio de gobiernos, países, instituciones o decisiones particulares como los referéndum.
17. Humano: Destaca elementos propios de la naturaleza humana. Con sentido filantrópico.
18. Guerrilla: Noticias que destacan grupos armados pequeños y omnipresentes que hacen la guerra independientemente de los ejércitos regulares.
19. Gente: Sujeta a cambio dado que es el nombre de una mini sección que va en tamaño breve de El Mercurio y no es constante.

## Contextualización

Para medir esta categoría se contabilizarán los siguientes recursos gráficos:

Recuadros

Infografía

Fotos

## Espacio

Asignado a cada noticia

Cantidad de páginas que ocupa la sección internacional en cada día de la semana construida.

Los espacios asignados están considerados según la extensión que ocupan dentro de una página, y los hemos determinado de la siguiente forma<sup>131</sup>:

Completa (**H**)



Dos tercios (**I**)



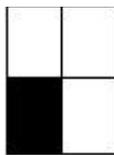
Media (**M**)



Un tercio (**T**)



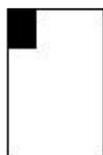
Cuarto página (**Q**)



Octavo (**O**)



Breve (**B**)



A su vez, las entrevistas en profundidad se utilizarán para construir una imagen del medio para el cual trabajan, sus rutinas, enfoques de las informaciones, recursos,

<sup>131</sup> Indicación recomendada por el académico Oscar Jaramillo.

tanto de fuentes como de fuerza laboral y finalmente la percepción que tienen sobre sus públicos objetivos y el lector al cual imaginan que escriben.

Las entrevistas también se clasificarán en tablas según las categorías de conocimientos que quisimos extraer, las cuales son:

### 1. La noticia

1.1 Características de las noticias internacionales en Chile

1.2 Elementos de la noticia

1.3 Evolución información internacional en Chile.

### 2. Los medios:

2.1 Funciones y herramientas de los medios escritos

2.2 Dificultades de las secciones internacionales

2.3 Percepción del sistema de medios en Chile

2.4 Comparación con medios extranjeros

2.5 Responsabilidad de los medios

2.6 Sobre El Mercurio

2.7 Sobre La Nación

2.8 Sobre La Tercera

2.9 Desafíos

### 3. El periodista:

3.1 Características

3.2 Debilidades

3.3 Fortalezas

3.4 Como debiera ser el periodista, ideales y expectativas

3.5 Preparación

a. Personal

b. Universitaria

### 3. El público

4.1 Caracterización del chileno como lector general

4.2 Caracterización del lector de noticias internacionales chileno:

## ENTREVISTAS REALIZADAS

<b>NOMBRE ENTREVISTADO</b>	<b>PROFESION O CARGO</b>	<b>FECHA ENTREVISTA</b>
<b>LA NACION</b>		
María Eugenia Duran	Editora sección Internacional	22.12.03
Leonardo Miranda	Periodista sección internacional	20.12.03
<b>LA TERCERA</b>		
Juan Paulo Iglesias	Periodista Sección Internacional	12.12.03
Pedro Schwartze	Sub-editor Sección Internacional	17.06.04
Cristián Bofill	Director	29.06.04
<b>EL MERCURIO</b>		
Tamara Avetikian	Editora Sección Internacional	25.02.04
Pablo Soto	Periodista Sección Internacional	08.04.04
Luis Alberto Pino	Periodista Sección Internacional	21.11.03 11.04.04
Alberto Rojas	Jefe de Corresponsales y Periodista Sección Internacional	02.01.04
Alonso Muñoz	Jefe de Estudios Comerciales	25.06.04
Jana Beris <sup>132</sup>	Stringer Jerusalén y territorios Palestinos	06.04.04
Beatriz Silva	Stringer Barcelona – España	06.04.04
Analya Céspedes	Stringer Washington D.C. EE.UU.	06.04.04
Andrea Desormeaux	Stringer Francia y Bélgica	06.04.04
Patricia Mayorga	Stringer Roma Italia	06.04.04
<b>CORRESPONSALES</b>		
Amaro Gómez Pablos	Periodista TVN, ex corresponsal de CNN	06.04.04
Alberto Pando	Corresponsal CNN – Chile	15.04.04
<b>PERIODISTAS, ACADÉMICOS Y EXPERTOS EN COMUNICACIONES</b>		
Carlos Novoa	Editor Sección Internacional – EL COMERCIO de Perú.	03.02.04

<sup>132</sup> Las entrevistas a los stringers de El Mercurio fueron realizadas en su totalidad a través de correo electrónico.

Juan Pablo Cárdenas	Director Radio Universidad de Chile	22.03.04
Abraham Santibáñez	Periodista, académico Universidad Diego Portales	26.03.04
Guaraní Pereda	Periodista	27.04.04
Cristóbal Marín	Sociólogo UDP	22..4.04
Claudio Fuentes	Sociólogo FLACSO	02.04.04
Roberto Méndez	Gerente Adimark	29.04.04
Andrew Radolph	Funcionario de la UNESCO para Latinoamérica	14.05.04
Fernando Malatesta	Director Agencia de Noticias ORBE	03.06.04
Patricio Navia	Analista Político	18.03.04
Pablo Julio Polhammer	Investigador del Instituto de Estudios Mediales de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile	08.07.04

## 6. RESULTADOS

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

#### ESPACIO

Con relación a la siguiente tabla, en ella se indica el porcentaje de espacio que las noticias de las secciones internacionales utilizan, según el otorgado por cada medio. La trascendencia de esta información, se debe a que refleja la optimización que cada medio efectúa del espacio, como también las variaciones que se perciben según el día de la semana.

FECHA	DIARIO	PAGINA	ESPACIO	ESPACIO	ESPACIO POR PÁGINAS
1-mar	MERCURIO	A4	M	50%	
1-mar	MERCURIO	A4	T	33%	
1-mar	MERCURIO	A4	O	13%	
1-mar	MERCURIO	A5	T	33%	
1-mar	MERCURIO	A5	BM	3%	
1-mar	MERCURIO	A5	BM	3%	
1-mar	MERCURIO	A5	BM	3%	
1-mar	MERCURIO	A5	BM	3%	
1-mar	MERCURIO	A5	Q	25%	
1-mar	MERCURIO	A5	O	13%	
1-mar	MERCURIO	A5	BM	3%	91%
16-mar	MERCURIO	A4	M	50%	
16-mar	MERCURIO	A5	T	33%	
16-mar	MERCURIO	A5	O	13%	
16-mar	MERCURIO	A5	Q	25%	
16-mar	MERCURIO	A6	BM	3%	
16-mar	MERCURIO	A6	BM	3%	
16-mar	MERCURIO	A6	T	33%	
16-mar	MERCURIO	A6	T	33%	
16-mar	MERCURIO	A6	O	13%	
16-mar	MERCURIO	A6	O	13%	73,00%
31-mar	MERCURIO	A4	BM	3%	
31-mar	MERCURIO	A4	BM	3%	
31-mar	MERCURIO	A4	BM	3%	
31-mar	MERCURIO	A4	T	33%	
31-mar	MERCURIO	A4	O	13%	
31-mar	MERCURIO	A4	Q	25%	
31-mar	MERCURIO	A5	T	33%	
31-mar	MERCURIO	A5	Q	25%	69,00%
15-abr	MERCURIO	A4	M	50%	
15-abr	MERCURIO	A5	T	33%	
15-abr	MERCURIO	A5	T	33%	
15-abr	MERCURIO	A5	O	13%	

15-abr	MERCURIO	A5	Q	25%	
15-abr	MERCURIO	A6	BM	3%	
15-abr	MERCURIO	A6	BM	3%	
15-abr	MERCURIO	A6	Q	25%	
15-abr	MERCURIO	A6	BM	3%	
15-abr	MERCURIO	A6	Q	25%	
15-abr	MERCURIO	A7	O	13%	
15-abr	MERCURIO	A7	T	33%	65,00%
30-abr	MERCURIO	A4	T	33%	
30-abr	MERCURIO	A4	Q	25%	
30-abr	MERCURIO	A6	T	33%	
30-abr	MERCURIO	A7	O	13%	
30-abr	MERCURIO	A7	Q	25%	
30-abr	MERCURIO	A7	O	13%	
30-abr	MERCURIO	A8	T	33%	
30-abr	MERCURIO	A9	T	33%	
30-abr	MERCURIO	A9	O	13%	
30-abr	MERCURIO	A9	Q	25%	49%
15-may	MERCURIO	A4	M	50%	
15-may	MERCURIO	A4	O	13%	
15-may	MERCURIO	A4	O	13%	
15-may	MERCURIO	A4	BM	3%	
15-may	MERCURIO	A6	Q	25%	
15-may	MERCURIO	A6	T	33%	
15-may	MERCURIO	A6	O	13%	
15-may	MERCURIO	A7	Q	25%	
15-may	MERCURIO	A8	BM	3%	
15-may	MERCURIO	A8	BM	3%	
15-may	MERCURIO	A8	BM	3%	
15-may	MERCURIO	A8	M	50%	
15-may	MERCURIO	A8	O	13%	
15-may	MERCURIO	A9	T	33%	56,00%

Según los datos observados se puede señalar que en promedio el diario El Mercurio, utiliza un 67% del espacio designado a sus noticias. Los días que mayor espacio ocupa de las páginas estipuladas, son lunes y martes. Mientras que los días que menos lo hace, en las páginas de internacional, son los viernes y sábado, lo que tiene directa relación con el avisaje, que naturalmente tiende a ser mayor los fines de semana.

En síntesis, se percibe, que aquellos días que tienen más número de páginas designadas, abarcan una cantidad de noticias similar a los días que menos páginas tienen, y pese a ello optimizan de menor forma el espacio designado.

Por ejemplo, el día lunes 1º de marzo, contaban con dos páginas y publicaron 11 noticias, optimizando su espacio en un 91%. Mientras que el viernes 30 de abril, cuando dispusieron de cinco páginas, aparecieron 10 noticias y el espacio utilizado fue del 49%.

FECHA	DIARIO	PAGINA	ESPACIO	ESPACIO	ESPACIO POR PÁGINAS
1-mar	TERCERA	P7	H	100%	
1-mar	TERCERA	8	I	67%	
1-mar	TERCERA	8	T	33%	
1-mar	TERCERA	9	M	50%	
1-mar	TERCERA	9	O	13%	
1-mar	TERCERA	10	BT	4%	
1-mar	TERCERA	10	O	13%	
1-mar	TERCERA	10	BT	4%	
1-mar	TERCERA	10	BT	4%	
1-mar	TERCERA	10	O	13%	<b>75,00%</b>
16-mar	TERCERA	P7	I	67%	
16-mar	TERCERA	P7	O	13%	
16-mar	TERCERA	8	I	67%	
16-mar	TERCERA	8	O	13%	
16-mar	TERCERA	9	I	67%	
16-mar	TERCERA	9	T	33%	
16-mar	TERCERA	10	BT	4%	
16-mar	TERCERA	10	BT	4%	
16-mar	TERCERA	10	BT	4%	
16-mar	TERCERA	10	M	50%	
16-mar	TERCERA	10	Q	25%	<b>86,00%</b>
31-mar	TERCERA	P8	H	100%	
31-mar	TERCERA	9	M	50%	
31-mar	TERCERA	9	BT	4%	
31-mar	TERCERA	9	BT	4%	
31-mar	TERCERA	9	O	13%	
31-mar	TERCERA	10	BT	4%	
31-mar	TERCERA	10	BT	4%	
31-mar	TERCERA	10	O	13%	
31-mar	TERCERA	10	O	13%	
31-mar	TERCERA	10	BT	4%	
31-mar	TERCERA	10	BT	4%	
31-mar	TERCERA	10	BT	4%	<b>71,00%</b>
15-abr	TERCERA	P7	I	67%	
15-abr	TERCERA	P7	O	13%	
15-abr	TERCERA	8	H	100%	
15-abr	TERCERA	9	T	33%	
15-abr	TERCERA	10	BT	4%	
15-abr	TERCERA	10	Q	25%	
15-abr	TERCERA	10	O	13%	
15-abr	TERCERA	10	BT	4%	
15-abr	TERCERA	10	BT	4%	
15-abr	TERCERA	10	BT	4%	<b>66%</b>
30-abr	TERCERA	P8	H	100%	
30-abr	TERCERA	P8	BT	4%	
30-abr	TERCERA	9	Q	25%	

30-abr	TERCERA	9	M	50%	
30-abr	TERCERA	9	O	13%	
30-abr	TERCERA	10	Q	25%	
30-abr	TERCERA	10	T	33%	
30-abr	TERCERA	11	O	13%	
30-abr	TERCERA	11	BT	4%	
30-abr	TERCERA	11	BT	4%	
30-abr	TERCERA	11	BT	4%	
30-abr	TERCERA	11	BT	4%	69%
15-may	TERCERA	P11	I	67%	
15-may	TERCERA	P11	BT	4%	
15-may	TERCERA	12	M	50%	
15-may	TERCERA	13	M	50%	
15-may	TERCERA	14	BT	4%	
15-may	TERCERA	14	O	13%	
15-may	TERCERA	14	BT	4%	
15-may	TERCERA	14	BT	4%	
15-may	TERCERA	14	BT	4%	
15-may	TERCERA	14	BT	4%	
15-may	TERCERA	15	I	67%	53%

Según los datos de la tabla, se puede observar que el diario La Tercera en promedio, utiliza un 70% del espacio designado a sus noticias. A su vez, los días que mayor espacio ocupa de las páginas estipuladas, también son los lunes y martes. En tanto, los días que menos optimiza el espacio, son los jueves, viernes y sábado, lo que también está sujeto al tema del aviso.

En el caso de este impreso, en los seis días analizados, se percibe que de forma constante la sección internacional dispone entre 3 y 5 páginas, sin tener mayores variaciones durante el día sábado. No obstante, un dato significativo que se puede distinguir, es que el miércoles 31 de marzo, que fue el día en el cual dispusieron de tres páginas, es decir, el de menor cantidad con relación al total de la semana, se publicaron 12 noticias, con una optimización del 71% del espacio. Mientras, que el sábado 15 de mayo, cuando contaron con cinco páginas para la sección, se publicaron 11 noticias, o sea, menos, utilizando sólo un 53% del espacio asignado.

FECHA	DIARIO	PAGINA	ESPACIO	ESPACIO	ESPACIO POR PÁGINAS
1-mar	NACION	10	HM	150%	
1-mar	NACION	43	BN	5%	
1-mar	NACION	43	BN	5%	
1-mar	NACION	43	BN	5%	
1-mar	NACION	43	Q	25%	95%
16-mar	NACION	19	I	67%	

16-mar	NACION	19	T	33%	
16-mar	NACION	20	I	67%	
16-mar	NACION	20	T	33%	
16-mar	NACION	21	I	67%	
16-mar	NACION	21	T	33%	
16-mar	NACION	22	BN	5%	
16-mar	NACION	22	BN	5%	
16-mar	NACION	22	M	50%	
16-mar	NACION	22	O	13%	93%
31-mar	NACION	16	I	67%	
31-mar	NACION	16	O	13%	
31-mar	NACION	17	O	13%	
31-mar	NACION	18	T	33%	42%
15-abr	NACION	19	H	100%	
15-abr	NACION	20	I	67%	
15-abr	NACION	21	T	33%	67%
30-abr	NACION	16	H	100%	
30-abr	NACION	17	T	33%	
30-abr	NACION	18	T	33%	
30-abr	NACION	18	O	13%	60%
15-may	NACION	34	I	67%	
15-may	NACION	35	BN	5%	
15-may	NACION	35	BN	5%	
15-may	NACION	35	BN	5%	
15-may	NACION	35	O	13%	47%

En el caso de la sección internacional del diario La Nación, la cual dispone de 2 a 4 páginas, como resultado de los datos expuestos, se puede señalar que su situación dista mucho de la de los otros medios analizados. Esto, se ve reflejado, en primer lugar, porque las veces en las que dispone de mayor cantidad de páginas, no coinciden con ser días del fin de semana, o cercanos a éste. Por ejemplo, la ocasión en la que mayor cantidad tiene, es el martes 16 de marzo, cuando dispuso de 4 páginas. Mientras que dentro de los días que tiene menos espacio son el lunes y el sábado.

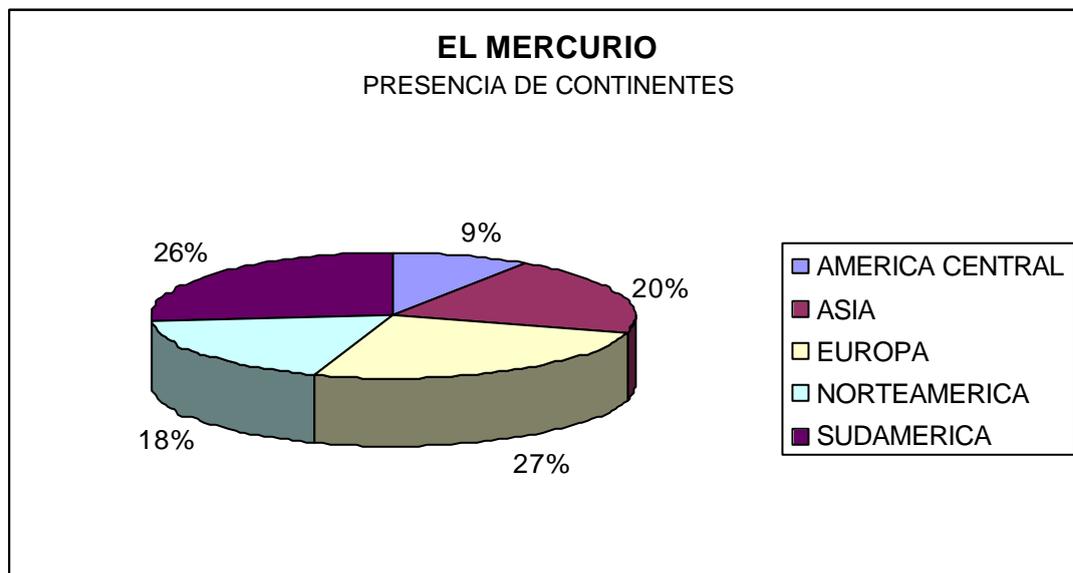
Sin embargo, con relación a la optimización que realiza, se puede señalar que en promedio, alcanza el 67%, lo cual naturalmente, también está sujeto al avisaje publicitario. En su caso, el elemento significativo se ve en el día sábado, que generalmente se supone como uno de los de mayor presencia de publicidad, donde sólo cuenta con dos páginas y publica cinco noticias, optimizando el espacio en un 47%. En tanto, el día lunes, en el cual dispone de la misma cantidad de espacio asignado, publicando a su vez, igual número de noticias, la optimización de su espacio fue de un 95%. Lo cual se debe, en este caso, a la extensión de las noticias, que el día sábado fueron mayormente “breves”.

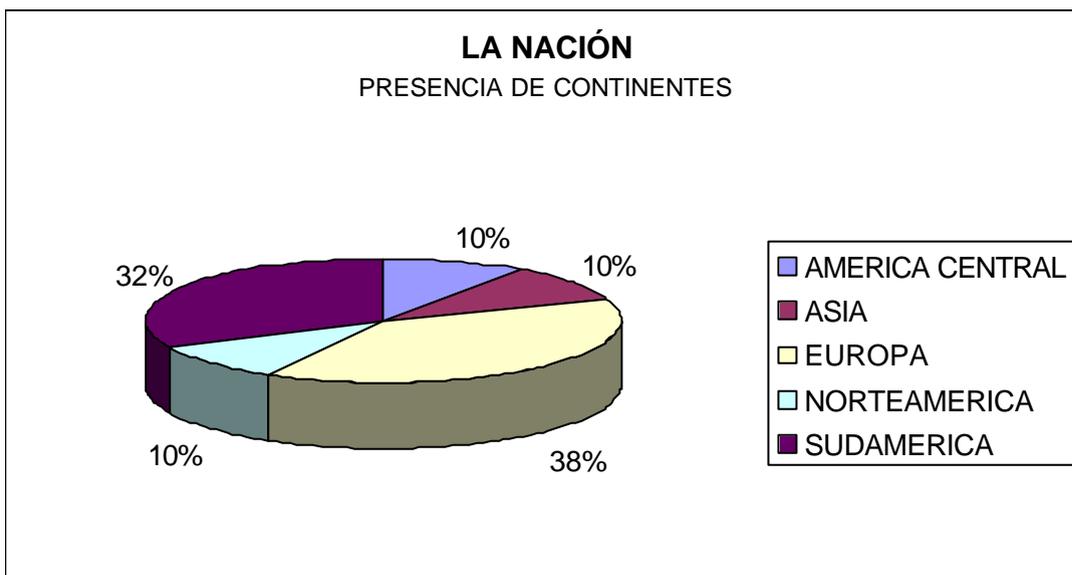
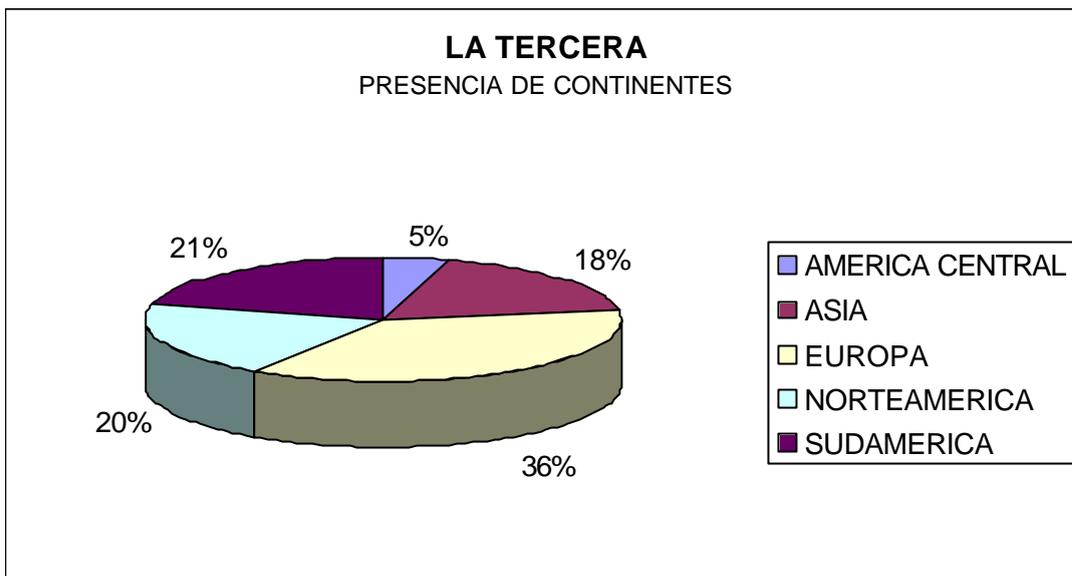
## ESPACIO POR PROCEDENCIA DE LA INFORMACIÓN

Sobre el espacio que la sección internacional, asigna al interior de las páginas de su sección, también se puede percibir aquel que se dedica por continente, y de esta forma, ver cuáles tienen mayor cobertura durante la semana analizada. A su vez, con estos datos, también se puede analizar qué países de estos continentes, son relevantes en las noticias que entrega nuestra prensa nacional, por medio de sus secciones internacionales.

La trascendencia de analizar estos datos, se debe, a que tal como hemos señalado a lo largo de esta investigación, nuestro país ha firmado numerosos tratados y acuerdos, y se encuentra realizando las negociaciones para suscribir otros. Por lo tanto, nuestra vinculación con ellas será cada vez más trascendental y es importante ver qué pasa en los medios sobre este punto.

### Presencia por Continente



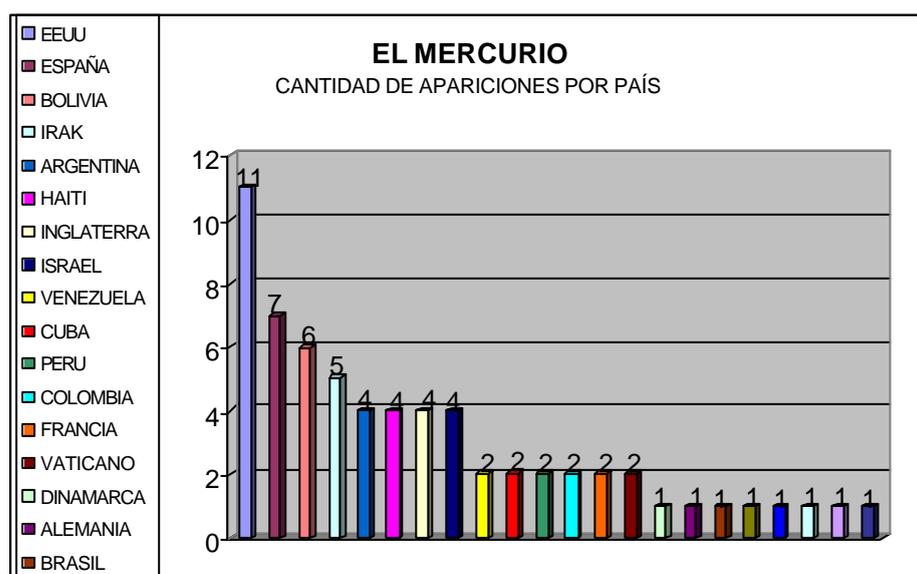
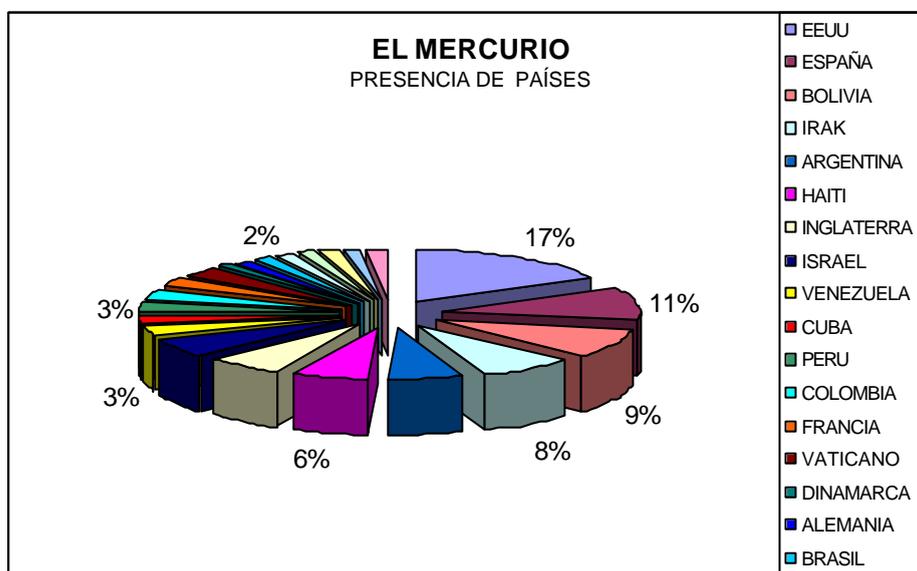


Según los gráficos expuestos, se puede observar que respecto a la cobertura por continente, no hay diferencias relevantes. Los tres medios le dan cobertura a los mismos continentes, aunque en distinto orden decreciente, por espacio asignado. Europa, lidera la lista en todos los medios, pero es mayormente cubierto por el diario La Tercera. Medio en el cual, Sudamérica, en segundo lugar, también dispone de mayor espacio con un 32%.

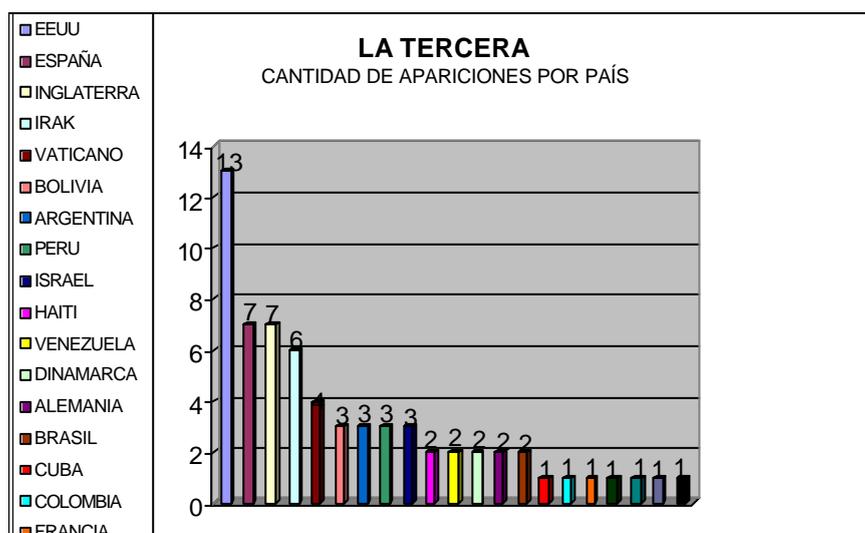
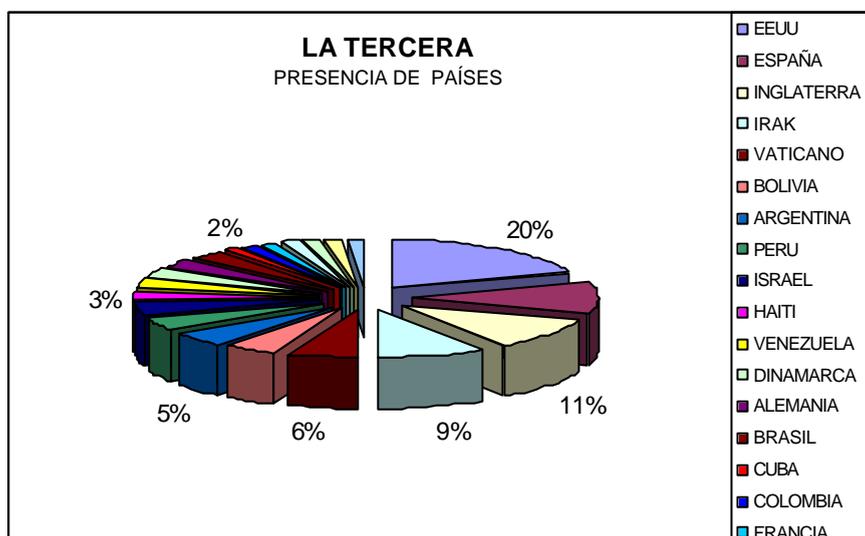
Mientras que al interior de nuestro continente, el área de América Central, es la que cuenta con menor cobertura.

Sobre el continente asiático, el elemento relevante es que la zona con mayor cobertura, como veremos en los siguientes gráficos, de forma más detallada, son los países de Medio Oriente. Lo cual resulta significativo, porque en la actualidad, nuestro país no sólo es miembro de APEC, sino que tiene firmado un Tratado con Corea del Sur, y se encuentra tramitando un próximo TLC con China. En tanto, los continentes que no aparecen son África y Oceanía.

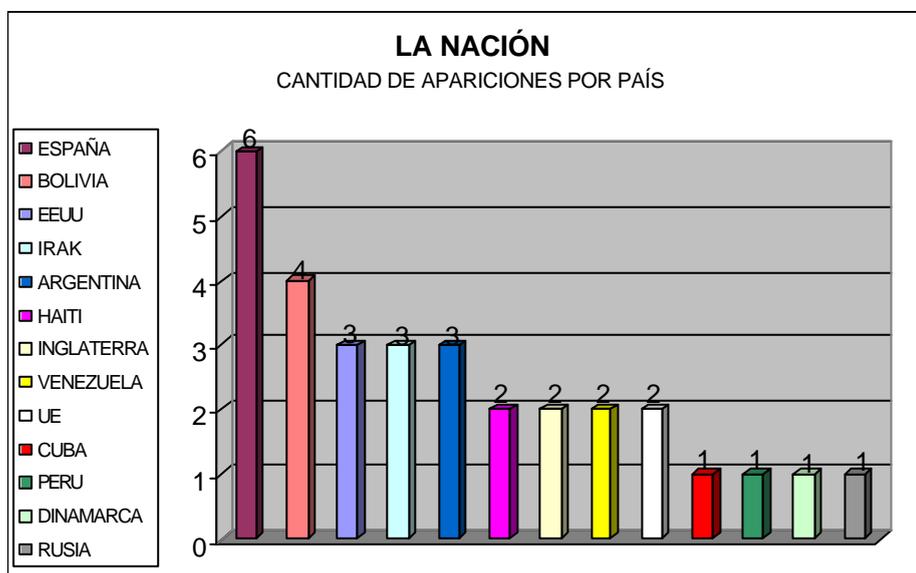
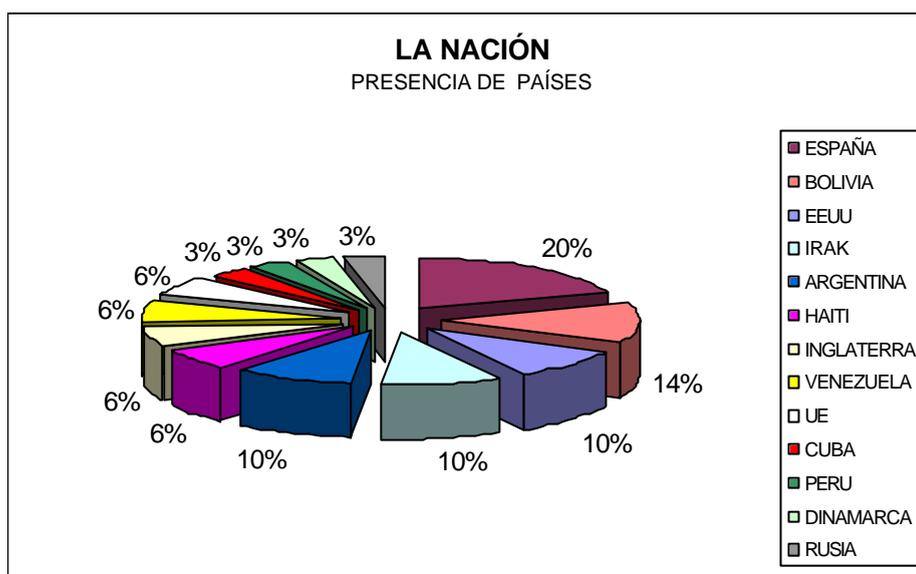
### Espacio por País



En el caso del diario El Mercurio, podemos apreciar que de su cobertura por continente, los países se desglosan dándole mayor espacio dentro de Norteamérica a Estados Unidos; en Europa a España, y en Sudamérica a Bolivia y Argentina. Todos ellos, indicadores de la coyuntura del momento en el que se realizó el análisis de contenido. Por ejemplo, en el caso de España, durante el mes de marzo, fueron los atentados en Madrid, mientras que en abril asumió el nuevo presidente. En tanto, el caso de Estados Unidos en el último semestre, en general, ha sido bastante cubierto por la prensa, debido a su permanencia en Irak posterior a la invasión, los escándalos ocasionados por las torturas en la cárcel de *Abu Ghraib*, entre otros. Por lo tanto, su mayor presencia, se debe también a dichos casos.



En La Tercera, el país más abarcado fue Estados Unidos, al igual que en El Mercurio, dentro del continente Norteamericano. En lo que respecta a Europa, también el más publicado fue España, aunque para este diario, la lista consecutiva continúa, antes de Sudamérica, con Inglaterra Irak y el Vaticano. No obstante, en nuestro continente también lideran la lista Bolivia y Argentina.

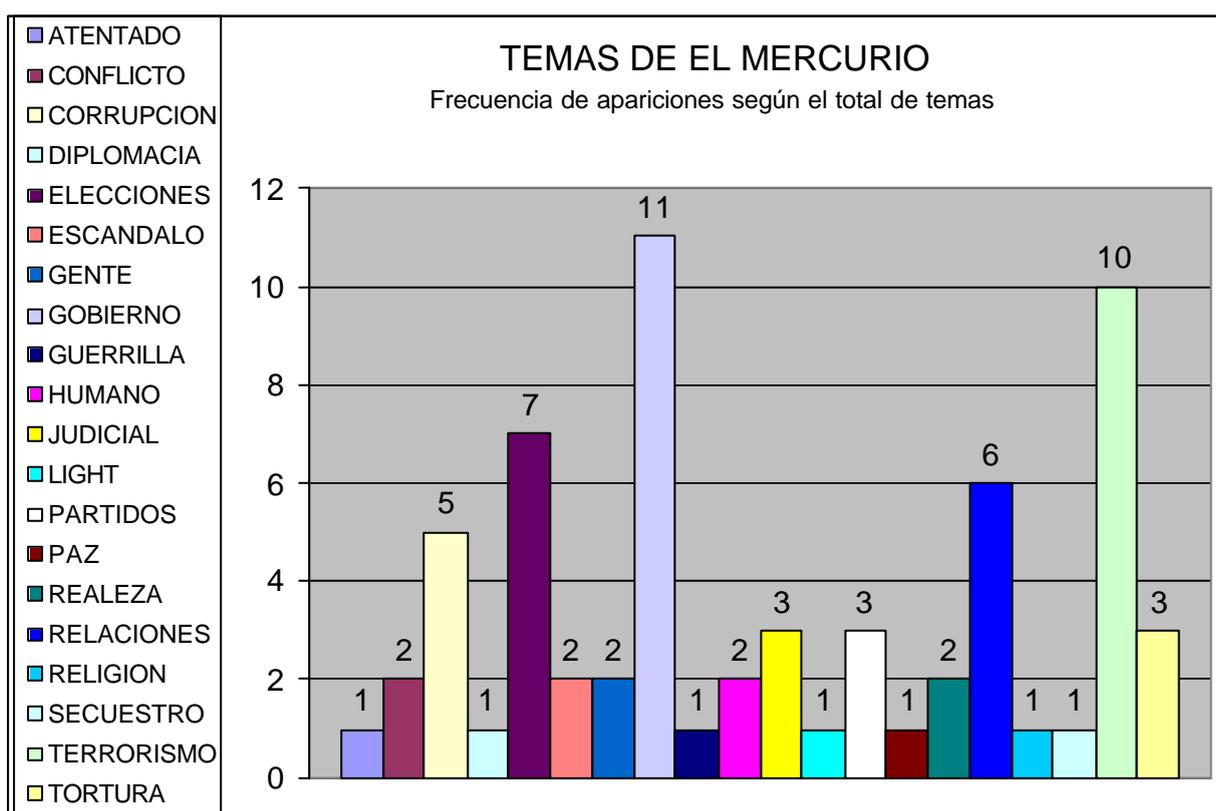


En el caso de La Nación, sus porcentajes varían notoriamente debido a que cubre una menor cantidad de países. En lo que respecta a las naciones europeas, se puede observar que España también lidera su lista, pero de ahí ésta continúa hacia Sudamérica, donde también destaca Bolivia y Argentina.

El dato diferencial, ocurre porque comparativamente, es el impreso que cubre de menor forma a Estados Unidos, sólo 3 noticias, y que le da mayor cobertura, según su espacio, a España, con un 20%.

## TEMATIZACIÓN

Los siguientes gráficos indican, del total de temas identificados en las noticias del análisis de contenido, las temáticas a las cuales los medios le dan mayor cobertura. Las cuales, reflejan el tipo de noticias más publicadas en los medios, y las tendencias básicas del contenido que estos medios entregan a la audiencia en Chile.

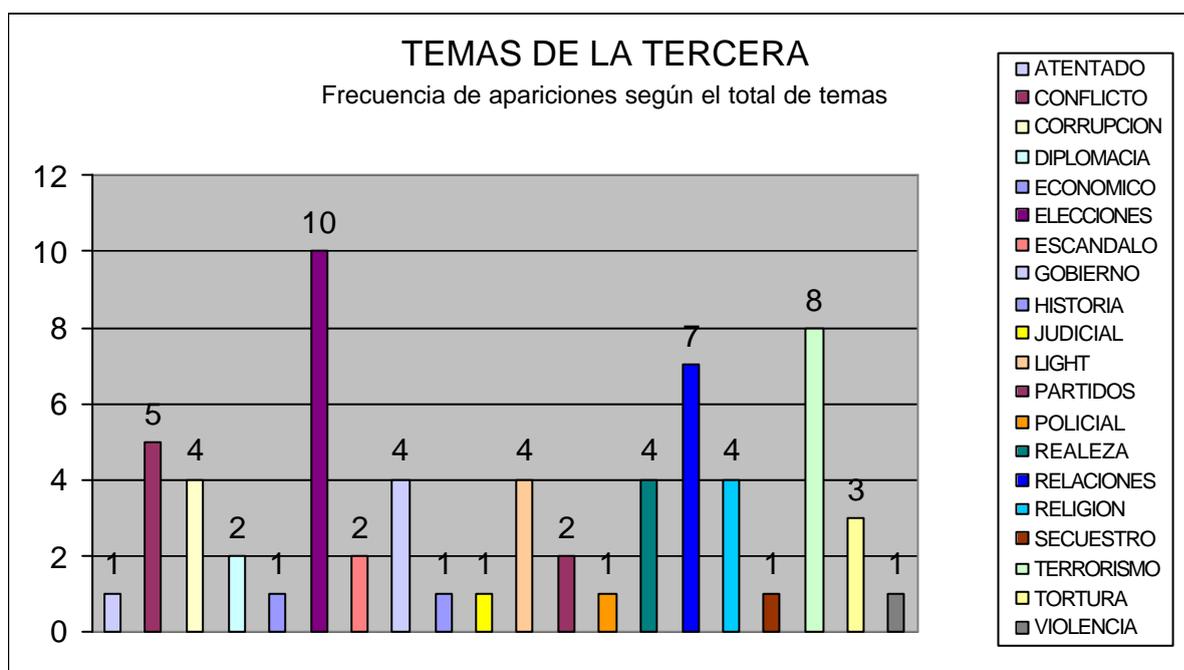


Como podemos observar, de los 19 temas establecidos, El Mercurio los abarca todos. Al que mayor cobertura le da es a Gobierno, es decir, a aquellos sucesos

noticiosos vinculados con problemas o situaciones que afectan a las esferas políticas de un país.

Asimismo, el Terrorismo, en segundo lugar, representa el otro tema más recurrente en las páginas de este impreso. Finalmente, en tercer lugar se encuentra el tema de Elecciones, es decir, aquellos sucesos vinculados a procesos de votación o sufragio de gobiernos, países, instituciones o decisiones particulares como los referéndum.

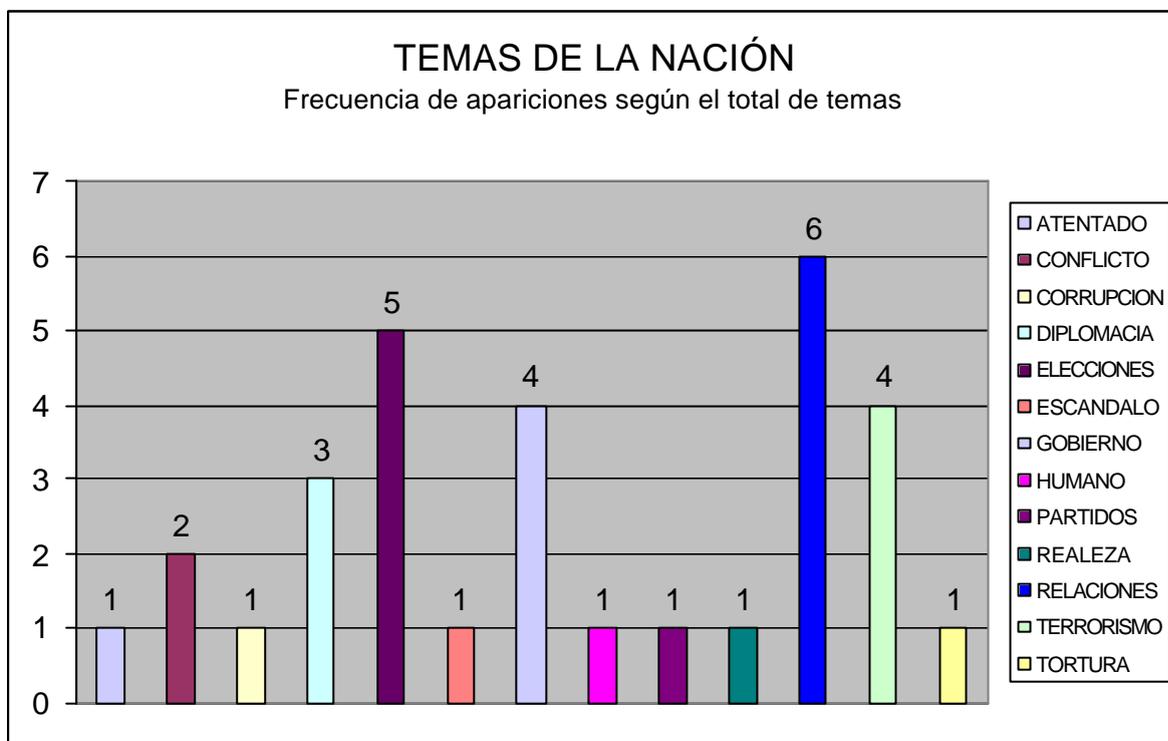
Mientras, que los menos abarcados son aquellos vinculados con atentados, diplomacia, guerrilla, light, paz, religión y secuestro. Asimismo, vale destacar que en este gráfico aparece un tema más que es Gente, el cual apareció una sola vez en la semana construida y sólo en este medio.



En el diario La Tercera, los 19 temas son abarcados, y uno más que es Historia, el cual sólo apareció en uno de los seis días analizados de este medio.

En el caso de este medio, el tema que recibe mayor cobertura es Elecciones, en segundo lugar Terrorismo y en tercero, Relaciones. Es decir, aquellas noticias vinculadas a las comunicaciones o interacciones entre gobiernos o países, tanto al interior como en sus relaciones internacionales.

A su vez, los que menos se trataron fueron aquellas noticias vinculadas a atentados, economía, judicial, policial, secuestro y violencia.



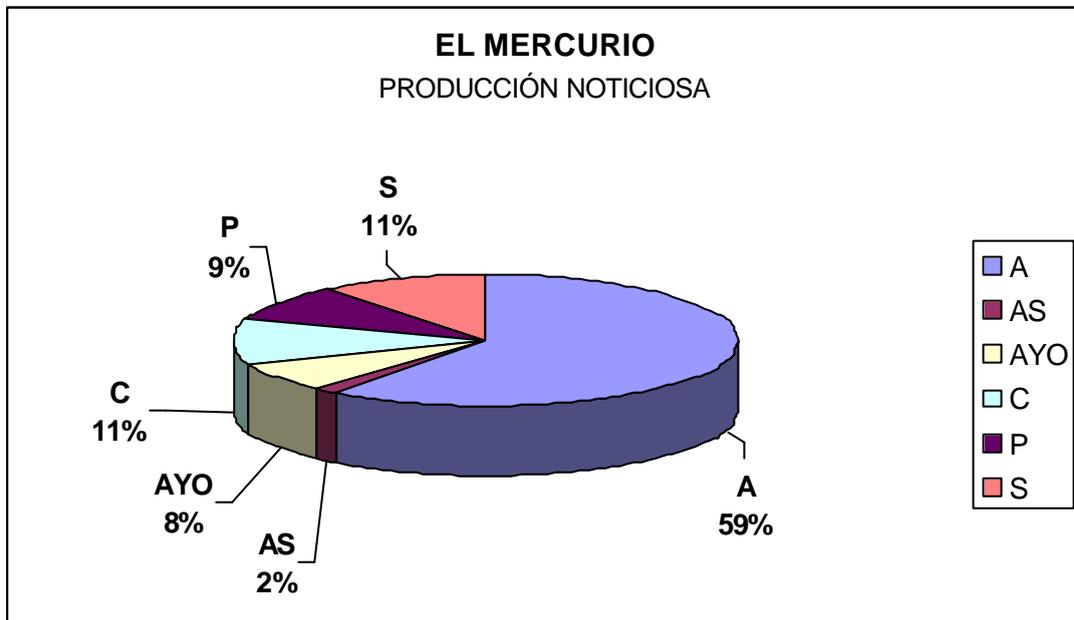
El diario La Nación, según el gráfico, es el impreso que menos temas abarca, dándole cobertura a 14 de los 19 estipulados. En tanto, el que más destaca en sus noticias es Relaciones, en primer lugar. Elecciones, en segundo lugar, también es uno de los más recurrentes. Mientras que en tercer lugar, se encuentran Gobierno y Terrorismo.

Finalmente los que menos cobertura tienen son atentados, corrupción, escándalos, humanos, partidos, realleza y tortura.

A modo de conclusión, se puede señalar, que si bien los temas no son cubiertos la misma cantidad de veces, se percibe que las secciones internacionales de estos medios coinciden en una mayor cobertura, siempre de los mismos temas; Terrorismo, Gobierno, Relaciones y Elecciones.

## PRODUCCIÓN

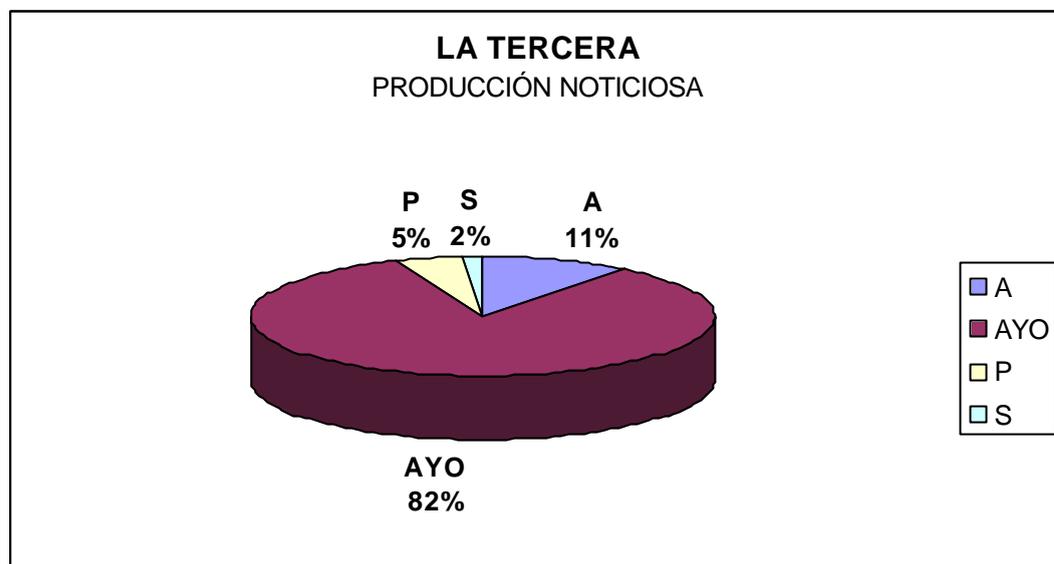
Los siguientes gráficos indican, del total de temas identificados en las noticias del análisis de contenido, la distribución que hacen los medios, dependiendo de los recursos que disponen, en la producción de las noticias. Se contemplan en este caso, producción propia (P), información obtenida por sus corresponsales stringers (C) – sólo El Mercurio dispone de este sistema – producción por información proporcionada por las agencias informativas (A), por los servicios contratados con otros medios (S), o bien por una mezcla de éstos (AYO), pero que no ha sido especificado en las noticias y que suele darse mayormente en el caso de los diarios La Tercera y La Nación.



Como podemos ver, la producción de noticias del diario El Mercurio, se realiza mayormente por agencias informativas. En lo que respecta a su producción propia, vale destacar que esta contabiliza también a la información obtenida por sus sistema de corresponsalías, por lo tanto, en este caso se puede establecer que este tipo de producción alcanza el 20%. Al igual que los corresponsales, los servicios especiales que tiene suscritos este diario, son utilizados en un 11%.

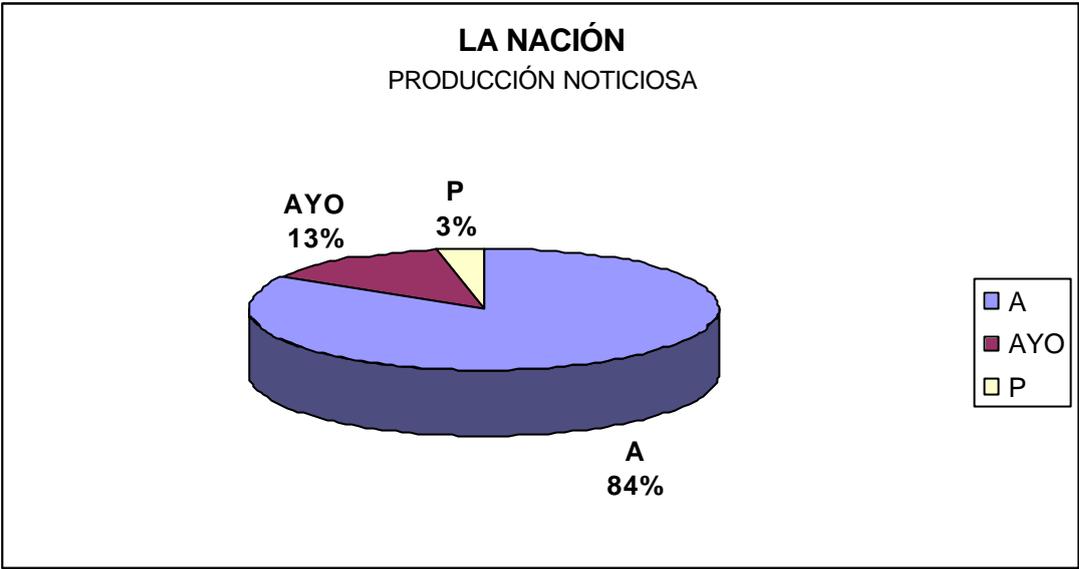
En síntesis, pese a que es el medio que dispone de mayor cantidad de recursos de donde obtener la información, prevalece en más de un 50%, el uso de las agencias de noticias.

El 2% indicado en el gráfico, bajo la codificación AS, significa Agencias y Servicios, y sólo se dio en una noticia de las 65 presentes en el análisis de contenido de El Mercurio.



Como podemos observar, en la producción de noticias del diario La Tercera, hay un altísimo porcentaje del 82%, en cual el diario no identifica de dónde se obtuvo fielmente la información, por lo tanto, se sobrentiende que ésta se adquirió por múltiples vías, es decir, tanto por agencias, como por otros recursos, tales como, internet en general, o bien en sitios web de los diarios que este medio consulta.

En el caso de la información que obtiene por medio de las agencias informativas, también es bastante alto el porcentaje, en comparación a la que se obtiene por producción propia. Mientras que los servicios con los que cuenta son usados muy escasamente.

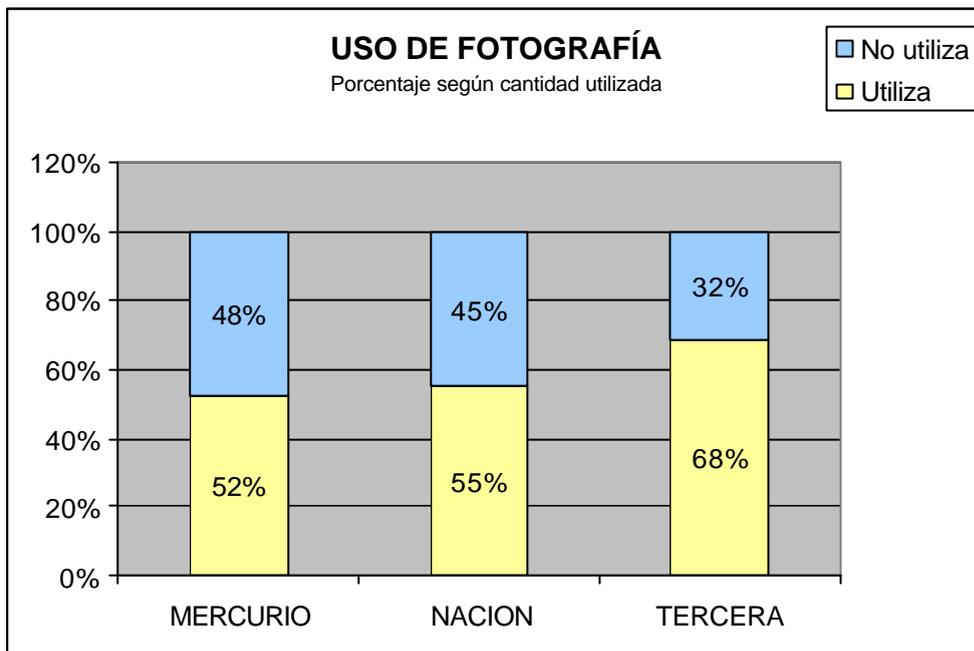


En La Nación, podemos establecer que dispone de menos cantidad de recursos para obtener noticias, ya que carece de servicios y de sistemas de corresponsalías.

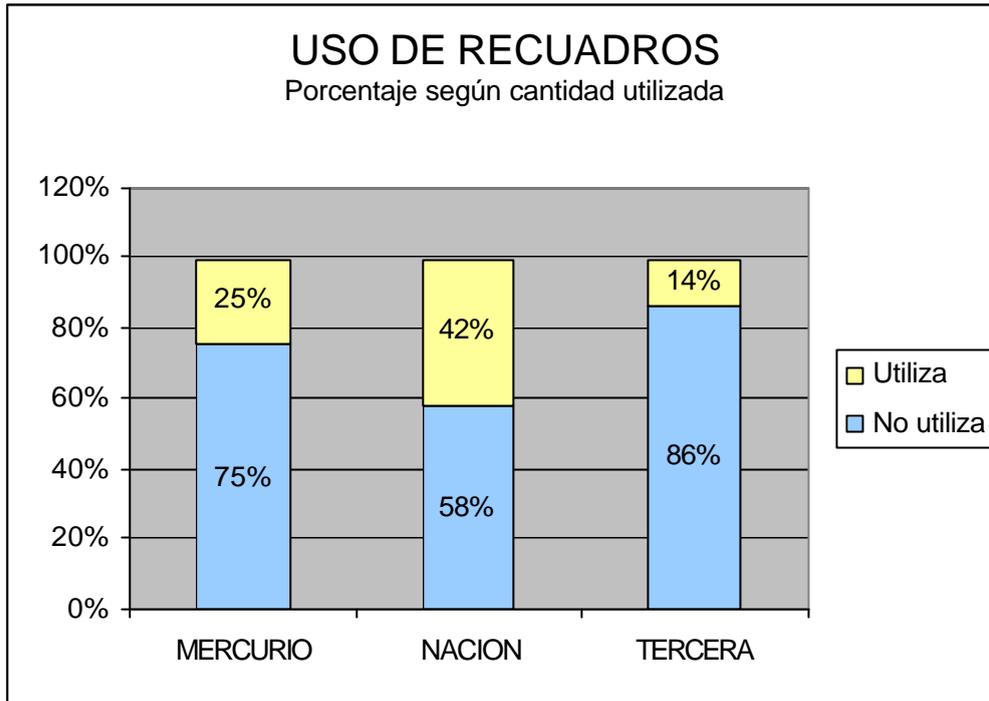
En su caso, son las agencias de noticias quienes le proporcionan, casi en su totalidad, la información de sus noticias, mientras que el porcentaje de producción propia es casi inexistente. También se puede apreciar que en el caso de información obtenida por agencias y otros es bastante significativo para este medio.

## CONTEXTUALIZACIÓN

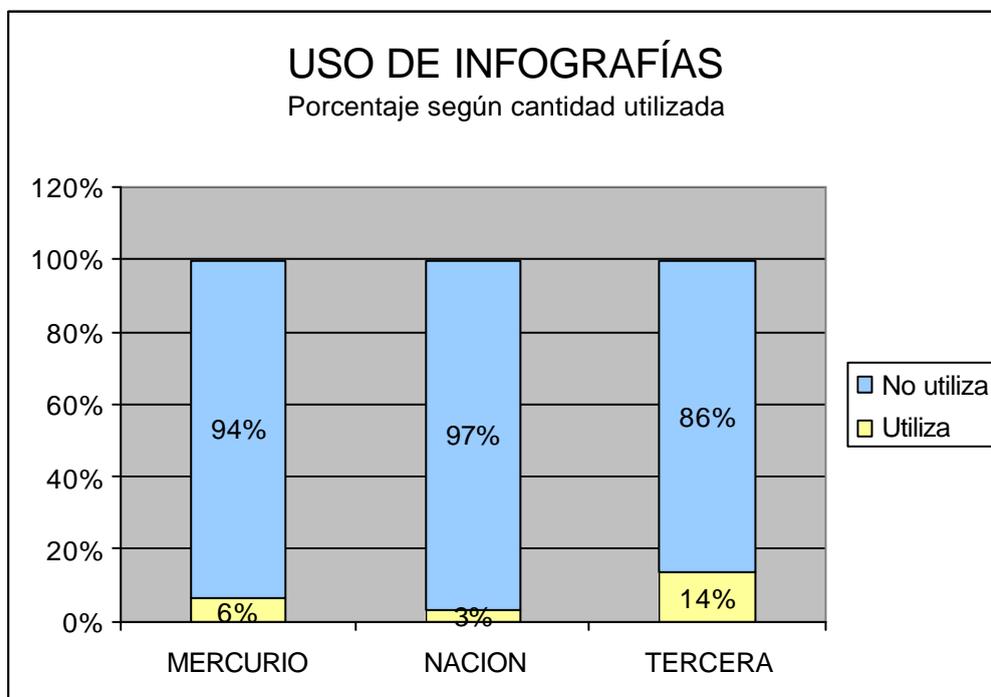
Dentro de esta categoría se contempla la utilización de fotografía, recuadros e infografías, como indicadores de que los medios dedican espacio a elementos que ayudan a contextualizar mayormente las informaciones que publican. Su importancia radica en que representan el esfuerzo que los medios hacen, para que en la audiencia haya una mayor comprensión de las noticias.



utiliza mayormente este recurso. En tanto, los diarios La Nación y El Mercurio lo hacen en menor medida, obteniendo resultados muy similares.



LOS RECUADROS, COMO OTRO INDICADOR DE CONTEXTUALIZACIÓN, ES UN RECURSO QUE EN EL CASO DEL DIARIO La Nación es altamente utilizado, en la mayoría de sus noticias, lo que lo hace destacar notoriamente, por sobre los otros medios. El diario que menos utiliza este tipo de herramientas, según los datos, es La Tercera.



Según estos resultados, podemos establecer que ninguno de los medios nacionales, utiliza de forma constante los recursos infográficos. Aunque, es el diario La Tercera el que más sobresale.

## DESARROLLO Y ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

### TABLA DE SÍNTESIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

TEMAS	LUIS ALBERTO PINO	PEDRO SCHWARZE	ROBERTO MÉNDEZ	CRISTOBAL MARÍN
<b>Sobre noticia internacional</b>	Es analítica, interpretativa y contextualizada, ante la imposibilidad de producir información nueva. Necesidad de dar un sentido a la información Desconectada de la realidad chilena. Dado la falta de tiempo están menos afectadas por las líneas editoriales. Son crisis en general. "El conflicto, es esencial" Suelen ser guerras, crisis políticas asociadas a contextos económicos complicados. La globalización ha despertado el interés masivo y la curiosidad. "Mientras más se sabe, más se exige".	Son de buena calidad y va mejorando. Se cubre mayormente EE.UU. porque es la capital del imperio. Cuando las cosas empiezan a ir mal son noticia. Cambia radicalmente después del 11S. Hoy salen casi todos los días en portada. El poco interés que se vive se origina en el carácter anecdótico que tenía la noticia internacional durante la dictadura. Todo era guerra fría y temas curiosos. Sólo en democracia se han desarrollado relaciones bilaterales que son temas para lo internacional.	"Las páginas de internacional en los diarios son como lejanas, no relacionadas con nuestra realidad, sin opiniones" "Hoy la gente no sería capaz de identificar posiciones determinadas con respecto a las noticias internacionales, porque en gran medida todavía simplemente reproducen lo que pasa afuera. Algunos medios le dan más cobertura otros menos, pero yo creo que la gente no distingue puntos de vistas, posiciones, de los medios o de los periodistas internacionales.	Poca cobertura de los problemas internacionales, económicos y políticos. Conflicto Drama Sangre Chile era mucho más cerrado, no había esta necesidad tan fuerte de hacer intercambios con el resto del mundo
<b>Sobre los medios</b>	Tiene que ver con la formación de opinión lo complementar, profundizar las informaciones de la televisión o la radio. Son pocas las informaciones duras, nuevas las que la prensa escrita puede ofrecer. "Dar una vuelta de tuerca extra con la información." "Sería una miopía pensar que un sólo medio puede abastecer la información que se requiere." Sobre la prensa escrita chilena pesan una serie de estigmas y clichés muy nefastos. "se ha hecho un importante esfuerzo por mejorar la calidad de	Los medios físicos son más amables que Internet que es más frío y rígido. Informar y profundizar Son una pérdida de plata para el diario. Le falta tener fuentes propias, corresponsales. Los medios no tienen los recursos para invertir en corresponsales y por el poco retorno monetario tampoco lo hacen. Los diarios gratuitos crean el bichito de la lectura en la población. Se les pasa la mano con la elección elitista, a veces lleva temas que no le interesan a nadie. Creen ir muy arriba en la percepción	Los medios escritos han enfrentado en Chile a una baja en los niveles de lectura, una pérdida de sintonía y un abandono de ciertos grupos como son los jóvenes y los sectores medios, que los han reemplazado por la televisión, por el Internet, y por otros medios alternativos más orientados a sus intereses. "Hay un proceso de los diarios de replantear su rol y no quedarse exclusivamente en los sectores más acomodados más cultos, o la gente más vieja." Los profundos cambios de la sociedad chilena de la última	Más influyentes que otros medios pero llegan a un universo más pequeño. Existen pocos estudios de satisfacción de lectores respecto al cuerpo internacional. "No sé cómo están tomando las decisiones como para tener la justificación de tener una cobertura internacional tan pobre..." La cobertura de la noticia internacional es poco atractiva porque el "lector es parroquial", es decir, es minimalista. Empresas que actúan conciliando sus propios intereses. Intentando

	<p>la prensa escrita chilena además de los dos principales medios de circulación nacional”  Hace falta diversidad.  No hay mercado.  Los medios tienen intereses, porque son empresas, son negocios, ganan plata y tienen que pagar sueldos.  “Hay líneas editoriales, intereses ideológicos, partidistas, pero como todo, no hay que ser incrédulo.”  “El mundo sería una lata si no hubiera oposiciones, si no hubiera apuestas y si existiera la neutralidad total.  “Es muy difícil competir internacionalmente con los grandes medios europeos que obviamente tienen muchísimos recursos, pero bueno, está también en hacer cosas”  Sobre La Tercera:  No tiene corresponsales.  Es la competencia directa de El Mercurio.  Cuenta con menos espacio por lo que lleva menos temas.</p>	<p>de su público.  Tiene muy buenas relaciones con todas las instituciones formales.  Sigue estrategia de darle tribuna a gente sin mucho peso para luego llegar a los “peces gordos” .  Se les “pasa la mano” intentando cubrir noticias para la elite.  Desaprovechan sus recursos, especialmente para la presentación gráfica de sus noticias.  “Ellos podrían ir varios pies más adelante que todos y no lo hacen”  No aprovechan a sus corresponsales para destacar elementos nuevos de las noticias.  Desaprovecha su red de stringers.  Estamos pendientes de El Mercurio.  Es nuestra competencia.  No es competencia.  No marcan la pauta.  “Su público es mínimo” .  Es un medio poco leído.  Tiene poca credibilidad y marcado por una historia.</p>	<p>década han sometido a los medios a muchos cambios, proceso al cual no se terminan de adaptarse. Ello en cuanto al rol de los medios, en cuanto a las pautas, sus contenidos, y en como enfrentan a sus públicos.  “La gente quiere más análisis, comentarios, proyecciones. Ello se logra probablemente a través de columnistas, a través de reportajes, y van a tener que incluir más opinión sino no sobrevivirán”  Alcanzar niveles óptimos, se va a solucionar, en parte con mayor información de los consumidores y probablemente también cuando las audiencias, con las nuevas tecnologías, sean más proactivas en armar sus propios medios.”</p>	<p>que el mercado siga la lógica de sus agendas políticas partidistas, con cierta óptica.  No tienen posibilidad de ver a su público, como con el <i>rating</i> televisivo. “por lo que los temas se zanja por los datos de los periodistas”.</p>
<b>Sobre el Periodista</b>	<p>Deben hacer un doble esfuerzo porque se trabaja con fuentes secundarias o terciarias “necesitas un trabajo doble de contexto”.  Necesitas interpretar la realidad.  “el tema de la objetividad pura y dura, de partida no me gusta, nunca he creído en ella, me parece un <i>bla bla</i> de los periodistas.”  Poder de abstracción y de ver los hechos como procesos.  En prensa escrita ya no puede limitarse a ser un simple</p>	<p>Con gran pasión por el tema.  La mayoría alucina con el tema.  Saber relacionar los eventos, tener visión de mundo.  Saber contar buenas historias  Ser buen lector.  Hay muchas claves de la profesión que provienen de la propia experiencia de vida.  Tener dominio de idiomas.  El periodismo no es para estudiarlo como una profesión. Es un oficio que se aprende en la práctica.  La universidad entrega buenas</p>	<p>“Las nuevas generaciones vienen mejor preparadas, pero muchos van a ser obligados a cambiar por la realidad competitiva de los medios...”  No relacionar temas internacionales con la realidad propia, sin hacer una mayor jerarquización, un mayor análisis o relación con la realidad nacional.  Hay también muy pocos columnistas, muy poca opinión y puntos de vistas. Los periodistas exitosos serán aquellos que sepan</p>	<p>Falta de capacidad analítica, de comprensión de la sociedad en que están viviendo.  Muy mala formación para interpretar datos  ahí yo creo que es un gran déficit de los periodistas chilenos, no saben leer los cambios en la sociedad global y nacional y al no saber leerlos no pueden interpretar, no pueden dar valor agregado al hecho noticioso  Un analista cotidiano con mayor entrenamiento en análisis de</p>

	<p>transmisor  “Hay un filtro, mi interés el que está determinado por mi historia, por mis gustos, por mi valores y por mis parámetros ideológicos.”  Especialización recomendada con años de experiencia en el cuerpo</p>	<p>herramientas, “pero sólo eso, depende de tus vivencias lo que hagas de ellas”.  Los post grados son herramientas, que sólo son para aquellos que tienen muy claro lo que les gusta.</p>	<p>hacer esta relación.</p>	<p>tema, conflicto, etc. Y en la base empírica de esos análisis ser capaz de leer signos.  En general la formación de los periodistas no es muy buena en Chile.</p>
<p><b>Sobre los públicos</b></p>	<p>El público que lee es minoría. Ha habido un avance significativo del consumidor de informaciones de la prensa escrita chilena más allá de cierto nivel intelectual - analistas, políticos, y académicos  Una mayor demanda de calidad se asociaría con la asignación de mayores recursos.  Es el que quiere estar un poco más informado que el público de masas o de la televisión.</p>	<p>El Mercado chileno es bien flojo de cabeza.  El lector de diarios en Chile es muy escaso.  Esta más interconectado y se ve afectado por la globalización para bien o para mal.</p>	<p>“Estudios que hemos hecho, indican que durante los noventas hubo un descenso en el interés de las personas por la noticia internacional (...) Lo que se decía es que los chilenos no estaban interesados en los temas internacionales a menos que afectara de alguna manera a Chile”.  “Yo creo que en general la gente no tiene mucha capacidad de integrar estos cambios con su propia vida, pero justamente ahí está el papel de los medios, de los periodistas de hacer fácil esos temas.”  “Decir que no hay interés no es justo, no es correcto. No es un público aislado o atontado... ese sería un diagnóstico que no toma en cuenta los aspectos más profundos”.</p>	<p>Sólo lee la elite, es decir, el 20% de los chilenos.  La gente común y corriente no lee diarios, ve televisión. En general, hay poco interés en los temas económicos, políticos e internacionales.  “El que no sabe no está informado, y ello se debe a la escasez o inexistencia de la información, o bien porque al lector simplemente no le interesa”.  La sociedad chilena, está experimentando un cambio importante en términos políticos, económicos y culturales.  La sociedad chilena ha sido más lenta de lo que debiera ser en entender las necesidades de manejar lo que está pasando en el mundo.  La cultura es el ámbito donde más se refleja la globalización.</p>

## i. NOTICIA INTERNACIONAL

“Cuando las cosas empiezan a ir mal, son noticia”. Esta definición del sub editor de La Tercera, Pedro Schwarze<sup>133</sup>, ofrece un resumen a grandes rasgos de lo que los periódicos analizados suelen incluir en sus páginas internacionales. De este modo, para los periodistas entrevistados, la noticia extranjera en Chile, se transforma en tal, cuando tiene elementos relacionados a grandes crisis, conflictos de poder y esencialmente, panoramas políticos y económicos que puedan generar impacto en la audiencia nacional. También, existe un consenso en destacar aquellas informaciones, que de una u otra manera, se relacionan con el ámbito nacional, intentando así, buscar las posibles consecuencias que los sucesos nos puedan ocasionar.

Sin embargo, el modo en que son expuestas estas informaciones, es la idea central que se debate entre expertos y periodistas. Ambas partes comparten la visión de que las noticias internacionales debieran ser acontecimientos expuestos de modo analítico, contextualizados y entregados al público con ángulos, interpretaciones y proyecciones, que entreguen conocimientos más complejos. Sin embargo, para Abraham Santibáñez<sup>134</sup>, el problema de las noticias internacionales en Chile, es justamente que como periodistas “nos limitamos a registrar cosas y no a explicarlas ni a buscar sus causas.” Sin tampoco, “establecer una relación entre los hechos noticiosos.” Las consecuencias de esta práctica se traducen para Juan Pablo Cárdenas<sup>135</sup>, en un fenómeno que responde a la lógica de “lo que no se entiende, no se oye.”

La interpretación de los sucesos, es un modo de trabajar, que en Chile se genera de forma natural, ya que la dificultad de acceder a fuentes de primer orden, - éstas son concebidas como las únicas que podrían eventualmente permitir la disposición de datos inéditos y exclusivos – obliga a los periodistas a tratar con sucesos ya manipulados, enfrentándose a la necesidad de darle un valor agregado a datos que muchas veces otras fuentes ya publicaron.

No obstante, la información extraída de las entrevistas no es suficiente como para determinar, si la necesidad de interpretación y análisis, de la cual hablan, ocurre en la práctica debido a que el tipo de información que obtienen los medios, más bien secundaria, así lo imponen. O bien, si este precepto se valora porque realmente es un

---

<sup>133</sup> Comunicación personal. SCHWARZE, Pedro, 17.06.04

<sup>134</sup> Comunicación personal. SANTIBÁÑEZ, Abraham, 26.04.04

<sup>135</sup> Comunicación personal. CÁRDENAS, Juan Pablo, 22.03.04

ideal del periodismo internacional. Lo cierto es que, más allá de este concepto, todos los entrevistados esperan más profundidad cuando de noticias internacionales se trata.

Las críticas son numerosas, la editora de la sección internacional de La Nación, María Eugenia Durán<sup>136</sup>, establece que muchas veces, las notas que lee en los medios, son poco pulcras, con errores serios y con una falta de nuevos ángulos que enriquezcan la diversidad informativa. Lo que el periodista Amaro Gómez Pablos<sup>137</sup>, diplomáticamente señala como informaciones “poco decantadas”.

Por su parte, Cristóbal Marín<sup>138</sup>, académico de la Universidad Diego Portales, menciona que la cobertura en Chile definitivamente es escasa. Valoración que según Guaraní Pereda<sup>139</sup>, se obtiene con una comprensión de la inserción de Chile en el mundo. Comenta que la falta de información puede traer graves repercusiones para el país por el amplio desconocimiento que hay sobre los sucesos en otros países que, de una manera u otra, nos afectan

Claudio Fuentes<sup>140</sup>, no sólo critica que los medios siguen esencialmente reproduciendo los acontecimientos recibidos por agencias, sino que también, paralelo a este “vicio”, el criterio de selección está supeditado a las ventas y gustos masivos que no priorizan la noticia internacional. Sobre esta idea, hay opiniones divergentes. Los analistas y expertos, e incluso algunos periodistas, tienden a señalar que las noticias internacionales son de “carácter light”, superfluas y con poco peso, sin embargo, dentro del mundo periodístico, tanto Tamara Avetikian<sup>141</sup>, editora de El Mercurio, como Cristián Bofill, director del La Tercera, destacan la importancia de “mezclar lo importante con lo interesante, y muchas veces manda lo interesante”<sup>142</sup>. Por último, la falta de contextualización, análisis y profundidad de las noticias, los periodistas la atribuyen a la falta de espacio que tienen en los medios.

Para Leonardo Miranda de La Nación<sup>143</sup>, las noticias internacionales no tienen ninguna trascendencia en las pautas nacionales, es decir, no repercuten notoriamente en el acontecer de la ciudadanía, y es por ello que no constituyen una herramienta de poder. Sin embargo, destaca que la poca trascendencia de la sección, no sólo trae consigo

---

<sup>136</sup> Comunicación personal. DURÁN, María Eugenia, 22.12.03

<sup>137</sup> Comunicación personal. GÓMEZ PABLOS, Amaro, 06.04.04

<sup>138</sup> Comunicación personal. MARÍN, Cristóbal, 22.04.04

<sup>139</sup> Comunicación personal. PEREDA, Guaraní, 27.04.04

<sup>140</sup> Comunicación personal. FUENTES, Claudio, 02.04.04

<sup>141</sup> Comunicación personal. AVETIKIAN, Tamara, 25.02.04

<sup>142</sup> Comunicación personal. BOFILL, Cristián, 29.06.04

<sup>143</sup> Comunicación personal. MIRANDA, Leonardo, 20.12.03

desventajas, ya que en conjunto con otros entrevistados, coincide al comentar que es justamente esta característica, lo que les permite escribir con más soltura y con menos presiones por parte de la mano editorial de sus superiores, quienes no están tan preocupados de la forma en la que se escribe en estas secciones.

La falta de continuidad, es otro de los factores que se perciben en las noticias internacionales. Entrevistados como Abraham Santibáñez, Guaraní Pereda y Juan Pablo Cárdenas, señalan que ésta es justamente una de las grandes debilidades de estas informaciones, que generan un interés más allá del primer impacto, dificultando la posibilidad de profundizar y tratar las noticias con una perspectiva de mayor envergadura.

En este contexto, destaca un comentario que la totalidad de los entrevistados mencionaron en algún momento, que es el aumento del interés por lo foráneo a partir de la caída de las Torres Gemelas en Nueva York. También se consideran los efectos de la globalización, la participación de Chile en el Consejo de Seguridad de la ONU, y la creciente interrelación que el país ha generado con el mundo, todos éstos, sucesos que han incentivado el consumo de noticias internacionales. Para Schwarze, es incomparable el interés que existe hoy con el de hace 5 años atrás y también le atribuye gran importancia a la apertura política que se generó con el retorno de la democracia. Bajo su perspectiva, hoy se está intentando superar “el carácter anecdótico” al que estaban sujetas las noticias extranjeras durante la dictadura militar, rasgo que según Alberto Pando<sup>144</sup>, corresponsal *freelance* de CNN en Español, “poda el interés por lo internacional”.

Hoy, Roberto Méndez<sup>145</sup>, establece que los desafíos del tratamiento del tipo de noticia analizado, es la capacidad de aterrizar los sucesos con la realidad chilena. Para él “las páginas de internacional en los diarios son como lejanas” y no logran romper la sensación de aislamiento que históricamente ha acompañado a los chilenos. Y agrega un elemento más, que a su juicio es un error que están cometiendo los medios, frente a lo cual advierte una necesidad urgente de remediarlo: “Hoy la gente no sería capaz de identificar posiciones determinadas con respecto a las noticias internacionales, porque en gran medida todavía – los medios – simplemente reproducen lo que pasa afuera. Algunos medios le dan más cobertura, otros menos, pero yo creo que la gente no distingue puntos de vistas, posiciones, de los medios o de los periodistas internacionales.”

---

<sup>144</sup> Comunicación personal. PANDO, Alberto, 15.04.04

<sup>145</sup> Comunicación personal. MÉNDEZ, Roberto, 29.04.04

Esta frase deja la sensación de un periodismo que carece de personalidad, como menciona Durán, así como también de orientación, como comenta Luis Alberto Pino. Realidad que se plantea como desafío para el tratamiento de la noticia internacional en Chile.

## **ii. FUNCIONES Y HERRAMIENTAS DE LOS MEDIOS ESCRITOS**

Sobre los medios de comunicación escritos, sus funciones y ventajas, destacan en primera instancia su rol de ser un medio que potencia la formación de opinión en el público, que dispone de más herramientas para planificar las noticias, y que a diferencia de la radio y la televisión, lo que hace es profundizar.

En la actualidad, comprendiendo que nos encontramos en una sociedad en la que han aparecido nuevos medios informativos, las funciones que la prensa ha desempeñado por siglos, son motivo de numerosos debates, tanto para periodistas, como especialistas en el tema. La idea central que se discute, es sí el objetivo de los medios escritos está más orientado a informar, o más bien a profundizar. Ya que lo que se suele decir, es que en vez de proporcionar información nueva o dura, la prensa debe apelar a entregar un producto más acabado. En palabras de Luis Alberto Pino, su labor es “dar una vuelta de tuerca extra con la información.”<sup>146</sup>

Roles, que también coinciden con su formato físico, definido como más amable, en comparación a medios como Internet, considerado muy frío y rígido. El hecho de que el diario pueda “recorrer la casa”, según Guaraní Pereda, permite repasar las noticias. A su vez, según Cristián Bofill se trata de un formato que tiene “orilla”, es decir, que selecciona aquellas noticias que son más importantes, para entregarle algo más concreto al público. El diario “Te dice -. Mira, en estas tres páginas está lo que es importante, puede ser que no esté lo que es importante pero tú lo percibes de esa forma”. Otra característica de la prensa, es que dispone de espacios más reflexivos, lo cual se vincula mayormente con la posibilidad de construir agenda, en otras palabras, de poner temas en la boca de las personas, e incluso en las pautas de otros medios, como la televisión.

Uno de los elementos más reiterado en esta recolección de información, es que si bien la prensa escrita es el medio más influyente, llega a un universo muy pequeño. Tema, que se vincula también, con el punto más trascendental que afecta la prensa, es

<sup>146</sup> Comunicación personal. PINO, Luis Alberto, 21.11.04

decir, el que dice relación con los niveles de lectura de los chilenos, y que la mayoría de los entrevistados coinciden en señalar, que se trata de un desinterés casi generalizado.

Situación que los medios escritos han debido enfrentar y que se ha traducido, según Roberto Méndez, en “una pérdida de sintonía y un abandono de ciertos grupos como son los jóvenes y los sectores medios, que los han reemplazado por la televisión, por el Internet, y por otros medios alternativos más orientados a sus intereses (...) hay un proceso de los diarios de replantear su rol y no quedarse exclusivamente en los sectores más acomodados más cultos, o la gente más vieja.”

En lo que respecta a las secciones internacionales, las dificultades a las que los periodistas se ven enfrentados, se encuentran sustentadas en 3 elementos básicos: Falta de recursos, falta de espacio y desinterés por parte de la audiencia. No obstante, una cuarta dificultad, ocasionada por la misma estructura de los medios, también se deja entrever por parte de periodistas y analistas. Ésta, dice relación con la orientación que los medios hacen de sus noticias, es decir, el público para el que creen escribir.

En materia de recursos, se señala la imposibilidad para prever los temas de la agenda diaria, debido a la diferencia de horarios entre los países, el poco espacio que los medios asignan a las noticias, la falta de fuentes propias, tales como corresponsales, y problemas de gestión de recursos, lo que hace imposible hacer seguimiento e investigaciones más profundas en temas de interés, y que según Claudio Fuentes, se traduce también en una poca profundidad de los temas.

También se indica que los periodistas de estas secciones, tienden a pensar que los leen especialistas y por tanto se restringen a escribir para ellos, según Abraham Santibáñez, “creen que porque su público es profesional son especialistas en los temas que se abordan”.

Por su parte, Amaro Gómez Pablos, señala que otra de las faltas que él ve en la prensa nacional es que “no hay intereses por crear hábitos noticiosos fuera de la gratificación de la audiencia”, es decir, que muchas veces los medios se excusan en privilegiar los gustos del público, para no ahondar en los temas de real importancia, en aquellos que sí afectan la vida de las personas. Lo que Alberto Pando, identifica como una “traición ética de optar por temas simples y fáciles”.

En tanto, sobre el desinterés de la audiencia, si bien existen estudios de satisfacción de lectores, Cristóbal Marín señala que éstos son sólo respecto del producto general que los medios entregan, sin darle énfasis a cuerpos como el internacional. “No

sé cómo están tomando las decisiones como para tener la justificación de tener una cobertura internacional tan pobre.”

La percepción de que existe una indiferencia por parte del lector, con relación a las noticias internacionales, según Santibáñez, también puede deberse a que los medios entregan demasiada información, confundiendo a la audiencia, cuando lo que deberían hacer es orientarla.

A este debate, Marín agrega, la existencia de lo que se conoce como “lector parroquial”, es decir, un público minimalista, que no dimensiona los hechos. Y señala, que la imposibilidad de ver a su público, como sí ocurre con el *rating* televisivo, conlleva a que “los temas se zanden por los datos de los periodistas”. Situación que para Pedro Schwarze, corrobora que las secciones internacionales representen “una pérdida de plata para el diario”. No obstante, no es posible dejar de lado, en este debate, a los diarios gratuitos, que desde su irrupción han constituido un anclaje para la lectura, según Pereda.

En síntesis, la problemática de los medios en Chile, que los entrevistados perciben, puede resumirse en que se trata de un sistema, en el cual no hay una preocupación por transformarse en referentes mediáticos, ni en invertir para establecer pautas de agenda internacional. Según María Eugenia Durán, “simplemente siguen pautas hechas”.

Para Guaraní Pereda, en tanto, el problema para la prensa escrita dentro de este sistema de medios, se debe a que el 70% de los chilenos se informa, a través de los noticieros televisivos, por lo que son éstos quienes “golpean y los que más inciden en la opinión pública”. Mientras que la radio ocupa el segundo lugar y los medios escritos el tercero.

En lo que respecta a los medios de comunicación extranjeros y nuestra posición respecto de ellos, la brecha es bastante amplia, comenzando por el tema de recursos, pero también por las metas que los medios se tracen. Para Durán, “se trata de medios que invierten en las secciones internacionales y en sus capacidades humanas, que llevan temas internacionales en primera plana y que se preocupan por ser referentes mediáticos.

Subrayan en este caso, a medios como New York Times, El País y la revista *The Economist*, con una mayor tendencia a entregar un producto informativo con mayor análisis.

Un tema muy importante dentro de la información recabada, es la responsabilidad que le compete a los medios, como entes sociales. Ante esto, Gómez Pablos, señala que los medios deben integrar temas, más allá de los intereses de la audiencia, y al mismo

tiempo, priorizar contenidos antes que ventas. Idea, que Alberto Pando establece como una labor de educar a los consumidores. Y que Abraham Santibáñez, resume en que “deben introducir informaciones trascendentales asumiendo incluso un menor tiraje. (...) hacer un cambio porque es necesario aunque no sea rentable en un principio”.

Muy por el contrario a estas visiones, que independiente de la trascendencia que le otorguen, sí contemplan una responsabilidad social en los medios, Andrew Radolph<sup>147</sup>, señala que el tema de la responsabilidad de la comunicación social es una tendencia perteneciente de forma exclusiva a Sudamérica, ya que en Estados Unidos, “el periodismo se basa en la búsqueda de historias y en que cualquier persona puede cumplir la función de periodista (...) más allá de la responsabilidad social, la misión fundamental es que publiquen las noticias, todas las noticias. Como estadounidense, no estoy de acuerdo con la visión que los medios tengan una responsabilidad social”.

### El Mercurio

“Es el dirigente político más importante del país junto con La Moneda (...) es el que tiene más conciencia y más certeza de la función que cumple”. En palabras de Pereda, esta es una de las descripciones más adecuadas que se puede establecer sobre El Mercurio, según la información recabada.

Si bien diversos entrevistados coinciden en señalar que es un diario que posee una tendencia política muy marcada, también concuerdan en que se trata de un medio que informa de todo, así como también, el que más recursos tiene. Pero pese a que pueda ser considerado como una potencia en distintos ámbitos, Durán señala que desaprovechan su capital humano, los espacios con los que cuentan, sus contratos y derechos de publicación de otros medios extranjeros. A lo que Schwarze, agrega que “desaprovechan sus recursos, especialmente para la presentación gráfica de sus noticias (...) ellos podrían ir varios pies más adelante que todos y no lo hacen (...) no aprovechan a sus corresponsales para destacar elementos nuevos de las noticias”.

En cuanto a las informaciones que expone, se señala que es un periódico que sabe orientar y discriminar, pero en comparación con medios extranjeros y de países no tan lejanos como Argentina y Uruguay, Pereda señala que El Mercurio cuenta con pocas noticias en el ámbito internacional.

Con relación a su público objetivo, más vinculado al grupo socioeconómico (GSE) ABC1, algunos entrevistados, como Juan Pablo Cárdenas y Schwarze, señalan que el

<sup>147</sup> Comunicación personal. RADOLPH, Andrew, 14.05.04

diario escoge noticias orientadas a grupos demasiado específicos. Por otro lado, Abraham Santibáñez, indica que los sectores donde el periódico es un referente, son aquellos vinculados con el mundo de las finanzas.

Respecto al trabajo de El Mercurio, Carlos Novoa<sup>148</sup>, desde Perú, señala que “es muy profesional e interesante y evidentemente sí he notado ese sesgo político por la derecha, muy sutil también, pero si lo he notado”. Mientras que Amaro Gómez Pablos, indica, que en el transcurso de este diario puede verse una mejoría sustancial en los últimos 4 o 5 años.

Sobre las secciones internacionales, Marín señala que es un tema internacional que no representa el fuerte de El Mercurio. “Mucha gente, de la supuesta elite, se informa por El Mercurio pero no sé si están satisfechas con esa información (...) las encuestas de El Mercurio son secretas por la baja cantidad de lectores”.

### La Nación

Sobre este diario, conocido por tener un bajo tiraje de ventas y llegar a un escaso porcentaje de la población según los resultados del AVCL del presente año, las opiniones de los entrevistados no son muy positivas.

Relatan que se trata de una sección que se sustenta en los “cables noticiosos”, aunque hacen la excepción de la edición de los fines de semana. Alberto Rojas<sup>149</sup>, por su parte, señala que no existe en términos internacionales, pero que pese a su escasez de recursos hacen un buen trabajo, “un trabajo bastante digo (....) No se puede funcionar con un equipo tan pequeño”.

No obstante, según los dos únicos periodistas que trabajan en la sección, es importante señalar que en términos de los objetivos del diario, para La Nación las secciones internacionales, no representan un tema prioritario. Ante esto, Juan Pablo Cárdenas señala que se trata de un medio que se encuentra en crisis y que no ha encontrado su destino. “Tienen recursos pero no voluntad de las ancianas autoridades, para hacer un buen diario”.

Por su parte, Santibáñez indica que en un régimen democrático no se justifica la existencia de un diario de Estado, “en ningún país democrático existe. Existe si en muchos países de dictadura o de partido único y eso a mí me da muy mala espina (...) se

---

<sup>148</sup> Comunicación personal. NOVOA, Carlos, 03.02.04. Lima, Perú.

<sup>149</sup> Comunicación personal. ROJAS, Alberto, 02.01.04

mantiene porque hay una gente que porfiadamente resiste (...) pero la plata que tiene es la plata de ser el diario oficial, pero el diario en sí no genera”.

### La Tercera

Del diario La Tercera, se puede señalar, como resultado de la información recaba, que se trata de un periódico que destaca por una alta optimización de recursos gráficos, que destaca de forma muy visible los temas por los que apuesta a publicar, lo que a juicio de Alberto Rojas, es muy hábil y le permite señalar que la sección es relativamente buena.

Luis Alberto Pino, en tanto, señala que si bien es un medio que carece de corresponsales, representa la competencia directa de El Mercurio. Aunque según, Pablo Soto<sup>150</sup>, es un medio que “da poca importancia al valor agregado que pueden hacer sus periodistas porque no se lo han planteado como una necesidad”. Mientras que sobre la orientación de sus informaciones, señala que carece de fuentes especializadas.

En síntesis, las opiniones están orientadas a que se trata de un medio que no aprovecha cabalmente los recursos de los que dispone, aunque Amaro Gómez Pablos, indica que en el último tiempo se percibe que “están aprendiendo a explotar más sus recursos”.

Por su parte, Abraham Santibáñez, indica que han logrado posicionarse como un referente en ciertas materias, especialmente en las visiones políticas, aunque no a nivel exterior. Al tiempo que, Claudio Fuentes, expone que es un medio que quiere ser diferente al Mercurio y que para ello “debiera diferenciarse con una buena página internacional y con contenidos más analíticos”.

Finalmente, sobre los desafíos que los entrevistados establecen para los medios en Chile, destacan el desarrollo de pautas propias, que se obtengan por medio de capital humano en el extranjero. Así como también la obtención de mayor prestancia mundial, que según Leonardo Miranda, se logra teniendo enviados especiales y corresponsales.

Si lo que se pretende es ser medios influyentes y referentes latinoamericanos, Bofill, expone que se debe contar con secciones internacionales sólidas y amplias. Mientras que para este objetivo, Amaro Gómez Pablos, privilegia la existencia de mejores planificaciones de trabajo, como la vinculada a la producción periodística, que permite anticiparse a las noticias.

<sup>150</sup> Comunicación personal. SOTO, Pablo, 08.04.04

Una de las labores para revertir la falta de interés de la audiencia por lo internacional, consiste según Juan Pablo Cárdenas, en abrirse hacia la información internacional sin tanto sesgo político, en tanto que para Santibáñez, esto se logra con “un buen equipo de reflexión que junto con ver algunas noticias vaya orientando al lector en lo que es realmente importante en el día a día pero también en los temas semanales”. Para Roberto Méndez, en cambio, es a través de la introducción de temas que le interesen a la gente que esto último se puede lograr. “Los medios y los periodistas deben constituir puentes entre lo que pasa y el público, la competencia los está obligando a eso”. A su juicio, “la gente quiere más análisis, comentarios, proyecciones. Ello, se logra probablemente a través de columnistas, a través de reportajes, y van a tener que incluir más opinión sino no sobrevivirán”.

A modo de conclusión, los desafíos de los medios en Chile, que Cristóbal Marín destaca, son encontrar nichos de interés en las audiencias, lo que su juicio puede revertir el círculo vicioso de los contenidos ya existentes.

### **iii. ROL DEL PERIODISTA INTERNACIONAL**

El periodista es un personaje, que tal y como se ha expuesto anteriormente, entremezcla en su labor numerosos factores que pueden provenir indistintamente de su bagaje personal, así como de las herramientas aprendidas en las universidades.

Tal como expone Luis Alberto Pino<sup>151</sup>, en su trabajo “hay, en todo momento un filtro; mi interés, el que está determinado por mi historia, por mis gustos, por mis valores y por mis parámetros ideológicos.” Alberto Pando, amplía esta visión señalando que todo aquello que diga relación con percepciones, interpretaciones y visiones, son elementos que son independientes del medio en el que trabajen.

La historia personal de los periodistas es un importante aspecto a contabilizar en el desempeño de los profesionales. Iglesias, llega incluso, a establecer que de ello depende la asignación de temas y la responsabilidad que le sea atribuida a un periodista dentro de un medio. Schwarze llega a señalar que aunque la universidad entrega buenas herramientas, sólo se trata de eso “depende de tus vivencias lo que hagas de ellas”.

Argumentos que sustentan la percepción que tienen ambos periodistas, es decir, que se trata de un oficio que se aprende en la práctica, y que dado esto, a juicio de Iglesias, falta una congruencia entre la enseñanza formal y los requerimientos del

<sup>151</sup> Comunicación personal. PINO, Luis Alberto, 11.04.04

periodista en terreno. Schwarze va más allá, indicando que periodismo no es para estudiarlo como una profesión, ya que muchas de sus claves provienen de la propia experiencia de vida. Y finalmente desde una visión más filosófica de la carrera, Andrew Radolph argumenta que bajo su visión “las exigencias universitarias son principios que no va acorde con la libertad de expresión” y que “no debiera existir restricción alguna” para querer ser periodista.

El discurso convergente de la totalidad de los entrevistados, se percibe al observar las respuestas en torno a la imagen del periodista internacional ideal. Su historia laboral se resume de la siguiente forma:

“Periodista Ideal” se despierta por las mañanas y se dirige a su lugar de trabajo con el optimismo que nace de una “indiscutible pasión por la labor informativa.”<sup>152</sup> En su medio, no es de los que espera que le asignen un tema cualquiera, sino que antes de que su editor le diga algo, ya le ha propuesto unos cuantos temas, esforzándose por “ser proactivo”<sup>153</sup> comprendiendo que esta es la única forma de reforzar la noción, intrínseca a su profesión, que le dice que “el mercado debe operar con criterio periodístico.”<sup>154</sup>

Con la noticia a cubrir determinada, “Periodista Ideal” se sienta a “narrar historias”<sup>155</sup>, Su “visión de mundo y su capacidad analítica” son las herramientas que le permiten – siempre de forma creativa y atractiva - estructurar y ordenar los contenidos, contextualizando y relacionando eventos entre sí<sup>156</sup>.

Es un “analista cotidiano con mayor entrenamiento en análisis de tema y en la base empírica de esos análisis es capaz de leer signos”<sup>157</sup> proyectándolos en todo aquello que haga. Los buenos resultados de esto, dependen en gran parte, del seguimiento constante que ha realizado del acontecer diario, lo que además habla de la noción que tiene de “que su labor no se restrinja a ser un mero transmisor de sucesos”<sup>158</sup>.

Nuestro “Ideal”, tiene integrado que su mejor desempeño, pasa por comprender la función informativa que cumplen los periodistas, preocupándose por ello, de “buscar la mayor cantidad de información posible sobre los hechos, para permitir que la audiencia tome decisiones propias”<sup>159</sup>.

---

<sup>152</sup> DURÁN, María Eugenia. Op. Cit.

<sup>153</sup> GÓMEZ PABLOS, Amaro. Op. Cit.

<sup>154</sup> PANDO, Alberto. Op. Cit.

<sup>155</sup> DURÁN, María Eugenia y SCHWARZE, Pedro. Op. Cit.

<sup>156</sup> SCHWARZE, Pedro. Op. Cit.

<sup>157</sup> MARÍN, Cristóbal. Op. Cit.

<sup>158</sup> PINO, Luis Alberto. Op. Cit. 21.11.04

<sup>159</sup> RADOLPH, Andrew. Op. Cit.

Sus compañeros de trabajo, destacan su “paciencia y dedicación”<sup>160</sup>, ya que cada vez que este periodista no puede responder con su “amplio bagaje cultural”<sup>161</sup>, vuelve a los libros sin alegato alguno, con el argumento que “los escenarios cambian muy rápido y uno debe tener la humildad para reconocer aquellas áreas que están fuera de la propia competencia”<sup>162</sup>

En sus ratos libres, busca oportunidades de perfeccionamiento, estudia constantemente y lee, de preferencia novelas y textos sobre historia universal, nacional, política, en fin, todo lo que alcance. Está preocupado de su especialización porque sabe que sin conocimientos en profundidad lo más probable es que otros profesionales puedan hacer su trabajo.

Este es un periodista de calidad que habla inglés, alemán, francés y chino, tanto en la versión cantonés como mandarín y ello “pese a los bajos sueldos que ofrecen actualmente los medio que dificultan en gran medida mejorar la calidad de los periodistas nacionales”<sup>163</sup>.

Si bien, hemos resumido las opiniones de los entrevistados, con un toque irónico, se debe destacar que este ideal de periodista también comete errores y que su naturaleza humana, así como su labor en un medio de comunicación nacional, pueden generar algunas desventajas.

Luis Alberto Pino, señala como una de ellas, la dificultad que constituye estar constantemente haciendo un doble esfuerzo porque se trabaja con fuentes secundarias o terciarias “necesitas un trabajo doble de contexto” para interpretar la realidad, sin caer en discursos ajenos.

Sin embargo, esta es una desventaja que tanto Pino como Gómez Pablos, enfrentan con cierta dicotomía. Ambos sostienen paralelamente, que precisamente una de las cualidades de los periodistas internacionales, es destacarse intelectualmente frente a los colegas de otras secciones, y al mismo tiempo es una facultad que ejercitan en esta labor interpretativa que se ven obligados a realizar por factores que consideran como limitantes.

La desventaja de no tener contacto con primeras fuentes, tiene otros factores que menciona el periodista Pablo Soto, quien señala que, en ocasiones, es el motivo por el cual los periodistas chilenos son “muy permeables a lo extranjero”. Su falta de interacción

---

<sup>160</sup> DURÁN, María Eugenia. Op. Cit.

<sup>161</sup> PEREDA, Guaraní. Op. Cit.

<sup>162</sup> MIRANDA, Leonardo. Op. Cit.

<sup>163</sup> PEREDA, Guaraní. Op. Cit.

directa con los sucesos y la necesidad de remitirse exclusivamente a noticias ya realizadas, puede muchas veces afectar su capacidad de filtrar los hechos, perdiendo parte del dominio de lo que realizan.

Las críticas a los periodistas internacionales, en general, abundan entre los colegas. Se señala que tienen una actitud complaciente<sup>164</sup>, que son superficiales y poco rigurosos, y que muchas veces, al momento de redactar las noticias, pierden la perspectiva del público, limitando la visión de los hechos<sup>165</sup>, dando por sentado, en algunas ocasiones, que el lector maneja más antecedentes de los que realmente dispone.<sup>166</sup>

Los desafíos de los periodistas chilenos, parecen ser, en boca de los entrevistados, el intento de “dejar de ser (...) pegadores de cable”<sup>167</sup>. También se menciona la importancia de que sepan manejar idiomas, ya que, si bien es un requisito para ingresar a las secciones internacionales, no siempre se cumple a la perfección.<sup>168</sup> A lo que se refiere Juan Paulo Iglesias, es que muchas veces los periodistas señalan tener conocimientos de algún idioma pero en la práctica, este dominio no es suficiente para poder desempeñarse correctamente.

La necesidad de un mayor perfeccionamiento, no sólo va de la mano con una mejora en la calidad de las informaciones, sino que constituye también una necesidad para el desarrollo de referentes periodísticos, que, por ejemplo, para Amaro Gómez Pablos son trascendentales ya que permiten vislumbrar profesionales de calidad, modos y características idóneas de llevar a cabo el trabajo.

De todos los analistas entrevistados, ninguno mencionó ventajas que consideraban de los periodistas internacionales. Les achacan una falta de capacidad analítica, una incomprensión de la sociedad que los rodea y una muy mala formación y preparación para enfrentar la carrera. “Yo creo que es un gran déficit de los periodistas chilenos. No saben leer los cambios en la sociedad global y nacional, y al no saber leerlos no pueden interpretar, no pueden dar valor agregado al hecho noticioso”<sup>169</sup>

Roberto Méndez agrega algo muy similar, al decir que los periodistas “no relacionan temas internacionales con la realidad propia” fallando, desde su punto de vista, a la misión de constituir un puente entre los sucesos y los individuos.

---

<sup>164</sup> SOTO, Pablo. Op. Cit.

<sup>165</sup> DURÁN, María Eugenia. Op. Cit.

<sup>166</sup> MIRANDA, Leonardo. Op. Cit.

<sup>167</sup> BOFILL, Cristián. Op. Cit.

<sup>168</sup> Comunicación personal. IGLESIAS, Juan Paulo, 12.12.03

<sup>169</sup> MARÍN, Cristóbal. Op. Cit.

En este contexto, la falta de preparación del periodista, es un factor mencionado de forma constante, como causa de la baja calidad del periodismo internacional chileno. Egresan periodistas “en cantidades industriales pero no cumplen con las exigencias mínimas de la profesión”.<sup>170</sup>

Falta de conocimientos de redacción, debilidad en las capacidades investigativas y carencia de una especialización que complemente los conocimientos del profesional, son algunas de las debilidades que Juan Pablo Cárdenas agrega a las deficiencias de los periodistas actuales. Concordando con la opinión de Cristóbal Marín, quien considera que en general, “la formación de los periodistas no es muy buena”, y que para incrementar su calidad, debieran tener conocimientos de otras disciplinas. Destaca, que a pesar de las numerosas escuelas de periodismo que existen en el país, sólo “hay tres escuelas que tienen más oportunidades laborales; la Católica, la Portales y la Chile”.

Por el contrario, los periodistas entrevistados que hoy trabajan en los medios analizados, tienen una visión un poco diferente. Si bien no se remiten a comentar las debilidades mencionadas anteriormente, desde la misma perspectiva, casi todos hacen alusión al tema de la especialización.

La cita de María Eugenia Durán expresa de manera sintética la opinión que otros periodistas, como Soto, Schwarze y Miranda, también comparten: “Los postgrados son importantes, pero en términos de mercado en este momento pueden significar una pérdida de dinero.” Soto explica que los riesgos están en que el intento de especialización no garantiza el acceso a una fuente laboral y tampoco se traduce necesariamente en una mayor remuneración. Estos son los motivos, por lo que Schwarze destaca que la lógica de la realización de postgrados, diplomados u otras especializaciones “son herramientas sólo son para aquellos que tienen muy claro lo que les gusta.”

#### **iv. SOBRE EL PÚBLICO EN CHILE**

Sobre las diferentes concepciones que se pueden extraer del público chileno en las entrevistas realizadas, destacan sin duda, aquellas que dicen relación con un alto desinterés por informarse.

Cuando se habla del chileno como lector, aparecen opiniones como la de Pablo Soto, quien establece que se trata de un 0,1% el tipo de personas que lee el diario todos los días. Idea que ratifica Luis Alberto Pino, indicando, que si bien ha habido un avance

<sup>170</sup> PEREDA, Guaraní. Op. Cit.

significativo del consumidor de informaciones de la prensa escrita chilena, éste aún sigue siendo considerado como minoría.

En tanto, Alberto Rojas es más drástico y señala que “el *homo chilensis vulgaris* es un tipo al cual no le interesa el tema internacional, es un tipo que no lee, que generalmente es bastante poco culto, por lo tanto, si le estás hablando de los Balcanes, el tipo a duras penas sabe dónde queda y cuáles son los antecedentes históricos de eso (...) Nosotros manejamos estadísticas escalofriantes que hablan de que un 87% de los chilenos se informan solamente por televisión”.

En términos locales, Pino señala, que la noticia internacional es poco valorada y que una mayor demanda de calidad se asocia con la asignación de mayores recursos. Por su parte, los periodistas de La Nación, indican que se trata de un público que “No se dan cuenta que el “factor proximidad” puede ser relativo” y que poseen una visión de mundo localista. Mientras que Schwarze, identifica el problema en la existencia de un mercado que es “bien flojo de cabeza” y a que el lector de diarios en Chile es muy escaso.

Según Juan Pablo Cárdenas, se trata de personas que carecen de una educación adecuada, con un déficit en formación intelectual. Lo que para Marín se debe, a que en Chile sólo lee la elite, es decir, el 20% de los chilenos, pues la gente común y corriente no lee diarios, sino que prefiere ver televisión. “En general, hay poco interés en los temas económicos, políticos e internacionales”. No obstante, rescata que la sociedad chilena, está experimentando un cambio importante en términos políticos, económicos y culturales, por lo que el futuro no es tan negativo. “Las comunicaciones y la revolución de la información, del acceso masivo al teléfono, a internet han generado otra dinámica que hace que Chile esté más conectado al mundo”.

Para Claudio Fuentes, en tanto, el problema estructural, al igual que para Marín es la educación, la cual conlleva a que los lectores tengan una baja capacidad analítica, de reacción, de comprensión y de lectura.

Pereda, quien también habla de la existencia de una mentalidad “parroquial”, señala que este es el motivo que impide que la sociedad exija información internacional. Dentro de otros factores, destaca, a su vez, la falta de una “comprensión compleja” por parte del chileno, de su entorno cotidiano, así como también, una visión egocéntrica, que tiene un fuerte factor nacionalista y que lo limita en su visión de mundo. Para lo cual, postula la necesidad de desarrollar la base cultural en los factores mencionados.

Por el contrario, al definir las características del lector de noticias, la mayoría de los periodistas coinciden en que son personas con una formación cultural más amplia, que

quieren estar un poco más informadas que el público de masas o de la televisión y que son más cultas.

Se trata de “un lector que quiere antecedentes, que le gusta saber más y que quiere conocer a los personajes e historias”, en palabras de Miranda. Y que privilegian a los medios nacionales, según Pablo Soto, porque informarse se hace más fácil y rápido. Para Marín, en tanto, se trata de “una audiencia que lee diarios sobre los cuales no hay datos de lectoría”.

## **ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS A ANALIZAR**

### **EL MERCURIO**

#### Rutina Diaria

9:00 AM Llegan dos o tres periodistas quienes están a cargo de la revisión de los cables que han llegado desde las agencias de noticias, desde las 12 de la noche, hora última en la que el periodista del turno anterior se retiró del diario.

11:30 comienza la reunión de pauta en la cual se presenta la selección de temas realizada. Se leen las informaciones y los editores toman notas.

A dicha reunión, asiste también el jefe de los corresponsales, Alberto Rojas, quien presenta una selección de los temas propuestos por sus corresponsales y de los contenidos del GDA y de los artículos a los cuales El Mercurio tiene derecho a reproducir de otros periódicos extranjeros, ya que es quien está a cargo de dichos servicios.

Una vez leídos, la editora de la sección, Tamara Avetikian y un subjefe, seleccionan y determinan los elementos a agregar y el enfoque que se le dará a las noticias.

Según Avetikian<sup>171</sup> se establecen entre 6 y 10 temas diarios, aunque de forma paralela hay periodistas que se encuentran trabajando en temas propios, por lo que se forman dos grupos de trabajo. Aquellos enfocados a las noticias efectivas diarias, obtenidas de las fuentes como agencias e internet y quienes trabajan en la producción de temas a publicar posteriormente.

04:00 PM Se informa a la editora de la sección, acerca de los espacios de los cuales dispondrán, según el avisaje publicitario del día, para la distribución de sus noticias. Por lo tanto, es aquí donde determinan la extensión de las mismas.

<sup>171</sup> AVETIKIAN, Tamara. Op. Cit.

Paralelo a la rutina diaria, existe una organización semanal que contempla una reunión de pauta más extensa los días lunes, la cual esta destinada a prever los temas de la semana, de forma tal de concretar su planificación antes del día viernes.

### Criterios y enfoques de sus noticias

La selección de noticias que se realiza previo a la reunión de pauta, se hace por zonas del mundo, sin coincidencia lógica y en tres sectores:

1. América
2. Europa que incluye Turquía, Rusia y sectores de la ex URSS.
3. Tercer Mundo, Japón, Asia, Australia y África.

Sobre la jerarquía que estos países poseen al momento de la selección, Pablo Soto<sup>172</sup> señala que tiene que ver con la prominencia que éstos tengan y su posición en el contexto internacional, es decir, con su nivel de influencia.

Avetikian agrega que se intenta equilibrar entre los sectores geográficos que el diario cubre. “Tratamos de dar noticias de América, de Europa, de Asia y de África. Obviamente en las proporciones que corresponden al hecho noticioso”. Asimismo, señala que dentro de los sectores geográficos también se intenta obtener un equilibrio, seleccionando aquello que más le interesa a los chilenos, como son “los temas del barrio y de Estados Unidos”.

Para la asignación de temas en la reunión de pauta se contempla un criterio informal dado que cada periodista tiene sectores o temas en los que se maneja más, lo cual está determinado ya sea por interés o experiencia personal.

Si bien la editora de la sección señala que no existen manuales de estilo o pautas de referencia, Luis Alberto Pino<sup>173</sup> expone que hay líneas guías o ganchos en los artículos de El Mercurio, que son principalmente políticos, aunque también se mezclan con lo económico pero en una segunda instancia.

Principalmente, los temas se enfocan desde los sistemas políticos, muy centrado a su vez, en los liderazgos tales como gobierno, gobernabilidad, presidencias y luchas de poder. El tratamiento de lo económico se abarca desde una perspectiva más amplia, centrándose más en los personajes, que en la variabilidad de las tasas de cambio,

---

<sup>172</sup> SOTO, Pablo. Op. Cit.

<sup>173</sup> PINO, Luis Alberto. Op. Cit. 21.11.03

considerados éstos, como tecnicismos muy fríos y áridos, que tienen mayor relación con la sección de economía.

Soto coincide con que es en política internacional donde está puesto el foco de atención de la sección en general, sin embargo, destaca también, los temas relacionados con conflictos en negociación internacional y con catástrofes y crímenes. Por ejemplo, “en el caso africano nosotros lo colocamos en nuestras páginas dependiendo de qué tan cruento, suena un poco fuerte decirlo, (...) pueden ser los distintos conflictos en África”.

En este último punto Avetikian reitera que dada la falta de espacio “cuando no pasa nada no hay noticia y desgraciadamente uno tiende a ver las noticias cuando hay crisis y situaciones de violencia”.

Sobre el discernimiento de si un tema lo aborda su sección, la de economía, o la de crónica política, plantea que “de un tiempo a esta parte se ha ido abriendo el tema y existen ciertas áreas, o ciertos momentos en que los temas relacionados con Chile, los pasamos a llevar nosotros”.

El criterio se determina porque un mayor número de elementos convergen hacia lo internacional, hacia los comentarios políticos, de confrontación, que tienen que ver con la diplomacia de las relaciones internacionales.

La percepción que Soto tiene acerca de los contenidos de El Mercurio, es que las páginas como resultado, tienen un 60% de información, mientras que el 40% restantes, se trata de análisis y opinión. Lo cual, expone, que va en tendencia creciente. No obstante, dentro de una misma noticia, se trata de mezclar datos duros, análisis e interpretación.

Otro elemento a considerar en la entrega informativa, según Avetikian, es la continuidad de los procesos. “Se intenta abarcar lo más ampliamente posible las cosas que son relevantes para el contexto internacional y para Chile”.

Ello, porque dice relación con la necesidad de detectar lo que es relevante por cercanía y lo que es importante a nivel global. “Lo que puede afectar al sistema como sistema y a nosotros como parte de él”.

Para determinar la legitimidad de las fuentes a utilizar durante el tratamiento de una noticia, Avetikian señala que se aplica un criterio académico básico y que cualquier periodista del diario lo maneja. “Por experiencia y por ranking internacional, tu sabes cuáles son los institutos buenos, los malos, los confiables y los no confiables. “Tú sabes que el profesor de Harvard es un instituto que sabe lo que hace y tu sabes que un profesor que trabaja en el instituto *huanchufilai* de cualquier país, no te tinca mucho”.

Indica que los tipos de fuente generalmente son analistas de peso, académicos y gente reconocida.

En cuanto a las informaciones que se utilizan de los diarios miembros del GDA, Rojas expone que se seleccionan sólo cuando aportan datos nuevos ya que a su juicio esto se traduce en la posibilidad de publicar informaciones exclusivas.

### Espacio de la sección

La sección internacional dispone usualmente de 12 a 13 columnas, lo que sumado al avisaje se traduce entre 2 o 3 páginas. No obstante, durante las épocas de mayor avisaje publicitario, es decir, entre el 25 de noviembre y el 23 de diciembre, así como la temporada de vuelta al colegio durante febrero, la sección tiene la posibilidad de aumentar su espacio a 5 o 6 páginas.

“El Mercurio como diario, por política, le da un espacio a internacional porque lo considera importante, sin embargo, no está interesado en que la sección internacional tenga un cuerpo completo (...) Entonces seguimos supeditados al avisaje (...) y así nos vamos a mantener en forma indefinida”.<sup>174</sup>

Alberto Rojas especifica que aunque la determinación del espacio de la sección internacional dice relación con los intereses de los dueños y los del público, por el momento, no hay interés por parte del directorio de El Mercurio.

Aunque este espacio puede variar si hay algún suceso noticioso importante en la agenda internacional, como ocurrió con el caso del atentado a las torres gemelas, la guerra en Irak, y la captura de Saddam Hussein. A lo que Avetikian agrega que todo depende del espacio disponible. Las noticias que se publican son las que por su contenido, prevalecen por sobre otras informaciones.

Históricamente, según Avetikian, el diario ha ido aumentando el espacio designado a las noticias internacionales. Antiguamente disponían de 9 columnas como tope, mientras que en la actualidad ese es el mínimo.

Por su parte, Soto expone que el espacio del que disponen es muy reducido pero que, sin embargo, se vislumbra un mayor interés, lo que ejemplifica señalando la existencia de especiales que su sección ha publicado, los cuales han sido financiados por publicidad que de manera exclusiva, han avisado en espacios netamente internacionales.

<sup>174</sup> ROJAS, Alberto. Op. Cit.

Pero con relación al espacio que se le asigna a cada noticia, Rojas señala que una vez que se conoce el avisaje del día, se determina la extensión de las noticias ya seleccionadas y el de las que tienen mayor prioridad.

No obstante, expone que dentro de sus anhelos se encuentra un aumento del espacio estipulado para la sección, dado que El Mercurio es un referente nacional.

Asimismo, opina que para optimizar los contenidos, la sección debería aprovechar más los recursos gráficos. “éstos no pasan sólo por mostrar dónde queda Tanzania, sino para explicar cosas, procesos. Y el diario los tiene y los utiliza poco”.

### Recursos

Servicios:

- GDA

Grupos de Diarios de América es una alianza de periódicos latino americanos exclusivamente. Las bases del contrato señalan que pueden intercambiar y compartir el material periodístico, sin costos, sin embargo esto sólo es aplicable a las informaciones generadas por los periodistas y fotógrafos contratados.

Los miembros del GDA son:

<b>Argentina</b>	La Nación
<b>Brasil</b>	Diario de Sao Paulo
	O Globo
	Zero Hora
<b>Chile</b>	El Mercurio
<b>Colombia</b>	El Tiempo
<b>Costa Rica</b>	La Nación
<b>Ecuador</b>	El Comercio
<b>Guatemala</b>	Siglo Veintiuno
<b>México</b>	El Universal
<b>Perú</b>	El Comercio
<b>Puerto Rico</b>	El Nuevo Día
<b>Uruguay</b>	El País
<b>Venezuela</b>	El Nacional

Derechos de reproducción de artículos:

- The New York Times
- Washington Post
- Los Angeles Times
- Times de Londres
- The Independent.

La publicación de estos artículos es posible en la medida que El Mercurio traduzca, edite, y cambie títulos siempre y cuando respete los contenidos originales.

Agencias de Noticias:

- AP
- Reuters
- EFE
- DPA
- ANSA
- French Presse
- Xing Hua
- NOVOSTI
- UPI
- ORBE
- The Global View Point<sup>175</sup>

Sobre los derechos exclusivos que El Mercurio posee, Soto establece que si bien son herramientas trascendentales para los contenidos del diario, pueden constituir una limitante, ya que enfrenta a la audiencia nacional a una interpretación y a una visión extranjera de los sucesos. “Yo sentiría mucho más cercanía con los temas si los estuviera escribiendo un periodista chileno, a que lo esté escribiendo fulano de tal con la firma x del Times de Londres”.

### Personal

Editor – Tamara Avetikian

<sup>175</sup> Agencia que distribuye exclusivamente entrevistas, sobre las cuales El Mercurio tiene derecho.

Trabaja desde hace 16 años en El Mercurio

Subjefe -

Jefe corresponsal – Alberto Rojas

Periodista y jefe desde hace 8 años del equipo de corresponsales de El Mercurio. Está a cargo del GDA y de los servicios en inglés, es decir, todo lo que son los derechos de los diarios extranjeros.

Su trabajo consiste en recepcionar las propuestas de los corresponsales, por medio del correo electrónico, y con la información recabada hablar con los editores para ver qué les interesa. Es decir, actúa como nexo entre ambos.

Si al editor le interesa, se define la extensión del artículo, la fecha para la cual se requiere y algunas exigencias, como por ejemplo fotografías. Una vez acordado esto, se le informa al corresponsal que está aceptada su propuesta y cuáles son las condiciones del mismo, aunque cualquier cambio se va manejando en el momento. Una vez que el artículo es enviado, Rojas es quien está a cargo de la edición periodística del mismo.

#### Periodistas

El equipo esta constituido por 10 periodistas. Los cuales en su mayoría han realizado cursos de especialización, dentro del área internacional.

8 han cursado post grados, 2 tienen diplomados y uno posee un magíster.

Tamara Avetikian, la editora de la sección señala sobre su equipo de trabajo que “todos son periodistas con experiencia (...) gente madura con mucho *training*, o sea una persona que entra a El Mercurio es una persona probada”.

Según Pino<sup>176</sup>, se trata de gente joven, de un rango de edad que oscila entre los 28 y los 35 años, que tiene una vocación por especializarse, y que “tienen más mundo, idiomas, y han viajado más”.

<sup>176</sup> PINO, Luis Alberto. Op. Cit. 11.04.04

### Sistema de Corresponsalías<sup>177</sup>

El Mercurio cuenta con un equipo de corresponsales compuesto por 18 profesionales en el extranjero. La distribución de las corresponsalías es la siguiente:

Latino América	Buenos Aires	Europa	Roma
	Sao Paulo		Madrid
	Bogotá		Barcelona
			París
EE.UU.	Miami		Bruselas
	New York (2)		Berlín
	Washington		Praga
Johannesburgo			Londres
Israel y Territorios Palestinos.			(vacante)

Los corresponsales de El Mercurio son *freelance*, es decir, no tienen un contrato formal con el diario, es decir, se les paga por nota solicitada o publicada. Según Alberto Rojas, esto se debe a un tema económico, ya que el diario cuando creó este departamento, dependiente de la sección Internacional, desde hace aproximadamente 10 años, estableció que este sería el sistema de pago.

Sistema que la corresponsal de El Mercurio en Francia, Andrea Desormeaux<sup>178</sup>, grafica señalando que es una situación económica complicada porque “no se tiene sueldo fijo, jubilación, ni Isapre, cosas que normalmente tiene un verdadero corresponsal”.

Pese a esto, tienen una relación de exclusividad con el diario, que les prohíbe trabajar para otros medios escritos chilenos. Incluyendo en éstos, a los propios medios del consorcio El Mercurio S.A., como son La Segunda y Las Últimas Noticias.

El trabajo que éstos realizan es para todas las secciones del diario, aunque se les da mayor uso en la sección internacional.

Alberto Rojas señala que el equipo está conformado por chilenos, en un 80%, lo que ha ido variando en el tiempo dándole mayor prioridad a profesionales nacionales.

---

<sup>177</sup> Para mayor información sobre los corresponsales y ver las entrevistas realizadas, ver Anexo N° 11 de los corresponsales *Stringers* de El Mercurio.

<sup>178</sup> Comunicación personal. DESORMEAUX, Andrea, Corresponsal Stringer, Francia-Bélgica, 06.04.04

“La ventaja de contar con chilenos en el equipo de corresponsales en el extranjero, no es sólo que conocen el medio para el que escriben y son más versátiles para adaptarse a eso, sino que además tienen un *know how*”. Es decir, tienen mayor vinculación con los temas nacionales y lo que le preocupa a los chilenos.

Según el criterio de selección que se utiliza para elegir a los corresponsales, Rojas señala, que en primera instancia se prioriza trabajar con profesionales que sean periodistas “porque con aquellos que no lo son, han habido malas experiencias, ya que terminan entregando *papers* más que artículos periodísticos, o columnas”.

Asimismo, expone que una de las exigencias para entablar una probable relación laboral con alguien que esté interesado en trabajar como corresponsal, es que se trate de un profesional que se dedique completamente a su trabajo con el diario, descartando por tanto, a periodistas que vayan a realizar estudios al extranjero.

Dentro de las características del equipo, destaca que la mayoría son periodistas que bordean los 35 o 38 años.

Trabajar con profesionales que físicamente no se encuentran al momento de comentar la pauta, los enfoques y la asignación de espacios de los temas, Pino señala que dado que el espacio publicitario no se maneja de forma anticipada y que está sujeto, por otro lado, a la importancia que otros temas obtengan, la extensión de los artículos de los corresponsales siempre está sujeta a cambios de último momento. “El trabajo culmina con un periodista revisando y ajustando la noticia enviada al espacio asignado. El ideal sería si se pudiese mandar el artículo devuelta y el propio periodista autor lo trabajase y cortase. A veces se hace, sin embargo, el tema de tiempo del que se dispone antes de imprimir y la dificultad de coordinación por horario hace que se opte por el sistema de hoy”

Lo cual requiere de establecer horarios, que para los corresponsales supone una rigidez que no es posible para su ritmo de trabajo. No obstante, expone que lo bueno del sistema de trabajo de los corresponsales es que están libres de enfocar el tema desde el ángulo que quieran. “A ellos sólo se les encarga el tema en general, pero la forma en que lo realicen, depende de ellos mismos”.

Por su parte, Soto señala sobre el sistema de corresponsalías de El Mercurio, que se justifica por un tema de recursos y porque el diario considera que éste se puede suplir con otros servicios.

Sin embargo, agrega que “si nosotros queremos estar en las grandes ligas, tendríamos que tener la capacidad de contar con gente fuera. Los recursos para hacerlo están, lo que no está es la decisión de hacerlo, así como tampoco, la decisión o el

convencimiento de que es necesario hacerlo”. Especifica que el convencimiento pasa por los dueños “de la gente que pone la plata (...) de los que resuelven este cuento”.

La relación laboral entre los periodistas fijos y los corresponsales de El Mercurio, según las entrevistas realizadas, es casi inexistente, ya que su comunicación con el medio, es exclusivamente a través de Alberto Rojas.

Como señala Analya Céspedes<sup>179</sup> “con la mayoría no hay realmente ningún tipo mayor de interacción”.

Incluso la relación formal de trabajo no se contempla para realizar artículos en conjunto. “Entre un corresponsal y un periodista jamás se va a hacer una sola nota. Puede pedírsele a un periodista local que haga una nota sobre un tema relacionado y a un corresponsal que haga otra complementaria, o al revés y ambas notas van una al lado de la otra”.

Por otro lado, la posibilidad de que un corresponsal envíe material en bruto para que un periodista local que está haciendo una nota lo arme acá, no se hace porque según Alberto no corresponde. “Por estilo y por ética. Dos personas no pueden tener el mismo estilo”. Puede haber un trabajo complementario entre ambos, pero hacer una fusión es complejo y no necesariamente sería exitoso, por la forma en que cada uno ve un tema y en última instancia, Rojas señala que es por respeto al trabajo de cada uno.

Si bien la lógica de tener corresponsales afuera es obtener visiones y ángulos más cercanos a los lugares donde se generan los hechos noticiosos, se dan instancias en las que periodistas locales abordan temas sobre países donde el diario ya tiene corresponsales. Según Rojas, la excepción a la norma ocurre cuando la editorial desea tener artículos con enfoques más específicos, analíticos, que contemplan entrevistas con profesionales, buscando de esta forma, una visión más global del tema.

Otra de las funciones de los corresponsales, es introducir nuevos temas en la agenda del medio, lo que según Rojas, ocurre en un 80 por ciento. “Porque de hecho esa es la apuesta. No es aceptable que los artículos sean iguales a los cables”. Dado los principios expuestos, Rojas sintetiza los factores que inciden en que un tema sea desarrollado por un corresponsal, de la siguiente forma:

- a. Cuando se puede entregar un valor agregado a un tema base.
- b. Cuando la mirada del corresponsal permita acercar al lector al tema.

---

<sup>179</sup> Comunicación personal. CÉSPEDES, Analya, Corresponsal Stringer, Washington D.C., EE.UU. 06.04.04

- c. Cuando para el diario es importante marcar presencia en un evento, como por ejemplo la boda del príncipe español.
- d. La elección está sujeta a los tiempos y a la disposición del personal de la sección, ya que los despachos de corresponsales requieren de una revisión posterior.
- e. Se prioriza costo fijo por costo variable. Es decir, un periodista contratado no constituye un gasto extra mientras que un corresponsal si. Este criterio también va sujeto al período en que se encuentren, ya que si han sobrepasado el presupuesto inevitablemente deberán tomar el tema por agencia.

Finalmente sobre el sistema de corresponsales, Rojas expone que pese a que están cubiertas las expectativas del diario, le gustaría extender la cobertura a lugares como Rusia, China y Asia en general.

Tener cierto número de corresponsales fijos con sueldo estable y subir el pago que se realiza por nota. Señala que el criterio para contratarlos como funcionarios fijos, sería su nivel de producción, trayectoria y versatilidad. Indica que en el caso de su equipo de trabajo, estos serían España, Francia, Alemania, EE.UU., Argentina y República Checa.

#### Enviados Especiales

El sistema de enviados especiales tiene un tope anual de 3 viajes, aunque en caso de que ocurran hechos importantes estos se pueden extender.

#### Público Objetivo

Según la editora de la sección el público tradicional de El Mercurio es aquel que está sumamente interesado por todo y que tiene sus ojos puestos en el exterior.

La percepción que expone Pino acerca del público de El Mercurio, es que se trata de personas que leen un poco más, poseen cultura, y son de un nivel profesional alto. Por lo que establece, que se está llegando a una elite intelectual.

Soto agrega que a este universo se encuentran todas las embajadas, profesionales jóvenes y gente que por sus profesiones estén vinculados al tema.

No obstante, según Soto, la percepción que se tiene de este público no determina las expectativas del público, sino sus opiniones sobre las noticias que ya fueron publicadas. "Por lo tanto, noticia es lo que le interesa a los periodistas".

Específicamente, señala que la responsabilidad de lo que se publica, “se reparte entre los periodistas y el editor. Eso es una realidad y no solamente en los medios chilenos, sino que en todo el mundo”.

A su juicio, el público se agota de los temas tan políticos, “tienes también que darle salida a asuntos un poco más frívolos”. A lo que agrega, que esta es la razón por la cual incorporaron a la sección, una nota llamada “Mundo Curioso”. Hay que ir matizando la pauta informativa dura con los temas más livianos.

La editora también contempla la obligación que tienen los medios de entretener al público y de “darles noticias un poquitito más *light* o menos políticas, más social en término de lo que importa a la sociedad”.

No obstante, plantea que el diario no transa su interés de dar la información que consideran relevante para la ciudadanía, esto “independientemente de que a la audiencia no le interese”.

Para Pino, ‘El Mercurio peca de ser demasiado fome y también muy complejo’ pero agrega que le consta que dentro de la empresa se han realizado iniciativas para intentar ampliar el público tradicional del diario, definiendo como nuevo público objetivo a los más jóvenes, específicamente aquellos entre 25 y 35 años así como también a los sectores sociales más emergentes realizando campañas de adhesión en comunas como La Florida. Como parte de esta campaña, Pino manifiesta que “a nosotros a cada rato nos instan a escribir notas más amenas, más relajadas, intentando desechar sencillamente el cliché, frases hechas y ese tipo de cosas de titulación *mercuriales* que te vas a dar cuenta tú de que hace un poco más de un año, una cosa así, se rediseñó Mercurio, se acabaron los títulos cuadrados”. Las razones de estas alteraciones, según el periodista, son básicamente porque el público tradicional de El Mercurio, se ha ido envejeciendo, sin la seguridad de renovación. Por otro lado, la férrea competencia de La Tercera ha obligado a este medio a poner más énfasis en nuevas posibilidades.

Con relación al público actual, Rojas está seguro de que la sección internacional del diario, “la leen con mucho interés políticos chilenos, Gobierno, economistas, académicos, embajadas y no cualquier profesional”.

Ya que el público en general “no siente que sea necesario meterse la mano en el bolsillo sacar 500 pesos y pagar por un diario. Estoy hablando del público chileno, del chileno medio, del chileno standard. El *homo chilensis vulgaris* es un tipo al cual no le interesa el tema internacional, es un tipo que no lee, que generalmente es bastante poco

culto. Por lo tanto, si le estás hablando de los Balcanes, el tipo a duras penas sabe dónde queda y cuáles son los antecedentes históricos de eso”.

Tanto Rojas como Avetikian refuerzan este punto, recordando que hasta el año 2000 circulaba junto al diario, una sección de Reportajes del Sábado, donde se daba espacio a artículos económicos e internacionales y que tenía una extensión de 8 a 12 páginas. Cuando éste desaparece por falta de auspicio el medio no fue capaz de sustentarlo y se vio en la obligación de suspenderlo.

“Ni un sólo lector llamó preguntando qué había pasado o reclamando que se continuara publicando”. Y para Rojas esto habla de que al lector medio no le interesan mayormente las noticias internacionales.

## **LA TERCERA**

### Rutina Diaria

09:45 AM Es la hora de llegada de todos los periodistas de la sección, los cuales comienzan su jornada con la revisión de las agencias de noticias, y de los diarios por Internet. Para ello, cada periodista tiene asignado ciertas áreas geográficas y fuentes de información fijas, como determinados medios extranjeros.

10:45 AM Comienza la Pre-pauta, que es la reunión entre los periodistas de la sección y su editor, en la cual se revisan y seleccionan los temas propuestos por los profesionales, para la cobertura de los artículos menores, como también tres o cuatro grandes temas que se discutirán en la reunión de pauta general.

11:00 AM Empieza la reunión de pauta general, a la cual asisten todos los editores de las distintas secciones, junto al director del diario. De los tres o cuatro temas propuestos por la sección internacional, se discute la extensión, el enfoque y profundidad de los mismos.

11:30 AM Los periodistas comienzan a trabajar con los temas que el editor les asignó a cada uno. Relativamente a la misma hora, les llega la disposición de las páginas que tendrán, según el avisaje publicitario del día.

04:00 PM Hay otra reunión de pauta, en la cual se establecen los títulos de las notas. Ésta es también la instancia de último ajuste, en la cual se pueden introducir o cambiar los temas ya previstos, en caso de que hayan llegado informaciones de último momento.

Los días viernes, la pauta general suele ser más extensa que el promedio de reuniones diarias, ya que se deben dejar asignados los temas para el fin de semana. Esto, debido a que por ejemplo en la sección internacional queda sólo un periodista a cargo del turno, el que debe estar disponible para poder trabajar en cualquier nuevo evento que ocurra y que sea necesario de incluir en la publicación.

### Criterios y enfoques de sus noticias

En cuanto a la selección de contenidos que se hace, Pedro Schwarze<sup>180</sup>, sub-editor de la sección, menciona que para el área internacional uno de los temas principales es Estados Unidos. Fundamento que se debe a que “es la capital del imperio, por lo que todo pasa por ahí, a parte de que están metidos en todos lados”.

Señala que los temas sobre Europa han disminuido en importancia y en términos mediáticos, porque al ser un continente que goza de una fuerte estabilidad política y al no generar grandes crisis, escapa del foco principal de atención que busca la prensa.

Un tema que Schwarze rescata de su sección, es que los periodistas y en general, la línea editorial, están constantemente intentando desarrollar aquellos temas que no se encuentran en la pauta común, la cual define como aquella que está marcada por los sucesos provenientes de acciones relacionadas con Estados Unidos.

Expone que en ciertas instancias han preferido escoger noticias que, más allá de su impacto político o trascendencia mundial, sean acontecimientos que “den tema de conversación para la gente común y corriente”.

Con respecto a la línea editorial, Cristián Bofill<sup>181</sup>, director del medio, señala que sí influye en la selección de temas, aunque se trata de mantener una neutralidad, “bueno hoy día no tiene mucho sentido, durante la Guerra Fría, si había más... pero hoy no tiene mucho sentido. Claro, voy a tratar mal a Bin Laden, pero quien no trata mal a Bin Laden”.

La constante cobertura de noticias de una pauta común y la imposibilidad de poder acceder a fuentes de primer orden, en las secciones internacionales, es para Juan Paulo Iglesias, la causa por la cual su departamento ha decidido abordar las noticias más importantes de otra manera. La que destaca como una búsqueda de nuevos ángulos y, que a su juicio, se obtiene con la realización de entrevistas, ubicando a periodistas de la zona donde ocurren los hechos, que les permitan un mayor entendimiento de éstos, o bien contactando a expertos en el tema a reportear.

---

<sup>180</sup> SCHWARZE, Pedro. Op. Cit.

<sup>181</sup> BOFILL, Cristián. Op. Cit.

Schwarze agrega, que dada esta situación, también se les ha hecho vital contar con periodistas que tengan más “conocimientos de mundo” y una mayor habilidad para relacionar y analizar los temas, de forma más global.

Debido a que los hechos de orden mundial pueden repercutir en Chile en distintas áreas, las noticias internacionales pueden ser abarcadas por distintas secciones. En el caso de que esto ocurra, es decir, que existan temas que por su contenido puedan ser cubiertos por otras secciones, como por ejemplo los eventos generados por el problema territorial con Bolivia - que se puede abarcar desde el ámbito nacional por Cancillería, y desde el ámbito internacional, como relaciones bilaterales de Chile en Latinoamérica – éstos los resuelve el director, en conjunto con los editores, dependiendo de los elementos centrales del suceso en cuestión y de la pauta del día de las distintas secciones.

Con respecto a la redacción de las noticias que publica La Tercera, según Iglesias, está orientada a un estilo narrativo. Con información dura, pero siempre rescatando el punto de interés y el carácter de “contar historias”.

También hay una especial consideración por la contextualización de los sucesos, sin embargo, señala que la noticia propiamente tal, es cuando se produce el suceso, por lo que inevitablemente ésta va perdiendo interés comparativamente con otras. Lo que finalmente lleva a sacrificar su espacio, en pos de informaciones nuevas.

No obstante, para Iglesias esto se subsana con la existencia de un segmento dedicado exclusivamente a los procesos, el cual se da en la primera página de la sección a la que coloquialmente llaman “portadilla”.

Según Schwarze, la importancia de la noticia central se identifica en La Tercera, por el espacio que ocupan las notas ubicadas en las dos primeras páginas, es decir, en la “portadilla”, que es la primera página con la que se abren las noticias internacionales, y en la página subsiguiente.

La “portadilla”, si bien por su espacio de contenido es más pequeña que una página en blanco, es decir, no lleva publicidad, por su ubicación y tratamiento gráfico es lo que a primera vista, suele llamar más la atención. De este modo, según Schwarze, se da por entendido que es el tema más importante.

Sin embargo “si tu ves que la portadilla va acompañada de subnotas y publicidades, mientras que la segunda página lleva un solo tema, está claro dónde está la relevancia”.

El modo en que La Tercera abarca y narra sus noticias, son justamente la clave de su nueva impronta. Para Schwarze, la elección y tratamiento de temas amenos, más

cercanos a la gente y con una apuesta de presentación más atractiva, son los elementos diferenciadores que permitirán cumplir con las nuevas aspiraciones del diario. Se trata de un tratamiento más atractivo de las noticias, a lo que agrega que “a un tema nuestro puedes entrar, o por la foto, o por el título, o por la infografía, es básicamente una apuesta de presentación”.

El estilo de los contenidos, destaca según Schwarze, porque se ha realizado un esfuerzo para desarrollar un periodismo más profundo, con más personajes y con más historias. Más allá de darle una nueva faceta al diario, son factores que permiten cumplir con el objetivo fundamental que se ha planteado La Tercera. Competir con El Mercurio.

A demás de competir con medios nacionales, otro de los objetivos es lograr ser un referente latinoamericano, ante lo cual Cristián Bofill destaca que el diario sí lo está logrado “bastante más que El Mercurio en este momento. Y yo creo que eso se lo puedes preguntar a argentinos, peruanos, bolivianos. O sea, en general, nosotros ponemos más temas en la agenda de lo que ponen otros medios en Chile”.

Razón por la que Schwarze, destaca la labor de Bofill, pues desde su llegada, señala que ha ido cambiado la herencia histórica de La Tercera, generando de esta forma una nueva orientación y asumiendo todas las “complicaciones” que de esto derivan.

Como ejemplo de esas dificultades, Schwarze menciona el cambio de enfoque que se ha realizado a nivel de todo el periódico, con relación a los contenidos, el cambio en la orientación del público objetivo, e incluso la incorporación y el papel central que se le ha dado a la gráfica, tanto en la portada, como al interior del diario.

Específicamente, en lo que respecta el área internacional, Schwarze expone que los primeros cambios significativos comenzaron con la dirección de Fernando Paulsen, ya que durante su directorio se envió, por ejemplo, al primer periodista al extranjero para cubrir un hecho noticioso.

Sin embargo, el verdadero cambio de enfoque y rescate de la noticia internacional propiamente tal, se da con la llegada de Cristián Bofill. En su opinión, ello se debe primordialmente a la trayectoria profesional de Bofill, que “incluye 16 años como periodista internacional, lo que hace que tenga un gusto particular por el tema”.

Más allá del interés personal, Bofill destaca que la sección internacional, en cuanto a las funciones que cumple, trasciende a su propio departamento, “te hace más cosmopolita, te da otra perspectiva (...)te abastece las páginas de opinión por los columnistas. Si estás trabajando los temas de delincuencia en Santiago, la sección de internacional tiene la obligación de ir a ver qué se hizo en Nueva York, qué se hizo en

Barcelona. Es una sección que al final del día no se agota a si misma sino que alimenta a otras secciones del diario muy fuertemente. Cultura, economía...todo”.

### Espacio de la Sección

La Tercera diariamente suele publicar de 3 a 5 páginas de contenidos internacionales, sin embargo, aquellos días que cuentan con más publicidad pueden subir entre 7 u 8 páginas.

La sección internacional es una de las áreas que, para Schwarze, ha sufrido más transformaciones, sobre todo desde la entrada del actual director. Entre los cambios realizados, destaca la oportunidad de tener una mayor preponderancia y de ocupar, más espacio dentro del diario, lo cual se ha realizado de forma paulatina.

A lo que Bofill agrega que la sección internacional “para nosotros es una prioridad bastante grande. Pero es complicado hacerlo ya que el espacio del diario es muy limitado. Pero la diferencia entre lo que era antes y lo que es ahora es bastante grande”.

A pesar de estos esfuerzos, tanto Schwarze como Iglesias, destacan que el escaso espacio con que cuentan para las informaciones internacionales, dificulta la posibilidad de abordar temáticas alternativas y los condiciona, la mayor parte del tiempo, a incluir sólo temas “candentes”.

### Recursos

#### a. Servicios

- Diario El País de España
- *The Guardian*, al cual tienen acceso a través de un servicio especial de la agencia DPA.

#### Agencias de Noticias:

- AP
- ANSA
- EFE
- DPA

#### Diarios que revisan en Internet

- Washington Post
- New York Times

- Times
- The Guardian
- Clarín – Argentina
- La Nación – Argentina
- Folha de Sao Paulo – Brasil

#### b. Fuentes

Además de contar con las informaciones de las agencias de noticias, La Tercera permite la búsqueda de noticias en periódicos extranjeros. Iglesias señala que de los diarios, se suelen extraer noticias con temáticas específicas, mientras que los cables informativos proveen los acontecimientos novedosos.

Juan Paulo Iglesias<sup>182</sup>, periodista de la sección, advierte que, “como diario que no pertenece a un conglomerado informativo mayor, y que no tiene prioridad frente a instancias más exclusivas, se debe apostar a generar contactos con otros periodistas del país en cuestión, o bien ingeniárselas para descubrir fuentes o nuevos ángulos” .

Según Schwarze, si La Tercera contara con los servicios de los que dispone El Mercurio, ellos los utilizarían de otra forma, es decir, más que reproducirlos los usarían para mantenerse alerta sobre los grandes temas que van en la pauta mundial. Esto sobre la base de que El Mercurio dispone un día antes de la publicación, los temas que los diarios extranjeros con los que tienen contrato, llevarán en sus impresos.

Con relación a la disponibilidad de los recursos, Bofill cuenta que han intentado contratar servicios de derechos exclusivos como los del Washington Post y El New York Times, sin embargo, esto no ha sido posible ya que éstos mantienen contratos con El Mercurio. No obstante, destaca que “la diferencia de recursos en este caso no es un factor tan determinante, o sea no estamos hablando de una guerra que uno va con un rifle y el otro con un arco y flecha. Estamos hablando de que uno va con un auto de más *cilindraje*, por lo que si el otro maneja mejor puede ganar la carrera. Esa es la verdad”.

#### Personal

##### Periodistas

La Tercera dispone en su sección internacional de 6 periodistas.

Schwarze, considera que el equipo de la sección es pequeño, pero suficiente para el trabajo que se debe realizar. Expone incluso, que dos páginas sobre el promedio de lo

<sup>182</sup> IGLESIAS, Juan Paulo. Op. Cit.

que suelen disponer, por un tema de tiempo y rendimiento, lleva al límite las capacidades prácticas de los periodistas.

Para la asignación de los temas, el editor, con la intención de que todos sus periodistas mantengan la versatilidad para analizar y desempeñarse de forma óptima en cualquier frente, evita que las temáticas recaigan siempre sobre un mismo periodista. Sin embargo, los temas que requieren por ejemplo, dominio de idiomas específicos, son asignados a quienes se manejen mayormente en éstos.

Por su parte, Iglesias no concuerda con esta visión de asignar temas sin considerar las capacidades de cada profesional. Bajo su percepción, el conocimiento especializado y la experiencia personal, deben incidir en la repartición de los temas a cubrir, dado que esto optimiza el trabajo y permite un mejor producto final.

Con relación a las herramientas personales con las cuales un periodista debe contar, Iglesias señala que la falta de idiomas es un tema significativo, lo cual ha llevado a La Tercera a considerar la suscripción de convenios con centros de estudio de idiomas para capacitar a su personal.

Bofill indica que en La Tercera existe la posibilidad de postular a becas y de enviar al personal a distintas partes del mundo para su capacitación. Ejemplo de ello es que el actual editor de la sección internacional, José Carlos Pérez tuvo durante el mes de junio de asistir en, calidad de becado, a Israel. Lo que para Bofill, es un modo de ir mejorando la calidad de sus periodistas.

Por otra parte, un tema importante que los periodistas deben considerar según Schwarze, es la redacción de las notas. El objetivo es que la audiencia al leer los artículos, pueda comprender de forma inmediata las ideas centrales, más allá del público al que estén orientado los medios.

A su vez, dado que el trabajo que realizan en las secciones internacionales se basa fundamentalmente en información obtenida por fuentes secundarias, es necesario, a su juicio, que los profesionales dispongan de una redacción que destaque por sobre el común de las notas de otras secciones, las cuales sí tienen la posibilidad de reportear y de obtener fuentes de primer orden.

#### Sistema de Corresponsalías

La Tercera no dispone de un sistema formal de corresponsales lo cual se contrarresta contactándose ocasionalmente con algún *stringer*, pero en términos del día a

día, la fórmula para obtener información se basa principalmente en una mayor utilización del teléfono.

Situación que según los periodistas de la sección, los ha llevado a optimizar mayormente los recursos de los que disponen, de forma tal, de poder suplir esta carencia.

La importancia que Iglesias le atribuye a los corresponsales, es que son éstos quienes arman las secciones internacionales en los medios extranjeros de mayor prestigio. Schwarze coincide con esto, agregando que contribuyen a darle peso e influencia a los medios, así como también, un enfoque alternativo y la publicación de información distinta a la oficial.

Desde ambas perspectivas, la inexistencia de corresponsales en el medio “le resta peso, contacto y profundidad a las noticias expuestas” cuenta Iglesias. Schwarze agrega por otro lado, que para obtener información de primeras fuentes y para ser capaces de crear pautas propias, los medios en Chile, eventualmente se darán cuenta de la necesidad de contar con corresponsales. Incluso augura, que lo más probable es que La Tercera de aquí a 5 u 8 años más, instaure un sistema de corresponsalías.

La posición de La Tercera, con relación a las corresponsalías en el contexto latinoamericano, es para Iglesias, incomparable con países como Brasil y Argentina, quienes sí pueden considerarse referentes de nuestro continente. No sólo por los recursos de los que éstos disponen, sino principalmente porque son medios que han optado por mantener secciones internacionales prestigiosas y fuertes.

Sin embargo, plantea que a futuro esta brecha puede disminuir dado los fuertes problemas económicos de dichos países.

Schwarze explica, que la inexistencia de corresponsales se debe a que las secciones internacionales son poco lucrativas, y por tanto, insignificantes para los medios en Chile. “En La Tercera no se invierte en corresponsalías porque no da plata”, ya que, a su juicio, el interés del público no está orientado hacia esas informaciones.

#### Enviados Especiales

Según la información recabada, el diario no tiene un tope estipulado para realizar viajes al exterior. Sin embargo, la misma sección no maneja los presupuestos de los que disponen para este fin. Lo cual limita una planificación interna que les permita prever la cobertura de determinados eventos.

En los últimos años, Iglesias indica que las coberturas y los enviados especiales han aumentado. Lo reconoce como ventajoso, porque permite establecer contactos y porque además, transforma al medio y a sus periodistas en primera fuente de los hechos, lo que diferencia “entre rebotar y elaborar una noticia”.

Para Bofill, los viajes especiales se han transformado en una herramienta vital para lograr transformarse en un referente a nivel latinoamericano, trae a colación que es de este modo que “ se puso en la agenda el tema del gas con Bolivia. Eso no estaba. Se fue a Bolivia, se hizo un reportaje y se contó que Chile estaba negociando con Bolivia el tema del gas (...) ese tema que puso La Tercera en la agenda, después lo han tomado todos los medios y en lo internacional ha sido un tema”.

Por otro lado, Iglesias señala que enviar periodistas al extranjero representa una posibilidad de incorporar elementos distintos al tratamiento de los sucesos, incluyendo entrevistas a personajes distintos, análisis de posturas y rescatando matices que sólo son perceptibles en el lugar de los hechos. Asimismo, ser primera fuente implica una internacionalización de los medios de comunicación chilenos como referentes de los procesos ocurridos en Latinoamérica (...).”

El sistema de enviados especiales no es exclusivo de la sección internacional, ya que los otros departamentos también pueden hacer uso de este servicio. En ocasiones, ha ocurrido que los propios periodistas de la sección internacional, viajan para cubrir temas de otras secciones como reportaje, política y espectáculos. Lo que hace que sus periodistas funcionen como “comodines”, repercutiendo en el ordenamiento interno y en la repartición del trabajo.

### Público Objetivo

Históricamente el público de La Tercera se ha identificado con la clase media y media baja. Tras la llegada del actual director del medio, se hace una nueva aproximación a la audiencia asumiendo el desafío que implica ampliar los estratos que los leen.

Hoy, según las palabras de su propio director, el público objetivo de La Tercera es “sobre todo C2. Pero con una importante penetración en el C1”.

Ello se relaciona con lo que a juicio de Bofill, es el principal desafío para La Tercera, lo cual radica en que se trata de “un diario masivo pero no de influencia y nosotros queremos obviamente conservar la masividad pero aumentar nuestra influencia (...) y eso es lo que estamos tratando de hacer (...) ser un diario transversal, con bastante público, para tener una llegada importante a las elites”.

Bofill plantea que el tema de la influencia es el objetivo clave que los medios deben perseguir en la actualidad. Lo que por otro lado, se vincula a un interés económico debido a que, tanto el público masivo como la publicidad dirigida a éste, se están yendo cada vez más hacia los espacios televisivos. Mientras que, por el contrario, la prensa escrita y su avisaje, están orientándose a un público más selecto.

Por otra parte, Schwarze destaca, que si bien ha cambiado el formato y el tratamiento de la noticia en general, La Tercera continúa dándole espacio a la entretención y la farándula, ya que “nadie vive sólo de noticias serias”.

Al igual que en las otras secciones de un medio, Bofill destaca, que internacional también está sujeta a la necesidad de mezclar temas importantes con temas más misceláneos que entretengan a la audiencia.

”También tiene que llevar lo de la Lady Di y sus amantes y sus cosas. Como también servicios, entretención y una serie de cosas más”.

En lo que respecta al conocimiento del público, Schwarze señala que no existen encuestas diarias que indiquen el comportamiento del público. Lo que existe es un *ranking* diario, que se elabora sobre la base de la cantidad de personas que leen los artículos de La Tercera en Internet.

Sin embargo, no se utiliza como una herramienta cotidiana, o como un parámetro para tomar en cuenta a la hora de seleccionar los temas y escribirlos, sino que sólo sirven como un dato.

Por otro lado, el sub-editor señala que las encuestas sobre la lectura del diario y percepción que el público tiene de éste, son muy generales, porque no hay un índice específico de seguimiento para las noticias internacionales, así como tampoco para un conocimiento más amplio de su lector y sus intereses.

Iglesias define a su público como personas con niveles culturales más altos, con mayor conocimiento e interés por los temas internacionales, en otras palabras, un público más vinculado con la elite. Schwarze, por su parte, indica que si bien se puede hablar de una elite, ésta tiene mayor preferencia por leer diarios en castellano, lo cual la lleva a preferir medios nacionales como La Tercera.

Por otro lado, Schwarze plantea que los periodistas en general, deben contemplar que cualquier persona los puede leer y por tanto, no se debe escribir para un determinado tipo de público. Razón por la que además, se ve a sí mismo como parte del público y como persona que comparte intereses con el común de la gente.

No obstante, expone que aunque es vital considerar los intereses del público, una excesiva atención puede llevar a desvirtuar la elección de noticias que realizan los diarios, transformándose en una especie de populismo periodístico, el cual debe evitarse.

Finalmente, Iglesias advierte que la falta de un periodismo especializado en nuestro país ha llevado a la audiencia chilena a recurrir a medios extranjeros para satisfacer sus necesidades.

Situación que, a su juicio, obliga a los medios nacionales a mejorar la calidad de su entrega informativa y de esta forma, poder competir en la cobertura de sucesos internacionales, por lo menos a nivel Latinoamericano. Ya que ante el período histórico por el que está pasando Chile, cada vez más se hará necesaria la existencia de información especializada, fundamentalmente para aquellas personas que invierten fuera del país.

Finalmente, Bofill coincide con otros periodistas y señala que las noticias internacionales, efectivamente, las lee un público muy reducido, lo cual se debe a que la orientación de éstas apunta hacia una audiencia más “refinada”, sin embargo, la importancia de tener este tipo de secciones, que no se traduce en un interés masivo por parte de los lectores, consiste en que se trata de “una caja de resonancia importante en la sociedad, que te ayuda a construir tu prestigio”.

## **LA NACIÓN**

### Rutina Diaria

Inicialmente se hace una selección de temas a incluir en una pre-pauta, que fijan “la ruta” de trabajo del día, sin embargo, destacan que se asume una total flexibilidad ante cualquier eventualidad.

### Criterios y enfoques de sus noticias

Los temas se escogen, en primera instancia, considerando las noticias del vecindario, es decir, los países limítrofes. En segunda, se revisan los temas de la “palestra mundial”, los que dicen relación con los que aparecen reiterados en los medios revisados.

No obstante, mencionan que la cobertura permanente, por el momento, es indiscutiblemente las temáticas relacionadas con Medio Oriente y EE.UU.

La mayoría de las veces, ambos periodistas, señalan que privilegian tratar temas específicos de un modo más extenso, antes que integrar numerosas informaciones pero de forma breve, esto, debido a la falta de espacio de la que dispone su sección. Lo que conlleva, según Leonardo Miranda<sup>183</sup>, a que las notas sean abarcadas como procesos más que como una simple entrega de datos duros.

Consideran que “cubrir varias noticias dentro de un marco más general, permite a través de una perspectiva más amplia, optimizar el espacio”.

### Espacio de la sección

Normalmente disponen de tres páginas, lo cual está sujeto a disminución, dependiendo de si en otras secciones surgen temas más importantes a juicio de los editores. Los fines de semana, al igual que los otros medios disponen de una mayor extensión del espacio designado.

A juicio de los entrevistados, la falta de espacio para la sección internacional se debe por un lado, a que La Nación ha optado por orientarse mayormente a temas de política nacional, y a que la sección internacionales percibida “como un comodín, porque no brinda noticias fuertes”.

Ambos entrevistados comentan que la sección internacional de La Nación cobra relevancia según los hechos, pero por otro lado, como ventaja de la poca prioridad que el medio le otorga a este departamento, mencionan la libertad con que pueden asumir y desempeñar su trabajo. “Darse el lujo” de seleccionar temas que quizás no estén en agenda pero que responden a su interés personal.

### Recursos

#### Fuentes

Agencias de Noticias

Diarios en Internet, a los cuales acceden informalmente.

Contactos personales con periodistas de otros países.

<sup>183</sup> MIRANDA, Leonardo. Op. Cit.

## Personal

### Periodistas

Son dos periodistas los que trabajan en la sección internacional. Siendo María Eugenia Durán<sup>184</sup> quien asume el cargo de editora de la sección.

Esporádicamente cuentan con un colaborador, o bien con la ayuda de otras secciones.

Contar exclusivamente con dos profesionales para la cobertura de lo internacional, señalan que los obliga a mantenerse en un constante proceso de aprendizaje, de investigación y de dominio de mayor cantidad de temas.

Por otro lado, la relación laboral entre ambos no guarda ningún carácter jerárquico, ya que por tiempo y capacidad ambos deben cumplir tanto las tareas de editores como de redactores.

Ambos periodistas destacan las posibilidades que les ha dado el medio para participar en cursos ofrecidos por embajadas, institutos de idiomas, e incluso el financiamiento de cursos en otros países con el objeto de comprender mayormente los temas con los que trabajan.

Comentan que dado el contexto mundial actual y la mayor necesidad por información especializada, las instancias de formación postuniversitarias son claves para el desarrollo profesional. Aunque destacan que tanto los diplomados como los cursos no se traducen necesariamente en mejores sueldos.

### Sistema de Corresponsalías

No tiene. Sin embargo, valoran que la existencia de este equipo, sería ideal para el diario, ya que por un tema ético consideran que los “cables” debieran ser el agregado de la noticia y no la fuente misma. Ante lo cual, complementan esta ausencia con contactos personales que ellos mismos han generado en el extranjero.

### Enviados Especiales

Su única posibilidad ha sido ir a Bolivia. Decisión que se tomó considerando la relevancia que esto tenía para Chile y los bajos costos que suponía cubrir la noticia en aquel país.

<sup>184</sup> DURÁN, María Eugenia. Op. Cit.

### Público Objetivo

Exponen que el tipo de lector para el que escriben, es aquel que quiere saber algo más de lo que muestran en televisión.

Un lector que quiere antecedentes, que tiene interés por la historia y por conocer a los personajes en profundidad.

Los entrevistados señalan que, en primer lugar, se encuentran sus colegas como lectores de la sección, pero que también tienen llegada a profesionales en general y analistas.

## CONCLUSIONES

Falta de espacio, de recursos y desinterés por las noticias internacionales, son los tres elementos en los que se puede sintetizar la problemática de los departamentos de noticias de los medios analizados.

Factores que se entremezclan y que conllevan a otras dificultades, a las cuales se deben enfrentar los medios y sus periodistas. Sobre el desinterés de la audiencia, los profesionales expresan que es uno de los motivos por los que las noticias internacionales no representan una herramienta de poder, y por tanto, no resultan áreas atractivas para los dueños de los medios, en las cuales invertir. Sin embargo, esto resulta contradictorio, ya que según los especialistas entrevistados, son los profesionales quienes no se interesan en conocer más a sus públicos, o en generar hábitos de lectura que reviertan los bajos niveles percibidos.

En este último punto, se encuentra un elemento relevante que se sustenta con uno de los principales errores que destacan dentro del análisis de contenido, y que es la poca contextualización que realizan los medios al momento de publicar las noticias. Ya que tal como se mostró en los gráficos que indican los elementos que pueden ayudar en este ideal, tales como fotografías, recuadros e infografías, éstos son usados de forma muy escasa en los impresos.

A lo largo de esta investigación pudimos constatar también, que según los entrevistados, los medios en los que trabajan, desean asumir posiciones más destacadas, ser referentes latinoamericanos, pero carecen de las herramientas para ello y tampoco contemplan un sacrificio de su parte. En Chile, se continúa privilegiando las ventas por sobre los contenidos. Y al mismo tiempo, las ventas, por sobre la audiencia.

Esto último, se ve reflejado en la falta de capital humano periodístico, estable en el extranjero, es decir, de corresponsales. Lo cual, según los mismos periodistas entrevistados, se traduciría en la creación de agendas propias y en la posibilidad de marcar la pauta. En otras palabras, en poner temas en la boca de las personas, sin seguir los patrones expuestos por las agencias de noticias y otros medios internacionales, de mayor presencia.

Sin duda, elementos que dan cuenta que en Chile los medios se conforman con privilegiar costos fijos por costos variables, es decir, no están dispuestos a invertir en aquello que no les de resultados a corto plazo, aunque esto se perfila como la solución para muchos de los problemas que los afectan.

En lo que respecta a los espacios de los que disponen los departamentos internacionales, para la publicación de sus noticias, se puede señalar que son muy estrechos, variando entre dos y seis páginas, lo que sumado a los descuentos publicitarios, obliga a los periodistas a sacar muchos temas “en pauta”, les impide profundizar las noticias, y a descartar la posibilidad de colocar mayores elementos que permitan contextualizar las informaciones.

Sobre la producción de la noticia, los periodistas señalan que las agencias ya no imperan al interior de los departamentos internacionales, ya que en la actualidad, sólo se ocupan como referentes informativos y que la presencia de otro tipo de fuentes, como internet y corresponsales stringers – sólo en el caso de El Mercurio – les permite acceder a mayor cantidad de información. No obstante, los datos arrojados del análisis de contenido, permiten establecer que en la práctica este discurso no se cumple, ya que en un alto porcentaje, superior al 50% en El Mercurio y al 80% en La Tercera y La Nación, los medios continúan reproduciendo los cables informativos y restringiendo su trabajo, exclusivamente a reinterpretarlos, incluso sin incorporar elementos anexos que acerquen las noticias a la cotidianidad chilena.

Mientras que las noticias que son resultado de una producción propia, llegan al 20% en El Mercurio, y escasamente a un 5% en La Tercera y 3% en La Nación. La producción como se pudo establecer, es altamente sustentada en las informaciones que publican los cables noticiosos. Sin embargo, se trata de reinterpretaciones, ya que estas informaciones han sido seleccionadas y expuestas de determinada forma, previamente por las agencias de noticias. Es decir, nuestros periodistas no tienen acceso a fuentes de primer orden, sino que trabajan con información de “segunda mano”.

Con relación a los temas presentes en las pautas de nuestros medios, podemos concluir que los tres tienen una alta tendencia a hablar sobre las mismas temáticas; terrorismo, gobiernos, relaciones entre los países y elecciones, es decir, generan una visión aparente del mundo, y sobre lo que pasa fuera de nuestras fronteras, como si ésta fuera la única realidad. Resultados que también dan cuenta de la falta de diversidad de medios, así como también de fuentes noticiosas que le permitan a la audiencia informarse sobre otros hechos.

Esta misma situación se percibe también en el espacio que se asigna a cada continente y país al interior de éstos, pues en los resultados de la cobertura que cada medio otorga a nivel mundial, nos parece inadmisibles que cuando aparecen noticias sobre continentes como Asia; Corea del Sur, India y China, éstos dos últimos, países con los

que Chile está negociando Tratados de Libre Comercio, no tengan ninguna cobertura. Los chilenos deben saber desde ya, las realidades y procesos por los que pasan esas naciones, sus concepciones democráticas, sus modos de vida y creemos que en la práctica esto no ocurre.

Tomando en cuenta los planteamientos de los analistas entrevistados, quienes exponen que nuestros medios tienden a publicar sólo aquellas informaciones que representan crisis, o que rompen con la lógica de lo cotidiano, consideran que es parte de la labor de estos profesionales, ser capaces de prever los hechos y sus repercusiones de los mismos.

Otro tema importante a considerar, con respecto a los recursos, es el que dice relación con la investigación de los públicos, ya que según los entrevistados especialistas en esta área, los diarios sí disponen de medios para realizar estudios en profundidad, que le permitan al periodista conocer los intereses de sus lectores, no obstante, son los profesionales quienes no manifiestan un interés por ello.

Sobre el rol educativo, que se le tiende a atribuir a la prensa, creemos que se sustenta en la concepción de que a través de las informaciones que como periodistas entregamos, la forma en que las redactamos y los ángulos que en ellas exponemos, sí se pueden considerar como construcciones de la realidad, ya que se entregan conocimientos nuevos a la sociedad. Y por tanto, desempeñamos un papel determinante dentro de la ciudadanía y en las decisiones que ésta toma. Porque, si bien no le decimos a la gente qué pensar, sí le indicamos sobre qué temas hacerlo, por lo tanto, nuestro rol es fundamental y debemos asumirlo con responsabilidad. Parte de ello, es ser más rigurosos en nuestra entrega informativa.

## PROYECCIONES

Dentro de las proyecciones que se pueden establecer sobre los medios de comunicación, consideramos que destaca la generación de un mayor interés por parte de la audiencia, como una de las labores fundamentales a las que los periodistas deben abocarse, si desean que su trabajo sea mayormente valorado y leído. No obstante, se debe comprender para ello, la valoración que la ciudadanía le otorga al acontecer cotidiano internacional, ya que ésta está determinada por la forma en que los medios le interpretan los sucesos.

Finalmente, otro elemento importante dentro del desarrollo de esta tesis, que dada su magnitud amerita de una investigación ulterior más acuciosa, es el que dice relación con el trabajo que realiza la Asociación de Verificación de Lectorías y Circulación ( AVCL), ya que además de representar un intento por parte de los medios en transparentar los datos sobre ventas y lectura, refleja un mayor interés por compartir los conocimientos que se obtengan sobre los públicos y deja abierta la posibilidad de ampliar el espectro de la información que se puede obtener.

La mayoría de las problemáticas presentes en la prensa nacional, son reversibles si se realiza un trabajo riguroso en ello, pero que sobretodo, contemple a la audiencia. Aquel actor, que la mayoría de las veces se les olvida, pero que es fundamental para la existencia de los medios de comunicación y por tanto, para nuestra profesión. La existencia, por tanto, de una mayor rigurosidad en el trabajo que los periodistas realizan, mayor capacidad de análisis, contextualización y profundización de las informaciones, son en definitiva, las herramientas para acercar los acontecimientos extranjeros a la realidad nacional, de forma de generar un mayor interés por parte de ésta.

Asimismo, también consideramos que sería pertinente realizar estudios sobre las rutinas periodísticas de los medios chilenos que permitan dar a conocer cómo se estructuran las informaciones en los periódicos de nuestro país, ya que si bien existe una amplia variedad de estudios sobre esta materia, son a nivel internacional y no localizados en la realidad de Chile.

## BIBLIOGRAFÍA

?? ARAUJO MEDINA, Cremilda.

“El rol del periodista”

Editores Asociados CIA. LTDA. Quito, Ecuador. 1980.

?? BELINCHE, Marcelo y MICELI, Walter

“Los procesos de edición periodística en los medios gráficos. El caso de El Clarín”.

Ediciones Periodismo y Comunicaciones. Buenos Aires, Argentina. 2002.

?? CEBRIÁN, Juan Luís

“Cartas a un joven Periodista”

Editorial Planeta. Barcelona, España. 1997

?? CHAPARRO, Matías

“Conocer a las Audiencias: La investigación del consumo de medios de comunicación en Chile”.

Ediciones Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile. 2003

?? DESANTES Guanter, José María

“El Futuro de los profesionales de la información”

Ed. Universidad San Sebastián. Concepción; Chile. 1992.

?? DÍAZ RANGEL, Eleazar

“La información internacional en América Latina”

Monte Ávila Editores. Caracas, Venezuela. 1991.

?? FISHMAN, Mark

“La Fabricación de la Noticia”

Ediciones Tres Tiempos. Buenos Aires, Argentina. 1983.

?? FONTCUBERTA, Mar de

“Estructura de la Noticia Periodística”

Ediciones ATE. Barcelona, España. 1980.

“La Noticia: Pistas para percibir el mundo”

Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona, España. 1993

?? GARCÍA CANCLINI, Néstor

“La Globalización Imaginada”

Editorial Paidós. Barcelona, España. 1999

?? HACHTEN, William

“El cambio en los medios y la confrontación ideológica: El Prisma Mundial de las Noticias”

Iowa State University Press Ames. Iowa, EE.UU. 1981

?? HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar;

“La Metodología de la Investigación”

Ed. Mac Graw Hill, 2ª Edición. México. 2000.

?? HESTER, Albert L. y WAI LAN J. To

“Manual para periodistas del Tercer Mundo”

Ed. Trillas. DF, México. 1988

?? HOPENHAYN, Martín

“Educación, Comunicación y Cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana”.

Series Informes y Estudios Especiales. Santiago, Chile. Enero 2003.

?? LALINDE POSADA, Ana María

“La Noticia: Construcción de la realidad en Industrias Culturales, Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana”

Editorial Opción. México. 1992.

?? LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos

“Manual de Periodismo”

Editorial Grijalbo, DF, México. 1986

?? LÓPEZ, Manuel

“Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación”

Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona, España. 1995.

?? LOZANO BARTOLOZZI Pedro.

“El Ecosistema Informativo”

Ed. Universidad de Navarra. Pamplona, España. 1974.

?? MARTÍN SERRANO, Manuel

“El Uso de la Comunicación Social por los Españoles”

Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España. 1982.

?? MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

“Curso General de Redacción Periodística”

Edición Revisada

Editorial Paraninfo. Madrid, España. 1993.

?? MARTÍNEZ DE SOUSA, José

“Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo”

Editorial Paraninfo. Madrid, España. 1992

?? MARTINI, Stella

“Periodismo, Noticia y Noticiabilidad”

Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia. 2000

?? QUEZADA, Maribel

“El mensaje medio a medio”

Editorial Universitaria S.A. Santiago, Chile. 1992.

?? RANDALL, David

“El Periodista Universal”

Siglo XXI de España Editores S.A. Londres, Inglaterra. 1999.

?? RIVERS, William y SCHRAMM, Wilbur

“Responsabilidad y Comunicación de Masas”

Editorial Troquel S.A. Buenos Aires, Argentina. 1983

?? RIVIÈRE, Margarita.

“El Periodista”

Ediciones Grijalbo S.A. Barcelona, España. 1994.

?? RODRIGO ALSINA, Miquel

“La Construcción de la Noticia”

Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1989.

?? ROMANO, Vicente

“Introducción al Periodismo: Información y conciencia”

Editorial TEIDE. Barcelona, España. 1984

?? SALAZAR PALACIO, Hernando

“Las agencias de noticias en América Latina, Estructura y funcionamiento”

Editorial Trillas. DF, México. 1990.

?? SANABRIA, Francisco

“Información Audiovisual: Teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva”.

Bosch Casa Editorial S.A. Barcelona, España. 1994

?? SANTIBÁÑEZ, Abraham

“Introducción al Periodismo”

Editorial Los Andes. Santiago, Chile. 1994.

?? SINCLAIR, John

“Televisión: Comunicación global y regionalización”.

Editorial Gedisa. Barcelona, España. 2000

?? STEVENSON, Robert y LEWIS SHAW, Donald.

“Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial”

Editorial Mitre. España, 1985.

?? TUCHMAN, Gaye

“La Producción de la Noticia: Estudio sobre construcción de la realidad”

Ediciones Gustavo Gili S.A., Barcelona, España. 1983

?? WIMMER, Roger y DOMINICK, Joseph

“Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación”

Internacional Thompson Editores, Traducción impresa en México 2001

?? WOLF, Mauro

“La Investigación de la Comunicación de Masas. Críticas y Perspectivas”

Editorial Paidós. México, 1991

“Los Efectos Sociales de los Media”

Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona, España. 1992.

## **ESTUDIOS**

?? CEPAL

“Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Globalización y Desarrollo”

Período de sesiones 29, Brasilia, 6-10 mayo 2002.

?? UNESCO

“Foreign news in the media – International reporting in 29 countries. International association for mass communication research, Estudio para. Francia, 1985.

“Comisión Internacional para el estudio de los Problemas de la Comunicación”

Nº 8. 26 de noviembre 1976.

## **SEMINARIOS Y TESIS**

?? Tesis

“La imagen de Chile en la prensa europea: 1991-1993”.

1995. Profesor Guía Horacio Brum.

AZÓCAR, Andrés.

?? Seminario de Título

“El flujo de la Información internacional en Chile”.

1996. Profesor Guía Horacio Brum.

CUEVAS, Marcela.

?? Tesis

“Televisión y MERCOSUR: La integración más allá de la economía”.

1998. Profesor Guía Horacio Brum.

EYTEL, Bárbara.

?? Tesis

“Prensa del cono sur y democracia: El aporte de los periódicos al proceso democrático”.

1995. Profesor Guía Horacio Brum.

SCHWARZE, Pedro.

## **REVISTAS**

?? Revista ANDA. Diciembre 2003, “AVCL, llave maestra de la industria publicitaria” P, 9

## **PÁGINAS WEB**

?? BANCO MUNDIAL

“Informe de Abril 2000; PREM Grupo de políticas económicas y Grupo de economía para el desarrollo.

<<http://www.bancomundial.org/temas/globalización/cuestiones.htm>> [05 julio, 2004]

?? CONICYT

Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica

<<http://www.conicyt.cl>> [05 julio, 2004]

<<http://www.conicyt.cl/acerca-conicyt/acerca.html>> [05 julio, 2004]

?? DIRECON

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile

<[http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales.html)> [07 julio, 2004]

<[http://www.direcon.cl/frame/acuerdos\\_internacionales/f\\_regionales.html](http://www.direcon.cl/frame/acuerdos_internacionales/f_regionales.html)>

[07 julio, 2004]

?? MINEDUC

Ministerio de Educación

Proyecto Red Enlaces <<http://www.redenlaces.cl/recursos.htm>> [07 julio, 2004]

Proyecto "El Inglés Abre Puertas" <<http://www.mineduc.cl>> [05 julio, 2004]

?? CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES

<<http://www.consejodelacultura.cl>> [07 julio, 2004]

?? ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

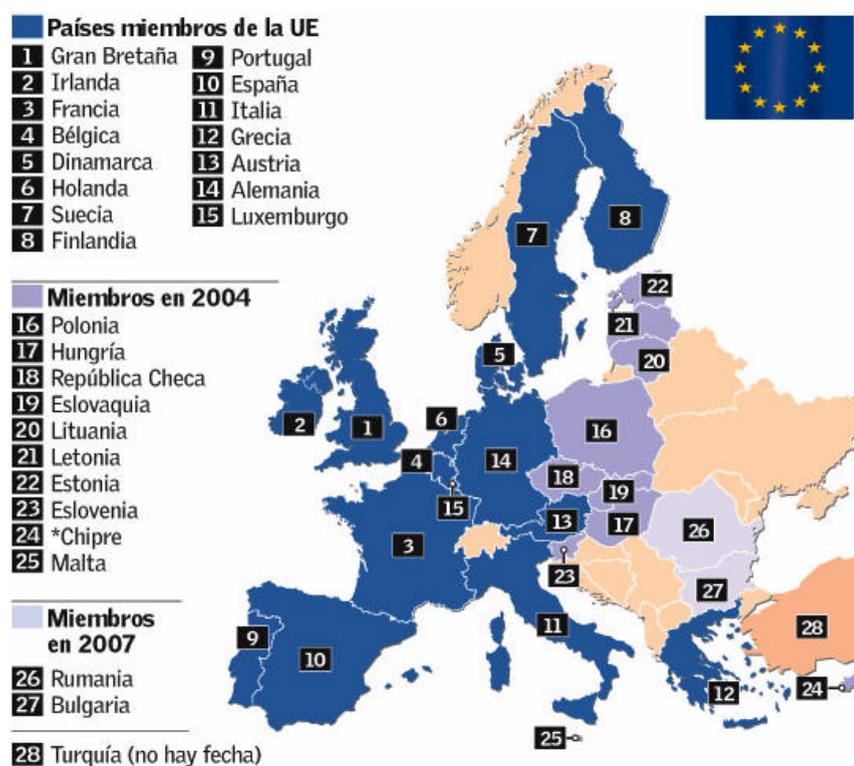
<<http://rtn.net.mx/ocde/ocde.html>> [05 julio, 2004]

## ANEXOS

### ANEXO Nº 1: TRATADOS DE LIBRE COMERCIO.

#### TLC - ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE - UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea (UE) está compuesta por 25 países, a contar del 1º de mayo del año 2004. Las relaciones entre ambos se inician en 1996, momento en el cual Chile comienza a acercarse mayormente a la UE.



Es en la suscripción del Acuerdo Marco de Cooperación, en Florencia – Italia, donde las partes aseguraron posteriores negociaciones para alcanzar un acuerdo de asociación.

El 10 de abril del año 2000, en Santiago, se inicia la primera ronda de negociación entre Chile y la UE, con el objetivo de lograr un Acuerdo de Asociación Política y Económica. Sin embargo, no es sino hasta dos años después, tras finalizar la décima

ronda en Bruselas - Bélgica, que nuestro país junto a la Unión Europea logran anunciar el cierre de las negociaciones y dar luz verde al acuerdo. No obstante para lograr la concretización de este tratado necesitará realizar 10 Rondas que parten en abril del año 2000

El convenio, fue finalmente exhibido durante la II Cumbre de Jefes de Estado de la Unión Europea, América Latina, y El Caribe, la cual se realizó en Madrid – España, durante el mes de mayo del año 2002, para ser firmada en noviembre del mismo año en Bruselas - Bélgica.

En lo que respecta a la ampliación de la Unión Europea, con la incorporación de los 10 nuevos miembros a contar del 1º de mayo del año 2004, la liberalización del comercio de bienes entre Chile y esos nuevos integrantes, es de forma automática a lo ya establecido en el Acuerdo de Asociación el cual entró en vigencia a partir de febrero de 2003.

Tanto para las exportaciones chilenas, como para las importaciones procedentes de los nuevos 10 miembros.<sup>185</sup>

Dentro de los objetivos básicos del Tratado con la UE, vale destacar que contempla diversas áreas, como son el ámbito político, económico, comercial, de cooperación, e institucional. Los objetivos dentro de este contexto son; en el ámbito político, el fortalecimiento del diálogo entre ambas partes, promover, difundir y defender los valores democráticos, especialmente, el respeto de los derechos humanos, la libertad de las personas y los principios del estado de derecho.

Procurar la coordinación de ambas posiciones en los foros internacionales, cooperación en materia de política exterior y, asimismo, como se trata de un Acuerdo que contempla un diálogo político, también se hará hincapié en la colaboración en temas de mutuo interés, promoviendo reuniones periódicas.

En el ámbito de cooperación, el objetivo central es favorecer la aplicación de los objetivos y principios del acuerdo, en las siguientes áreas; económica y financiera; ciencia, tecnología y sociedad de la información; cultura, educación y audiovisual; reforma del Estado y administración pública, así como también, en la cooperación social. En el ámbito económico y comercial, el propósito es liberalizar en forma progresiva y recíproca el acceso a los mercados, establecer disciplinas comunes para el mejor desarrollo de los intercambios comerciales, generar un ambiente de confianza para los inversionistas, y

---

<sup>185</sup> Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile  
[http://www.prochile.cl/newsletters/ampliacion/sit\\_arancelaria.php](http://www.prochile.cl/newsletters/ampliacion/sit_arancelaria.php). 03.07.04

establecer un mecanismo que solucione de manera expedita y directa, posibles conflictos.<sup>186</sup>

Una de las argumentaciones que se ha presentado para suscribir este Tratado es que, después de América Latina, la UE es el segundo abastecedor de las importaciones de Chile, desplazando incluso, a Estados Unidos.

En orden de importancia, de los países miembros de la UE, destacan en primer lugar, como principales receptores de las exportaciones chilenas, Reino Unido, Italia y Francia.

Con relación a las cifras positivas alcanzadas, durante el año 2003, Chile importó 3.064 millones de dólares desde la UE, y esto, tomando en cuenta que el año pasado el bloque europeo contaba con sólo 15 países miembros. Dentro de los principales importadores de la UE destacan Alemania, en primer lugar, seguida por Francia, España e Italia. Transformando de esta manera, a la UE, en el principal socio de Chile durante el año pasado, con un intercambio de 7.658,1 millones de dólares, mientras que Estados Unidos ocupó el segundo lugar.<sup>187</sup>

Según la Direcon, el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea es “el convenio bilateral más extenso, profundo y moderno suscrito por Chile en toda su historia. Es el hito más importante en las relaciones económicas internacionales del país y será un instrumento fundamental para ampliar y profundizar las relaciones con la Unión Europea, en todos sus ámbitos”.<sup>188</sup>

Por otro lado, la suscripción de este Acuerdo sienta las bases para una mejor inserción a un nuevo escenario internacional y permite, a su vez, un crecimiento de la economía nacional más dinámico, propiciando el desarrollo a nivel regional. Esto, bajo la premisa de que al ampliar los sectores productivos, se pueden aprovechar de mayor forma los beneficios que ofrece el ámbito comercial. Pero, sin duda, lo más importante es que constituye un reconocimiento a la calidad de las políticas y de las instituciones existentes en Chile.

En lo que respecta a los beneficios directos que obtendrá la ciudadanía, destacan; la obtención de tasas de crecimiento más elevadas, que se traduce tanto en la creación, como en la mejora de la calidad de los empleos, modernización de las estructuras

---

<sup>186</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, [http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/ue\\_11.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/ue_11.php). 03.07.04

<sup>187</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, [http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/ue\\_02.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/ue_02.php). 03.07.04

<sup>188</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile [http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/ue\\_11.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/ue_11.php). 03.07.04

empresariales y productivas, así como también, una diversificación de las ventas externas, ampliación de la cantidad de empresas exportadoras, e incorporación de las pequeñas y medianas empresas.

Otro elemento significativo, que el Gobierno subraya, es que Chile tendrá la posibilidad de participar en programas de cooperación, a los cuales sólo tienen acceso los países miembros de la Unión Europea.<sup>189</sup>

## TLC CHILE - ESTADOS UNIDOS

El espacio territorial que contempla el TLC con EE.UU. contempla a los 50 estados norteamericanos, al Distrito de Columbia y a Puerto Rico. Vale destacar que Tratado, es el primero que Estados Unidos sostiene con un país sudamericano, y a su vez, Chile es el cuarto país en establecer este tipo de tratados con EE.UU.

Las conversaciones entre ambas naciones, sobre la posibilidad de suscribir un Tratado de Libre Comercio, comienzan en la década del '90, pero es el año 2002 cuando se logra concretar este acuerdo entre Chile y Estados Unidos.

Si bien es en 1999, cuando comienzan las conversaciones entre ambos gobiernos, es finalmente en enero de 2001, en Santiago – Chile, con el inicio de la segunda ronda de negociaciones, que nuestro país formula como propuesta utilizar las bases de los TLC que ya tenía firmados con Canadá y México, como modelo similar para las negociaciones. En junio del mismo año y bajo el mando del actual presidente de Estados Unidos, George W. Bush, se presentan las primeras ofertas para la reducción de aranceles, una de las materias más relevantes para el sector privado.

Posteriormente, a finales de julio, ambos países intercambian las listas de productos que verían reducidos sus impuestos, en la sexta ronda de negociación.

Casi a punto de culminar el año, tiene lugar en Miami – Estados Unidos, la novena ronda de negociaciones, donde ambas partes señalan que el Tratado de Libre Comercio será concluido a comienzos de 2002. Sin embargo, no es sino hasta la décimo cuarta ronda en diciembre de 2002, celebrada por ambos países en Washington – Estados Unidos, cuando finalmente concluyen las negociaciones.<sup>190</sup> En total, se realizaron 14 Rondas, desde diciembre del año 2000, cuando se realizaron las primeras

---

<sup>189</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/ue\\_11.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/ue_11.php). 03.07.04

<sup>190</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/estadosunidos\\_12.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/estadosunidos_12.php). 03.07.04

conversaciones formales.<sup>191</sup> Formalmente el Tratado comienza a regir el 1º de Enero de 2004.

Los objetivos del Tratado apuntan a estimular la expansión y la diversificación del comercio entre las Partes; Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre las Partes; Promover las condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; Aumentar substancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes; Proteger en forma adecuada y eficaz y hacer valer los derechos de propiedad intelectual en el territorio de cada una de las Partes; Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias; y establecer un esquema para una mayor cooperación bilateral, regional y multilateral con el fin de ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado.

Este Tratado implica para Chile la consolidación y la ampliación del acceso de los productos nacionales a la economía más grande, más estable, y a donde se dirigen en primer lugar nuestras exportaciones. Según las cifras de exportación del primer trimestre del año 2004.

Si bien, Chile representa el 7% de las importaciones norteamericanas, nuestro posicionamiento como país estable, augura positivas perspectivas de crecimiento. Estados Unidos es de indiscutida importancia en el nuevo orden económico mundial para nuestro país, pues representa cerca del 22% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, mientras que sus importaciones responden por el 19% de las importaciones mundiales.

Cerca de un 87% de las exportaciones chilenas ingresarán a Estados Unidos, libre de aranceles desde el momento de entrada en vigencia del Tratado, mientras que cuando se cumpla el cuarto año de vigencia del Tratado, esta cifra ascenderá a un 94,8%. No obstante, el plazo máximo para que desaparezcan los impuestos del resto de los productos, será de 12 años.

En conjunto con el acuerdo firmado con la UE, y el cierre de negociaciones con Corea del Sur, el TLC con Estados Unidos refuerza la apuesta estratégica del país, que es “constituirse en una plataforma de inversión, aprovechando la red de acuerdos comerciales”.<sup>192</sup>

---

<sup>191</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/frame/tlc/f\\_rondas.html](http://www.direcon.cl/frame/tlc/f_rondas.html). 03.07.04

<sup>192</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/frame/tlc/f\\_rondas.html](http://www.direcon.cl/frame/tlc/f_rondas.html). 03.07.04

Cerca de 1.900 empresas chilenas que venden productos a Estados Unidos, se verán beneficiadas con las bajas arancelarias, mientras que los trabajadores y empresarios, podrán disfrutar de mayores oportunidades de progreso.

#### TLC CHILE – COREA DEL SUR

Con un ingreso *per capita* que es 2,3 veces el chileno, Corea del Sur, situada en el Asia oriental, consta de un Producto Interno Bruto (PIB) que alcanza los 461.484 millones de dólares. Este es uno de los principales fundamentos para que Chile en 1998 - durante la Cumbre de Líderes en Kuala Lumpur – acceda a iniciar negociaciones con dicho país. Ello a petición del entonces recién electo Presidente Kim Dae-Jung.<sup>193</sup>

De este modo, se da inicio a las conversaciones en diciembre de 1999 pero no es hasta octubre del año 2002, durante el Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico, APEC, que finalmente se concluye el proceso de acuerdos y se firma el Tratado de Libre Comercio, el cual comienza a regir a partir del 1º de abril de 2004.

El Tratado de Libre Comercio con Corea del Sur pretende dotar de considerables ventajas competitivas a los productos claves de la canasta exportadora chilena a dicho país. Más específicamente, sus objetivos son consolidar expectativas favorables de inversión, de exportaciones así como también de crecimiento. Para ello se contempla eliminar de forma gradual el escalonamiento arancelario, que generalmente es el principal factor que desincentiva las exportaciones. Por otro lado, se busca facilitar los negocios en materia aduanera manteniendo métodos simplificados de tránsito entre ambos países, cooperar en el intercambio de distinto tipo de información pertinente y mejorar la eficiencia y la transparencia de los procedimientos aduaneros. Justamente en este sentido se integra un proyecto que pretende incentivar la automatización de los procedimientos aduaneros. Para lograr una mayor eficiencia se ha considerado emitir resoluciones anticipadas vinculantes sobre clasificación arancelaria y reglas de origen, aplicar reglas y estándares internacionales y cooperar en todas las materias relacionadas con la aplicación del Tratado de Valoración de la OMC.

Corea del Sur es uno de los socios más antiguos de Chile, en lo que es el Asia Pacífico y representa para nuestro país, la cuarta nación hacia la cual se destinan las exportaciones nacionales, y el octavo del cual derivan nuestras importaciones. Durante el

---

<sup>193</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/corea\\_01.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/corea_01.php). 03.07.04

año 2003, 288 empresas chilenas exportaron a Corea una diversidad de 141 productos, aumentando en un 42% las exportaciones hacia este país en un 42% respecto del año 2002, por lo que los envíos se tradujeron en 1.014.000.000 dólares. Dentro de los beneficios, el Gobierno destaca que cerca de un 87% de los productos que se exporten hacia Corea del Sur, no pagarán arancel.

El Interés por lograr un TLC con Corea del Sur “es coherente con la dinámica política de apertura comercial, punto que es reforzado por el atractivo que ofrece un acceso privilegiado al relevante mercado coreano”.

Asimismo, se trata de una de las economías de mayor crecimiento en el último tiempo, registrando altos niveles de expansión productiva durante la década de los ochenta y noventa, cercanos al 9%, antes de verse afectados a fines de los 90's por la crisis Asiática, cuando su crecimiento descendió de forma abrupta a un 6,7%. Sin embargo, para los próximos años, tanto el Fondo Monetario Internacional (FMI), como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), coinciden al prever que será una nación que bordeará el 5% en ritmo de expansión.

Por su parte, la Direcon señala que este Acuerdo cobra especial relevancia para aquellos productos provenientes del agro nacional, permitiendo un mayor acceso a las Tecnologías de la Información, así como al reforzamiento del rol de Chile en Asia Pacífico. Constituyéndose además, en el primer país de Sudamérica en convenir un TLC con un país de esa región.

En lo que va del año, a Corea del Sur ya se han exportado 588.210.665 dólares, ocupando de esta forma, el tercer lugar en la tabla de los principales países-destino de nuestras exportaciones. Un escenario, donde Chile puede ser el futuro puente entre Asia y América.

Por su parte, nuestro país ha concedido de forma inmediata, aranceles libres hasta en un 66% a las importaciones provenientes de la nación asiática. Mientras que en 5 años éstas ascenderían a un 84% y en 10 años más, casi hasta el 90%. Favoreciendo a los productos importados desde Corea.

Finalmente, este Tratado, según la Direcon, “forma parte de los esfuerzos realizados en la última década por Chile por avanzar en la liberalización e integración comercial y en la creación de un marco claro de normas y disciplinas comerciales, tanto

en el ámbito multilateral y unilateral como en las negociaciones bilaterales y regionales".<sup>194</sup>

#### TLC CHILE - EFTA

EFTA es la sigla que representa a la Asociación Europea de Libre Comercio (*European Free Trade Association*), constituida por Islandia, Liechstentein, Noruega y Suiza y constituye un espacio económico, al igual que la Unión Europea, donde impera el libre movimiento de bienes, servicios, capitales y personas.

Los entendimientos con dicha asociación se inician el 19 de junio de 2000, cuando por iniciativa de la EFTA deciden invitar a nuestro país para establecer una zona de libre comercio. Luego de 6 rondas de negociación, las conversaciones concluyen el domingo 23 de marzo de 2003, y el Acuerdo es finalmente firmado en Kristianssand - Noruega, el 26 de junio del año pasado, entrando en rigor el primer trimestre de este año.

Los principales objetivos de este tratado están concentrado en 4 aspectos centrales que son: comercio de bienes, servicios e inversiones, normas comerciales comunes, y aspectos institucionales. También se considera otorgar garantías al inversionista para establecer y desarrollar sus proyectos de inversión, posibilitar la participación de los proveedores de las Partes en igualdad de condiciones - en los respectivos procesos de contratación pública - abriendo de este modo un importante nicho de negocios para los exportadores.

Por último se pretende crear un mecanismo de solución de controversias y la creación de un consejo conjunto Chile-Asociación Europea de Libre Comercio responsable de la aplicación y desarrollo del Acuerdo, a nivel de Ministros.<sup>195</sup>

El Acuerdo con la EFTA se traduce en la consolidación del ingreso de Chile a Europa; fortaleciendo las exportaciones hacia esa zona, facultando el acceso de productos con mayor valor agregado a un mercado que se caracteriza por un alto poder adquisitivo. Comparativamente, resulta una ventaja competitiva por sobre las exportaciones de terceros países; potencia la expansión y diversificación de las inversiones mutuas y, en particular, de los países miembros de la Asociación en Chile.

---

<sup>194</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/corea\\_01.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/corea_01.php). 03.07.04

<sup>195</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.direcon.cl/frame/noticias/documentos/Documento%20Informativo%20EFTA.pdf>.  
03.07.04

La similitud de estas naciones, en cuanto a normas y políticas, con los integrantes de la UE, representa, para este TLC, un claro beneficio en economías de escala y de diversidad para los exportadores chilenos.

Asimismo, la importancia de la exportaciones destinadas a los socios de EFTA, según el informe de Comercio Exterior, sobre Chile y EFTA, de la Subdirección de Planificación y Control de Gestión de la Gerencia de Desarrollo Estratégico de ProChile, provienen en su mayor parte del sector minero, que el año pasado alcanzaron un monto de US\$ 59,93 millones, con una participación del 52% del total exportado, seguido por el sector industrial con un 31%, agricultura con 11% y otros con el 6%, del total exportado durante el año 2003.

A su vez, Chile, obtendrá por medio de este Acuerdo, “arancel cero para más del 90%, como promedio, de sus productos de exportación desde el primer día de la entrada en vigencia del Acuerdo, cifra que se eleva en torno al 96% en los mercados de Noruega e Islandia.”<sup>196</sup>

La mayor señal de esta baja arancelaria, se registrará según la Direcon, en el sector industrial. También, se eliminará las medidas *antidumping* para el comercio recíproco, sin lugar a duda, uno de los atributos más destacados del Acuerdo.<sup>197</sup>

## TLC CHILE – CANADÁ

El Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de Canadá, se concreta en conformidad con lo dispuesto en el Artículo XXIV del GATT 1994 y en el Artículo V del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios y entró en vigencia el 5 de julio de 1997.

Concretamente las negociaciones del TLC con Canadá concluyen en Ottawa, el 18 de noviembre de 1996 para finalmente ser suscrito el 5 de diciembre de 1996. Cabe destacar que con este mismo país fueron suscritos dos tratados más, el Acuerdo de Cooperación Ambiental y el Acuerdo de Cooperación Laboral, ambos registrados en Ottawa, el 6 de febrero de 1997.

El objetivo general del Tratado es establecer una zona de libre comercio, comprendiendo los siguientes objetivos específicos: eliminar obstáculos al comercio y

---

<sup>196</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.direcon.cl/frame/noticias/documentos/Documento%20Informativo%20EFTA.pdf> 03.07.04

<sup>197</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.direcon.cl/frame/noticias/documentos/Documento%20Informativo%20EFTA.pdf>  
03.07.04

facilitar la circulación transfronteriza de bienes y de servicios entre los territorios de las Partes; promover condiciones de competencia leal; aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión; crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias; y, establecer lineamientos para la ulterior cooperación bilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado.<sup>198</sup>

La importancia para Chile, además de ingresar a un mercado amplio, se debe a que este país es el décimo cuarto lugar destino, hacia donde se dirigen nuestras exportaciones. En lo que va de 2004, por conceptos de compra por parte de Canadá se han ganado 177.747.459 de dólares. Por lo que en esta materia, las reglamentaciones son de suma relevancia y ha llevado a ambas partes a crear “legislaciones que aseguren, en materia de competencia, condiciones equitativas de acceso a los mercados.”<sup>199</sup>

Otra de las importancias de este Tratado es que “reduce sustancialmente las barreras de intercambio entre Chile y Canadá. Crea importantes oportunidades tanto para los exportadores de bienes y servicios chilenos y canadienses, como para los inversionistas de ambos países”.<sup>200</sup>

A su vez, existe un compromiso entre las partes, sobre aplicar un tratamiento libre de arancel aduanero a los bienes originarios, tanto de Chile como de Canadá, sin perjuicio de las disposiciones establecidas para aquellos bienes comprendidos en las respectivas listas de excepciones. Lo que para Chile, este Acuerdo se traduce en no aumentar ningún arancel existente, ni adoptar ningún arancel nuevo, que pueda afectar las futuras exportaciones de nuestro país hacia Canadá.

## TLC CHILE – MÉXICO

Este Tratado establece una zona de libre comercio, en conformidad con lo dispuesto en el Artículo XXIV del GATT de 1994, el Artículo V del GATS, que son parte del Acuerdo sobre la OMC, y el Tratado de Montevideo 1980.<sup>201</sup>

---

<sup>198</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/canada\\_01.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/canada_01.php). 03.07.04

<sup>199</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/canada\\_01.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/canada_01.php). 03.07.04

<sup>200</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.chile-canada-chamber.cl/tlc/resena.html>. 03.07.04

<sup>201</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/mexico\\_08.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/mexico_08.php). 03.07.04

Fue firmado en Santiago, el 17 de abril de 1998. Promulgado en Chile en julio de 1999 y publicado en el Diario Oficial a fines de julio del mismo año. Comienza a regir a partir del 1º de agosto de 1999.

En tanto, la primera reunión de la Comisión del Tratado de Libre Comercio, se realiza a mediados de enero del año 2000 en Ciudad de México, donde ambos países intercambiaron información sobre el comercio bilateral de bienes que hubo en el período enero - octubre de 1999, y establecieron los comités y subcomités a cargo de la negociación, asimismo se comprometieron a realizar este tipo de reuniones, cada tres meses.

Ese mismo año, en noviembre, con motivo de la II Reunión de la Comisión de Libre Comercio Chile-México, evaluaron positivamente la relación comercial ya que estaba en crecimiento y el intercambio entre ambos países se había dinamizado significativamente.

Los objetivos de este Tratado, para ambas naciones son; Estimular la expansión y diversificación del comercio entre las Partes; Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios en la zona de libre comercio; Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en la zona de libre comercio; Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en la zona de libre comercio; Establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado; y Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.<sup>202</sup>

## TLC CHILE – CENTROAMÉRICA

Los países que este Tratado, contempla son; Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua. Si bien el Acuerdo habla de dos partes interesadas, es decir, en este caso de Chile y de Centroamérica, es relevante saber que, salvo disposición contraria, las normas del Tratado se aplicarán de forma bilateral, entre Chile y cada uno de los países centroamericanos, individualmente.

---

<sup>202</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.aduana.cl/p4\\_principal/antialone.html?page=http://www.aduana.cl/p4\\_principal/site/artic/20040108/pags/20040108115442.html](http://www.aduana.cl/p4_principal/antialone.html?page=http://www.aduana.cl/p4_principal/site/artic/20040108/pags/20040108115442.html). 03.07.04

Con la celebración de la II Cumbre de las Américas que se llevó a cabo en nuestro país, en abril de 1998, en aquel entonces los mandatarios de Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, acuerdan colaborar con el aceleramiento del proceso de integración del hemisferio, con el objeto de suscribir un Tratado de Libre Comercio.

Es el 18 de octubre de 1999, en ciudad de Guatemala, finalmente, donde los Presidentes de Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua y Chile se reúnen con el objeto suscribir el texto definitivo del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica.

El Tratado pretende establecer una zona de libre comercio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo XXIV del GATT de 1994 (1) y el artículo V del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (2); Estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios entre las Partes; Promover condiciones de competencia leal dentro de la zona de libre comercio; Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios; Promover, proteger y aumentar sustancialmente las inversiones en cada Parte; y Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.<sup>203</sup>

En palabras de la ministra de Relaciones Exteriores, Soledad Alvear, en julio del 2001, la importancia del TLC con Centroamérica "es clave para una profundización de las relaciones de nuestro país con las naciones centroamericanas, con las cuales tenemos muchas coincidencias políticas, económicas y sociales; y una especial disposición a abordar en conjunto los desafíos del mundo globalizado".<sup>204</sup>

Para nuestro país, Centroamérica es un mercado trascendente para los bienes exportados y un destino potencial para las inversiones y servicios transfronterizos. A su vez, es una zona que en su conjunto, cuenta con 31,5 millones de habitantes y con un Producto Interno Bruto (PIB) cercano a los US\$ 21,5 mil millones.

Las exportaciones chilenas hacia Centroamérica, desde principios de la década de los 90's se han incrementado hasta en un 231%, mientras que las importaciones lo han

---

<sup>203</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/acuerdos\\_internacionales/centroamerica\\_01.php](http://www.direcon.cl/html/acuerdos_internacionales/centroamerica_01.php). 03.07.04

<sup>204</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.minrel.cl/prensa/Comunicados2001/31-07-01.htm>. 03.07.04

hecho en un 73%, es decir, constituye según el ministerio de Relaciones Exteriores, “un importante mercado emergente”.<sup>205</sup>

Contribuye a la promoción y protección de las inversiones extranjeras y de los servicios transfronterizos, incluyendo el transporte aéreo. Asimismo, establece la obligación de adoptar medidas que prohíban prácticas monopólicas, con lo cual propicia un ambiente de sana competencia e instaura un sistema general de solución de disputas, eficiente y expedito.

Por otro lado, en dicha oportunidad, la ministra Alvear también indicó que la buena reputación de Chile en la zona, se remonta desde el siglo XIX. Los esfuerzos de Chile tanto en el ámbito político, como económico en Centroamérica son significativos y demuestran el interés por ampliar y profundizar los vínculos entre ambas Partes.

Finalmente, según Alvear, este Acuerdo “pone las bases de una nueva relación económica entre Chile y la región centroamericana, estableciendo reglas claras que permitirán al sector privado de las Partes relacionarse de forma más expedita y resolver las posibles dificultades siguiendo un esquema predefinido, que evita la discrecionalidad”.<sup>206</sup>

## PRÓXIMOS TLC

### CHINA

Conocido como el gigante asiático, su mercado potencial de 1.200 millones de habitantes y su contribución del 4% al PIB mundial, ha transformado a China en un eje estratégico en la economía mundial.

Hoy, ambas naciones, por decisión ratificada el 23 de abril de 2004, se encuentran estudiando los posibles impactos que podría generar un Tratado de Libre Comercio, examinando las principales políticas comerciales y económicas propias de cada país. Los resultados de esta previa evaluación se esperan para el mes de septiembre del presente año, fecha en la cual se pasaría a analizar los posibles mecanismos políticos a aplicar a un eventual Tratado.

Según la Direcon, “el comercio bilateral entre Chile y China se ha incrementado fuertemente en los últimos años. En el 2003 China fue el segundo destino de las

---

<sup>205</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.minrel.cl/prensa/Comunicados2001/31-07-01.htm>. 03.07.04

<sup>206</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.minrel.cl/prensa/Comunicados2001/31-07-01.htm>. 03.07.04

exportaciones chilenas. A comienzos de la década ni siquiera asomaba entre las diez primeras naciones vinculadas a nuestro país, con un intercambio de US\$ 87,6 millones (1990). En 2003, el intercambio comercial llegó a US\$ 3.155,6 millones.<sup>207</sup>

Asimismo, en lo que va del año, China ocupa el tercer lugar de las exportaciones en la tabla de países destino, con un total de US\$ 817.396.437. A su vez, en exportaciones no tradicionales, es decir, productos tales como truchas, filetes de mero congelado, nitrato de potasio, papel de prensa y algas graciliarias, entre otros, el país asiático ocupa el lugar décimo octavo en la tabla de exportaciones.

China incluso supera a EE.UU. como destino preferido de las inversiones extranjeras y ello con una tendencia creciente que Chile está intentado aprovechar a través, de esta negociación.

## INDIA

A petición explícita de India, Chile se encuentra hoy considerando la posibilidad de suscribir un Acuerdo de Alcance Parcial que incluiría en sus alcances la liberalización de gravámenes a una parte del comercio de bienes entre ambos países.

La primera reunión para evaluar la viabilidad de concretar las negociaciones de este Tratado, se realizaría en agosto del presente año. Negociación, para la cual, Chile ha tomado en cuenta las ventajas que significan reducir los altos aranceles que India cobra por el ingreso de productos extranjeros. Factor que ha generado un gran interés en el empresariado nacional, ya que numerosos productos chilenos tienen un gran potencial que no ha sido explotado, dado los altos gravámenes.

De estos productos, la Direcon hace mención de aquellos tales como: cobre, metanol, yodo, cobre para el afino, perfiles y molduras de maderas, filetes de salmón, harina de pescado, vinos con denominación de origen, uvas frescas y pescados congelados.

Las ventajas de introducirse en el mercado indio, se sustentan no sólo en el significativo tamaño de la población del país asiático, sino también en la importancia de su economía emergente. Por otra parte, las negociaciones que India se encuentra realizando con el MERCOSUR, representa un incentivo para que Chile desarrolle esta vinculación económica, dado que puede significar una exclusión tanto en términos locales, como en las relaciones de nuestro país con el continente asiático.

---

<sup>207</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
[http://www.direcon.cl/html/noticias/2004/noti\\_04\\_45mn.php](http://www.direcon.cl/html/noticias/2004/noti_04_45mn.php). 03.07.04

En lo que respecta a las exportaciones chilenas hacia India, a modo de referencia, durante el año 2003, se registraron montos cercanos a los US\$ 225 millones, es decir, hubo un crecimiento del 22%, en comparación al año 2002. Por su parte, las importaciones, alcanzaron los US\$ 70 millones. De este modo, este país ocupa el vigésimo segundo lugar, como socio comercial y el vigésimo primero, como destino de las exportaciones nacionales. Captando de esta forma, el 1,1% del total de los envíos chilenos al mundo y el 0,09% del total de los envíos no tradicionales.

Y en lo que va del año, según la tabla de exportaciones del primer trimestre del 2004, se ha exportado a India un monto total de US\$ 127.204.169. Índices que demuestran que para nuestro país es de suma importancia concretar este Tratado, por los positivos resultados económicos que éste podría generar, según las cifras indicadas.<sup>208</sup>

## ANEXO Nº 2: TABLA DE OTROS ACUERDOS Y NEGOCIACIONES DE CHILE

<b>ACUERDOS DE CHILE - POR PAISES</b>	
<b>Acuerdo Comerciales de Chile con países de EUROPA</b>	<b>ESTADO DE LA NEGOCIACIÓN</b>
<b>Acuerdo de Doble Tributación</b>	
Alemania	En negociación
Croacia	Firmado
Dinamarca	Negociado en Trámite Parlamentario
España	Firmado
Finlandia	En negociación
Francia	En negociación
Holanda	Aprobado por Congreso Nacional
Hungría	Aprobado por Congreso Nacional
Italia	Aprobado por Congreso Nacional
Letonia	Aprobado por Congreso Nacional
Noruega	Firmado
Polonia	Negociado en Trámite Parlamentario
Reino Unido	Firmado
Suecia	En negociación
Suiza	En negociación
<b>Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)</b>	
Grecia	Firmado
Holanda	Firmado

<sup>208</sup> Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile  
<http://www.direcon.cl/frames/noticias/documentos/Destacados%20India2.pdf>. 03.07.04

Hungría	Firmado
Polonia	Firmado
Suiza	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>EFTA</b>	
Islandia	Negociado en Trámite Parlamentario
Liechstentein	Negociado en Trámite Parlamentario
Noruega	Negociado en Trámite Parlamentario
Suiza	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>Acuerdo Comerciales de Chile con países de AMÉRICA</b>	
<b>ALCA</b>	
Bolivia	En negociación
EE.UU.	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>ACE</b>	
Bolivia	En negociación
Cuba	Firmado
<b>TLC</b>	
Bolivia	En negociación
EE.UU.	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>APEC</b>	
EE.UU.	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>Acuerdo de Doble Tributación</b>	
Bolivia	En estudio de factibilidad
Brasil	Firmado
Ecuador	Negociado en Trámite Parlamentario
El Salvador	En estudio de factibilidad
EE.UU.	En Negociación
Paraguay	En Negociación
Perú	Firmado
Venezuela	En Negociación
<b>Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)</b>	
Bolivia	Aprobado por Congreso Nacional
Brasil	Aprobado por Congreso Nacional
Colombia	Firmado
El Salvador	Firmado

Panamá	Firmado
República Dominicana	Firmado
<b>Acuerdo Comerciales de Chile con países de ASIA</b>	
<b>TLC</b>	
Corea del Sur	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>Acuerdo de Doble Tributación</b>	
Corea del Sur	Firmado
Malasia	En Negociación
Vietnam	En Negociación
<b>Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)</b>	
Malasia	Firmado
Indonesia	Aprobado por Congreso Nacional
Vietnam	Negociado en Trámite Parlamentario
Singapur	Negociado en Trámite Parlamentario
Israel	Negociado en Trámite Parlamentario
India	Negociado en Trámite Parlamentario
El Líbano	Firmado
Tailandia	Negociado en Trámite Parlamentario
<b>Acuerdo Comerciales de Chile con países de ÁFRICA</b>	
<b>Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)</b>	
Egipto	Firmado
Sudáfrica	Firmado
Túnez	Firmado
<b>Acuerdo Comerciales de Chile con países de OCEANÍA</b>	
<b>Acuerdo de Doble Tributación</b>	
Nueva Zelanda	En Negociación
<b>Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones (APPI)</b>	
Nueva Zelanda	Firmado

**ANEXO Nº 3: TABLA DE EXPORTACIONES PRIMER TRIMESTRE 2004**

<b>MESES 2004</b>	<b>MONTO USD</b>
Enero	1.985.999.070
Febrero	2.044.737.415
Marzo	2.849.123.266
Abril	2.664.067.504
<b>TOTAL</b>	<b>9.543.927.255</b>

<b>PAIS</b>	<b>MONTO USD FOB</b>
Estados Unidos de Norteamérica	1.519.205.128
Japón	1.089.013.810
China Rep. Popular de	817.396.437
Corea Sur (Rep. de Corea)	588.210.665
Francia	467.252.088
Holanda	428.539.515
Brasil	423.966.760
México	375.347.621
Italia	368.010.457
Inglaterra	353.031.885
Alemania	328.708.675
Taiwán (Formosa)	315.183.496
España	206.416.084
Canadá	177.747.459
Perú	148.698.601
Bélgica	140.156.618
Suiza	134.145.268
Argentina, República de	127.236.246
India	127.204.169
Combustibles y Lubricantes para naves Ext.	116.550.559
Ecuador	96.114.328
Colombia	92.403.152
Hong Kong	78.520.872
Venezuela	74.631.012
Guatemala	59.081.517
<b>SUMA</b>	<b>8.652.772.422</b>

<b>PAIS</b>	<b>MONTO USD FOB</b>
Thailandia	56.276.623
Suecia	51.724.185
Grecia	42.702.802
Bolivia	40.822.096
Indonesia	38.879.514
Rusia	37.450.907
Bulgaria	36.245.614
Finlandia	36.200.938
Irán	34.596.352

Turquía	31.700.871
Australia	31.535.141
Panamá	31.424.506
Malasia	30.578.433
Costa Rica	29.079.342
Filipinas	27.942.794
Arabia Saudita	27.225.709
Ajman (Ex Miratos Árabes Unidos)	24.660.479
Dinamarca	21.131.335
Rancho de Naves y Aeronaves	18.329.658
Uruguay	17.789.991
Singapur	16.692.413
Honduras, República de	16.489.879
Sur África, República de	14.582.683
El Salvador	14.024.553
Cuba	13.338.436
<b>SUMA</b>	<b>741.425.254</b>

<b>PAIS</b>	<b>MONTO USD FOB</b>
Portugal	12.250.950
Irlanda	11.190.082
Vietnam	10.615.213
Paraguay	10.119.826
Nueva Zelanda	9.050.151
Dominicana, República	8.182.033
Nigeria	7.873.711
Noruega	6.978.230
Sri Lanka (Ceilán)	5.887.640
Corea, Norte del	5.591.981
Israel	5.178.879
Anguilla (Indias OCC Británicas)	4.643.512
Polonia	4.404.992
Lituania	3.919.867
Jamaica	3.362.009
Nicaragua	3.342.679
Kuwait	2.788.795
Marruecos	2.349.042
República Checa	2.212.252
Austria	2.079.785
Trinidad Tobago	1.715.247
Letonia	1.595.828
Omán	1.561.574
Martinica	1.361.624
Ghana	1.264.972
<b>SUMA</b>	<b>129.520.874</b>

<b>PAIS</b>	<b>MONTO USD FOB</b>
Estonia	1.241.447
Samoa Occidental	1.235.332

Antillas Holandesas (Aruba, Curazao)	1.231.829
Ucrania	1.142.326
Angola	1.004.094
Egipto	924.168
Haití	848.459
Bahrein	787.172
Alhucemas	719.316
País desconocido	669.576
Eslovenia	648.135
Tahítí	555.373
Hungría	516.613
Camerún	479.173
Bahamas, Islas	478.662
Liberia	457.517
Yemen del Norte	444.456
Croacia	402.081
Islandia	391.310
Barbados	373.047
Luxemburgo	350.296
Mauricio	328.294
Malta	328.095
Papua Nueva Guinea	315.600
Fiji	293.010
<b>SUMA</b>	<b>16.165.381</b>

<b>PAIS</b>	<b>MONTO USD FOB</b>
Cambodia	55.860
Kiribati	51.399
Kasajstan	38.795
Costa de Marfil	38.433
Guinea	36.788
San Vicente y Las Granadinas	22.423
Ecuatorial, Guinea	20.615
Georgia	20.281
Siria	19.245
Origen y destino no precisados	18.972
Namibia	17.564
Benin	17.170
República Federal de Yugoslavia	17.108
*Sin información*	13.650
Afganistán	13.484
Madagascar	12.840
Belarus	12.433
Gambia	11.191
Zambia (Rhodesia del Norte)	10.074
Checoslovaquia	9.972
Nepal	8.580
Federación Rusa (Antigua URSS)	8.385
Qatar	3.676

Alemania (Ex República Federal)	3.387
Mónaco	2.072
<b>SUMA</b>	<b>484.397</b>

**ANEXO Nº 4: TABLA DE TRATADOS INTERNACIONALES EN OTRAS ÁREAS.**

<b>PAÍS</b>	<b>CONVENIOS EN EDUCACIÓN, CIENCIA Y CULTURA</b>	<b>SUSCRITO</b>
<b>Argentina</b>	Convenio de Cooperación Cultural	1975
<b>Brasil</b>	Convenio Cultural	1941
<b>Canadá</b>	Convenio de Cooperación Cultural y Científica	1976
	Acuerdo en el área de la Coproducción Audiovisual	1994
	Memorándum sobre Intercambio y Cooperación Cultural	1999
<b>Colombia</b>	Convenio de Cooperación Cultural	1982
<b>Costa Rica</b>	Convenio básico de Cooperación económica, científica, técnica, social, turística y cultural	1991
	Convenio sobre Exhibición de películas cinematográficas	1937
<b>Ecuador</b>	Acuerdo Cultural de Becas	1962
<b>El Salvador</b>	Convenio Cultural	1981
<b>Guatemala</b>	Convenio Cultural	1981
<b>Honduras</b>	Convenio Cultural	1985
<b>México</b>	Convenio de Cooperación Cultural y Educativa	1990
<b>Nicaragua</b>	Convenio de Cooperación Cultural	1977
	Convenio sobre Películas denigratorias	1938
<b>Panamá</b>	Convenio sobre Cooperación Intelectual	1962
	Convenio sobre Exhibición cinematográfica	1937
<b>Paraguay</b>	Convenio básico de Cooperación educacional, intercambio cultural y becas	1963
	Convenio básico de Intercambio cultural, educacional y científico	1977
<b>Perú</b>	Convenio de Intercambio cultural	1978
<b>Uruguay</b>	Acuerdo para intensificar las relaciones culturales	1975
<b>Venezuela</b>	Acuerdo Complementario en el área de la coproducción de obras cinematográficas	1993
	Convenio básico de Integración cultural	1990
	Convenio de canje de publicaciones literarias y científicas	1894
	Programa de Integración cultural	1993

## **ANEXO Nº 5: SELECCIÓN DE ENTREVISTAS**

ABRAHAM SANTIBAÑEZ - SOBRE DICTADURA Y PRENSA ESCRITA

**Periodista:** A Juan Pablo Cárdenas le planteamos una cita que encontramos en La Tercera de Karin Ebensperger, que señala que durante la dictadura por el tema de no poder hablar de lo nacional ella llegó a tener hasta 15 minutos de espacio internacional por que no se podía hablar de Chile, entonces Juan Pablo Cárdenas dice “claro, ella señala eso por que en el canal 13 pasaba eso, sin embargo nosotros en la revista Análisis, o sea, hablábamos del tema nacional a como fuera lugar, de forma ilícita incluso” pero que en el fondo él cree que efectivamente sí se dio esta situación de hablar mas de afuera como una justificación para no hablar de Chile en el fondo, por que en el caso de la revista que dirigía o en la que él trabajaba eso no corría

**Entrevistado :** A ver, hay dos cosas ahí, una es que bueno, la última década, la justificación para hablar de Chile a propósito de las noticias extranjeras fue lo que hizo Alejandro Magner en un 1º de Mayo debe haber sido si no fue el 74... no, debe haber sido el 74 a más tardar el 75, pero no mucho mas allá, entonces, Alejandro empieza a contar que en Madrid ha habido unas tremendas peloterías instando a la gente a manifestarse en contra de la dictadura, entonces, lo plantea en esos términos que aquí está el contraste de cómo la gente había salido a manifestarse en contra de la dictadura en todas partes del mundo y con eso se terminaron los comentarios de Alejandro Magner para siempre en televisión. Yo creo que era muy difícil hablar, incluso de temas internacionales con esa perspectiva, ahora el comentario que le quería hacer yo -que más importante me parece efectivamente, habían revistas. No sólo Análisis. Habían revistas que estaban metidas tratando de hablar de lo que estaba pasando en Chile y se hablaba y se corría riesgo y efectivamente Cárdenas es uno de los que más expuso el pellejo. Pero no podemos ignorar que la televisión, Canal 13 y Televisión Nacional era el medio que llega lejos a la mayor cantidad de gente posible, seguido obviamente del Mercurio y La Tercera por que ellos estaban aliados con el régimen, pero así cuadrado y después venían otros medios, algunas radios, que hay que reconocer sobretudo la Cooperativa y también La Chilena, venían algunas radios y después venían las revistas, pero las revistas la circulación total era 10.000 ejemplares en esos momentos de gloria y creo yo que estoy exagerando. Se hablaba de la realidad económica, cuando se pudo, se empezó a hablar de derechos

humanos pero el efecto masivo de eso fue muy poco, yo creo que ahí hay un tema complicado.

**Periodista:** Yendo al tema de la prensa escrita de nuevo, en el fondo lo que me decía usted brevemente, que la prensa escrita como que viene tratando de tomar una posición más alta y en la década de los 80 ¿cómo afecta esta situación del avance tecnológico estando en dictadura?

**Entrevistado :** A ver, primero, que nada creo hasta hoy y más hoy que antes, yo todavía creo que, donde se genera opinión es en la prensa escrita, sobretodo en los diarios. La televisión a uno le da la sensación de que está informado pero, en general, no sabe mucho y todo lo que dice lo escucha de alguien, es que sí parece que pasó algo pero que nunca saben bien. Yo, en ese sentido, creo que es reemplazable, pero que fue lo que pasó? Primero censura y autocensura y limitaciones muy, muy fuertes a partir del 11 de septiembre del 73 y ahí viene este cuento de que en el mundo se produce un avance tecnológico enorme y los medios escritos quedaron muy al margen. La introducción de la convocación al despacho de los diarios, el cambio en materia de comunicaciones, de repente se hizo un descubrimiento que es el fax, las mejoras en materia de impresión, la introducción del color. Todo eso si uno mira los diarios del 73, de los años 70, a veces son diarios pero que dan pena, por que las letras saltadas, las fotografías casi imposible de saber quién es quién ahí por que el papel es mas o menos el mismo pero los puntitos que salían fotograbados, la cuestión plástica está muy difícil de... se introduce el off set y era solamente para revistas en los tiempos anteriores por que demoraba mucho y ahí yo creo que hay un gran cambio tecnológico que en definitiva se traducen en bajas del costo. Esa es la revolución tecnológica, que se hace más accesible pero aquí estaba muy delicado en la crisis del 82-83 pilló a El Mercurio y a La Tercera y a varios diarios regionales embarcados justamente en una adquisición en un plan de inversiones cuando el dólar estaba a 39, cuando empieza a saltar, primero a 46, después 52, después duplica el precio, lo que pasó después en Argentina, se encontraron con que se le había multiplicado por 3 la deuda y ahí si que se fueron al barranco y ahí por eso esta alianza entre el régimen militar y El Mercurio y La Tercera se hace tan sólida porque, la cosa más inteligente que hizo Pinochet fue, el gobierno en vez de decir, "mire, ahora está tan endeudado El Mercurio que yo ahora puedo intervenirlo, puedo nombrar al Director, lo puedo cerrar, puedo hacer lo que quiera", en vez de hacer eso le dice a don

Agustín Edwards, “mire, siga Usted a cargo del buque y aquí tiene billete, el Banco del Estado lo va a apoyar y a La Tercera que estaba en ese tiempo, ¿cómo se llama? Germán Picó, lo mismo, entonces Germán Picó finalmente tuvo que vender al grupo que está ahora, después de varias vueltas pero lo que es COPESA, exactamente lo mismo. Pero sobretodo, qué hace Agustín Edwards gracias a este servicio... “tienen mi adhesión para siempre”, Por eso, no es que haya habido necesariamente un acuerdo, porque el último favor que le hacen, una vez que ya perdió el plebiscito y pierde la elección, tiene que hacer un acuerdo nuevo. La deuda la tenía con el Banco del Estado, es una cantidad enorme de plata, esta deuda naturalmente con el nuevo gobierno, las nuevas autoridades iban a infiltrar al Banco del Estado y por lo tanto podían hacer muchas cosas, apretarlo por ejemplo, entonces que es lo que hace, con la gente del Banco de Chile que son amigos, dicen esta deuda canjeémosla por esta otra, canjean deuda por deuda, como no es lo mismo la deuda que tiene Agustín Edwards que la de Perico de los Palotes que no pagó por la casa que se compró en La Florida, la castigan o sea 100 millones que debe un señor que compró una casa en La Florida lo vamos a contar como 50, por lo tanto le aumentan el fondo o le disminuyen la deuda que le traspasa el Banco de Chile y el Banco del Estado. Se queda con todos los clavos, estos que eran las deudas a fondo perdido que tenía, el que cuenta todo ese cuento no se en qué punto en esto valió la pena pero es Haendel Motta en un libro que se llama “Chile Inédito”, vale la pena conocerlo, no se si entra pero lo explica mucho, es una cosa que uno... hay gente que se le olvida y otra que nunca lo supo entonces es bueno tenerlo presente.

AMARO GÓMEZ PABLOS - SOBRE LA NOTICIA INTERNACIONAL, SU COBERTURA Y EL ROL DE LOS MEDIOS ESCRITOS

**Periodista:** **Primero como para establecer cosas básicas ¿cuándo crees tú que se puede hablar de que un fenómeno o un hecho es una noticia de carácter internacional?**

**Entrevistado:** Hay noticias propiamente tales de carácter internacional y que son independientes al golpe o el impacto o el influjo que puedan tener en casa, ejemplo el atentado que hubo en Madrid o en las Torres Gemelas, mejor ejemplo el de las Torres Gemelas. Por el mero hecho de que ahí ni siquiera habían chilenos por ejemplo como víctimas fatales y sin embargo se consigna una noticia propiamente tal y en ese sentido hay elementos de juicio de la magnitud en si que, no sé, las hay por ejemplo en términos

de noticias económicas o políticas o simplemente de conflictos que por su propia gravitación y su propio peso... no te podría decir cuál es, el abecedario para diagnosticar si calibra o no y se pinta como noticia.

Después hay noticias que son menores pero que son de importancia y tienen gravitación por el mero hecho de que aquí hacen eco, aquí tienen réplica, aquí tienen impacto y esas son por ejemplo la más obvia. Es, por ejemplo, las firmas del Tratado de Libre Comercio en Miami, por ejemplo. O lo que está ocurriendo con empresarios norteamericanos ligados a industria salmonera, por ejemplo en Estados Unidos o Escandinavia, ese tipo de contexto

**Periodista:** Ahora, nuestra duda es que esos casos son los tres puntuales como la firma del Libre Tratado, pero después pasa que muchas veces los seguimientos o los detalles o para que la gente comprenda globalmente la noticia se ha estado perdiendo y ahí es donde nosotros notamos que se pueden ver ciertas falencias, digamos en el seguimiento de la noticia.

**Entrevistado:** A ver, yo creo que hay vicios, hay vicios en los seguimientos siempre de las noticias y creo que una de las cosas que ocurre en general en Chile es que están tan metidos en el concepto del incendio informativo, de la contingencia propiamente tal, que la noticia no está bien decantada, no hay una suerte de depuración, de análisis mayor de la noticia. Estás demasiado metido siempre, todos los días en el ramaje y entonces no tienes a veces noticias que puedan ser, no tan noticiosas pero que te puedan dar un buen lineamiento de cuál es el bosque en donde estamos parados. Qué es lo que ocurre a 6 meses del Tratado de Libre Comercio, por ejemplo.

Pero ese tipo de cosas se va a tratar de subsanar desde el momento en que tienes un departamento de prensa con mejor planificación, lo que ocurre es que también hay limitantes. Pero la mejor planificación pasa por una mejor producción periodística y por avizorar justamente y anticipar esos momentos de noticia y hacerlos, por ejemplo ahora estamos viendo la posibilidad de viajar a Haití, las tropas están ahí ya no son muy noticia y sin embargo parece interesante tener una seguidilla, ver qué sentimientos tienen, qué hacen, qué hacen en semana santa, fechas tan emblemáticas. Cómo lo ven, están poniendo su pescuezo en ello, qué ocurre, entonces ahí están también las ganas de hacerlo, lo que pasa es que hay limitantes propiamente tal del departamento de prensa

físicas y hay otras que son más bien neurológicas y son simplemente una incapacidad de planificación mayor.

**Periodista:** Claro, porque Haití, por ejemplo, el tema no fue en enero, cuando quedó la embarrada., eso venía desde hace 6 meses, del año pasado, venía como de Septiembre...

**Entrevistado:** Claro, pero uno no puede hacer tanta noticia en base a pronósticos, una que otra, pero mi experiencia, estando CNN o en BBC, es que es tal la magnitud y el caudal de noticias, que uno tiene que entablar filtros y sí uno puede argumentar, pasarse la vida argumentando bueno y por qué no anticiparon tal y tal hecho noticioso, pues porque hay muchos otros también de la mano.

**Periodista:** Haciendo un paralelo, ¿en qué se diferencia la labor de la televisión y la prensa escrita respecto del tratamiento y producción de la noticia?

**Entrevistado:** Sin duda, la prensa escrita tiene muchísimas más herramientas para hacerlo, es cosa de... o sea, no necesitas la imagen, punto uno. Hay teléfonos, redacciones y artículos que te dan también otras prensas en otras partes del mundo, no, sin duda, o sea la prensa escrita, en ese sentido tiene una manera... Lo que pasa es que no hay interés y lo que ocurre es que a mi juicio sus intereses también se van generando, vas tú creando un hábito y yo creo que también un poco en las noticias, lo que pasa es que aquí nos metemos al tema de la gratificación frente a la audiencia, tú puedes apostar por simplemente gratificar a la audiencia permanentemente, sobre la base del rating, y sobre esta base simplemente apostar por lo que la audiencia solamente quiere ver. O puedes hacer un contexto de responsabilidad editorial y decir ok, yo sé que Yugoslavia tiene muchos nombres con muchas consonantes, pero es noticia y ejerces la responsabilidad editorial de informar acerca de lo que está ocurriendo en Yugoslavia, aunque a la gente le de lata. Lo mismo ocurre con Medio Oriente

**Periodista:** ¿Y tú crees que la prensa en Chile está mejorando?

**Entrevistado:** Yo encuentro que ha habido una mejoría bastante sustancial en los últimos 4 o 5 años. Yo me fui de acá hace 5 años, volví y ahora por ejemplo, veo que en El Mercurio, tienes más nombres de corresponsales en terreno. Antes tenías algo impresentable para el periódico más antiguo de América Latina, que era tener dos o tres

páginas de internacional y después 16 páginas de qué linda es la gente verdad. No es posible que tú debas tener un cuerpo uno, de un periódico importante a nivel internacional, tres páginas por agencia, ni siquiera con corresponsales consignadas a materias internacionales y 16 al autorretrato de la beautiful people en Santiago, no. Me entiendes el alcance? Yo creo que ha habido una mejora y hoy día tienes, sin embargo corresponsales. Por ejemplo, todo lo que se dio a conocer de España fue a través de una corresponsal, una buena corresponsal, en fin y creo que en La Tercera también están sabiendo explotar un poco más.

Creo que también ha habido, en general, un despertar a nivel internacional a partir del nuevo once. A partir de ese hecho la gente se dio cuenta de algo que es muy evidente y es que en una aldea globalizada efectivamente una bomba en un lado X va a tener una réplica, verdad, en tu vecindario tarde o temprano.

LUIS ALBERTO PINO - SOBRE EL TRABAJO DE LOS PERIODISTAS

**Periodista: ¿Cómo ves tu función como periodista, crees ser solamente un transmisor de la información?**

**Entrevistado :** No, ciertamente no y menos en el área internacional. Creo que el periodismo moderno, en prensa escrita al menos, no me voy a meter en otros medios porque no los conozco, pero en prensa escrita ya no puede limitarse a ser un periodista un simple transmisor. Bueno primero porque la prensa escrita, es la prensa minoritaria, no la televisión, no es la radio, tiene que ver con creo yo la formación de opinión, uno quiere formarse opinión no? Y segundo complementar, profundizar mucho más las informaciones que por lo general uno ya sabe que las ha visto en la televisión o la radio. Son pocas las informaciones duras, nuevas las que la prensa escrita puede ofrecer, pues todos los principales eventos ya fueron transmitidos por la televisión inmediata o por la radio, entonces ¿dónde viene el aporte? Viene ciertamente en dar una vuelta de tuerca extra con la información, por un lado y por otro lado es formación de opinión. En ese sentido es absolutamente incompatible que el periodista, sobretodo de prensa escrita, se pueda limitar a ser un simple transmisor de la información. Tiene que lograr dar una vuelta de tuerca a la información punto uno, y eso es interpretar la información, darle un sentido y un contexto y ahí viene el trabajo de la formación de opinión además de las partes, de las secciones dedicadas explícitamente a la formación de opinión como las páginas editoriales de cualquier medio escrito y en el área internacional particularmente más aún,

es donde considero yo que el trabajo interpretativo y analítico requiere, si tú quieres, un doble esfuerzo por que tú estás trabajando en un porcentaje importante de las veces tú tienes acceso a la información por vías secundarias o terciarias a no ser que estés trabajando como enviado especial o corresponsal, que tienes tus fuentes, en fin, las manejas por teléfono, las entrevistas, investigas pero no estás en el lugar de los hechos y cuando se necesita viajar.

Punto dos, escribes por lo general, sobre realidades menos conocidas y menos familiares con las que el público al que tú quieres llegar, está menos familiarizado. Por lo tanto necesitas un trabajo doble de contexto y de interpretación para que la gente la lea y la entienda. El área internacional, por su propia naturaleza, requiere un trabajo interpretativo y analítico más que cualquier otra. No quiero decir con esto, que las otras no, las otras también, pero mucho menos. Incluso que la política local, porque en ella el público está más familiarizado, maneja ciertos códigos, sabe quiénes son los distintos personajes y situaciones, tiene los referentes más o menos claros, algo les suena, no?

Por lo general, yo creo que el público de prensa escrita quiere estar un poco más informado que el público, podríamos decir entre comillas, de masas, o de la televisión. Entonces no, ciertamente no, no puede ser el periodista de ningún tipo, de ninguna plataforma, de ningún lugar y menos aún el que trabaje con información internacional, un simple transmisor de información. Es mucho más que eso, más aún en los tiempos de hoy. Para poder competir con las plataformas, con televisión y con Internet, en la prensa escrita se necesita ese trabajo extra, esa interpretación, formación de opinión. Es en el fondo, entregar la información bastante más masticada, digerida que simplemente transmitirla en bruto.

#### CRISTIÁN BOFILL – SOBRE FUNCIÓN Y TRABAJO DE LOS CORRESPONSALES

##### **¿Entonces cuál es el plus que le va dar a La Tercera tener corresponsales?**

A ver, primero yo creo en el corresponsales o de mucho prestigio o gente realmente cuya firma le da el valor agregado a la noticia. Creo que Álvaro Vargas Llosa le da valor agregado cuando él va a la convención demócrata. No es lo mismo que él firme un artículo a que venga de Reuters o que venga otro periodista. A mí lo que más me gusta son los corresponsales chilenos afuera porque son capaces de hacer paralelos dar la mirada chilena, de reportear cosas que nos interesan... yo creo que eso es muy difícil todavía en Chile. Creo que, en Brasil, y en esa época en que yo me formé, tu tenías en paralelo dos carreras, que no eran excluyentes pero tu partías como reportero y podías

pasar por los cargos ejecutivos como editor, qué sé yo, y llegar a ser director de un diario. Y lo otro, la gloria era ser corresponsal en Washington, después de haber pasado por Buenos Aires, haber pasado por países y por otros lados. O sea, en si misma una carrera. Tengo entendido que la televisión norteamericana también, un tipo va de corresponsal en Londres y después de ser corresponsal en Londres va de jefe. En general, los grandes cargos... hay una carrera y aquí no hay. Yo creo que uno de los problemas que tenemos primero es que aquí el periodismo es bastante subdesarrollado, y se irá a desarrollar junto con el país, yo creo que ya se está desarrollando junto con el país, y después también la cordillera y el mar nos pesan.

#### ADREW RADOLPH - PRENSA LIBRE Y FORMA DE TRABAJO DE LOS CORRESPONSALES

Bajo la idea de una prensa libre, se debe aceptar que necesariamente existirán periodistas mentirosos y tramposos, para que el resto de los profesionales puedan hacer lo que quieran. En el caso contrario, por razones políticas, lo utilizarán en contra tuyo.

En un escenario de total libertad de expresión, provoca una discordia entre periodistas y, en el mejor de los casos, un veto del público hacia los periodistas.

Pero en el caso de que exista una regulación, ¿en contra de quién lo van a usar? No en contra del periodista tramposo, lo van a usar en contra tuyo cuando decidas hacer una historia sobre por ejemplo los abusos que se están generando en las cárceles. Y no vas a poder realizar tu trabajo como corresponde.

Por lo general, el trabajo del periodista, al contrario de lo que se suele suponer, no consiste en dismantelar grandes secretos de cómo el gobierno u otra entidad está obrando. "No se trata de pillar a los malos con las manos en la masa", más bien se trata de exponer información que al poder, cualquiera que este sea, le signifique una vergüenza. Las distorsiones, lo que ocultan y las modalidades de cómo operan.

Yo me imagino ahora la guerra en Irak, pensemos en los eventos en Fallujah. Los EE.UU. fueron derrotados en Fallujah, esa es la verdad. Mandaron a 2500 marines para asegurar cierto objetivo. Y les dijeron que fueran a buscar a los perpetuadores de los crímenes cometidos por esos rebeldes que quemaron los cuerpos. Bueno primero, los marines no están entrenados para eso... No son un cuerpo policial. Cómo quieren que los marines, que viene del Bronx o de Kansas, que no hablan árabe, entren a esta ciudad y localicen a gente. Y más encima en una cultura diferente. Su éxito tiene tantas posibilidades como si yo me dedicase a buscar a gente en Santiago. Y así finalmente los

marines se tuvieron que retirar, y eso es una derrota. Pero no fue señalado de ese modo en la prensa. Más encima después ponen a cargo este genera de la época se Saddam que era el responsable de un sinnúmero de abusos.

Cuánta de esta información está siendo cubierta por la prensa, cuánto de esto, ven o entienden los periodistas que están en el lugar. Todos dicen que están aliados a las tropas en su cobertura de la guerra, pero ¿qué vas a reportear si estás rodeado de tropas militares? Y esta es gente que te está protegiendo. Tú te pasas a sentir parte de ellos. Son estadounidenses también. Qué vas a escribir finalmente sobre ellos ¿Qué no tienen idea de lo que están haciendo? Por eso remarco que hay mucha presión en estas situaciones y en esta gente que aparte también está leyendo lo que escribes. Y tu sales con ellos... Obviamente uno desarrolla simpatías o cercanías.

CRISTÓBAL MARÍN - INTERÉS POR LAS NOTICIAS INTERNACIONALES,

**Periodista:** En qué estamos en este minuto, como al filo del mundo o estamos quedando atrasados en algo? ¿qué es lo que todavía no se logra entender ...?

**Entrevistado:** A ver, yo creo que la sociedad chilena ha sido lenta en entender las necesidades de manejar lo que está pasando en el mundo, hay poca y uno lo puede ver en los noticiarios de televisión que han aumentado pero hay poca cobertura de los problemas internacionales, económicos y políticos y hay poco interés de parte de la audiencia sobre eso.

**Periodista:** Por qué?

**Entrevistado:** No sé yo creo que son falta de visión de decir lo que va a ser importante, ahora esto ha aumentado, ha mejorado, Chile antes era mucho mas cerrado, mucho mas...

**Periodista:** Pero, por nuestra historia o por...?

**Entrevistado :** No, porque bueno... no, no sé, por problemas del nivel cultural de la población, los niveles de... no había esta necesidad comercial de... como tan fuerte como ahora de hacer intercambio con el resto del mundo y todo lo dispuesto a través de eso, no sólo a nivel de la elite sino a nivel de cuocientes medios y hoy nos enfrentamos con que

unos mueblistas en Temuco que están exportando no sé cuantos millones de dólares a China y ahora le siguen vendiendo no sé cuanto...las mismas universidades también han participado de este desarrollo (...)

LUIS ALBERTO PINO - COMPARACIÓN ENTRE EL MERCURIO Y LA TERCERA

**Periodista :** **Por ejemplo si hoy día tomamos El Mercurio y La Tercera, ¿hay los mismo temas crees tú? Personal con el que cuentan ustedes tienen corresponsales, ¿estarían los mismos temas o El Mercurio tendría...?**

**Entrevistado :** Comparado con La Tercera yo creo que El Mercurio tiene una agenda bastante más amplia, básicamente por que El Mercurio, por dos razones, una es un tema de espacio, claro, por tema de espacio físico digamos están dedicados y dos recursos, que se expresa mucho sobretodo en la capacidad de corresponsales, La Tercera no tiene de hecho, no tiene corresponsales, El Mercurio sí tiene corresponsales por lo menos en los principales países que tienen interés para Chile, entonces ya eso genera.. tenemos, la pregunta es si tenemos más pauta propia que La Tercera, yo creo que sí

**Periodista:** **Pero a la larga, en la práctica tienen las mismas noticias...**

**Entrevistado :** Las grandes noticias claro que vamos a coincidir, si hay una matanza no sé, un 11 de septiembre lo va a llevar todo el mundo, pero cuando no son o cuando no se trata de grandes noticias que son obvias que las vamos a llevar todos los diarios del planeta tierra, ciertamente yo creo que hay una pauta propia más compleja, más rica en El Mercurio. A lo mejor por un tema recursos y un tema de espacio, esas dos razones

**Periodista:** **¿Tú crees que el carácter de noticia, de que algo es noticia lo dan los medios?**

**Entrevistado :** Sí, el simple hecho de que el medio la seleccione y la publique es... claro, el medio determina qué es noticia y qué no, por noticia entiendes lo que se publica o lo que se transmite o lo que se televisa, es que en ese sentido... claro, en esa medida pasa a ser realidad para la gente que si ningún medio chileno se preocupa de contar qué

hubo en Venezuela, evidentemente no es conocido para el público, y como no es conocido, no existió, no pasó, claro, si, los medios determinan qué es noticia y qué no. La apuesta es que tu selección sea considerada la mejor selección por el público, eso es todo el juicio del negocio, digamos, no hay otro, pero si, si claro, esa es la pega de los medios, yo no veo con desconfianza... Yo no entiendo, hay como todas estas teorías conspirativas que se dan en torno a los medios, bueno, es verdad los medios tienen intereses, de partida por que son empresas, de partida son negocios, ganan plata y hay que pagar, tienen que pagar el sueldo todos los meses, de alguna parte tiene que salir y si, pero de ahí a... o sea, hay cosas que sí tienen ciertamente hay líneas editoriales, hay intereses ideológicos, partidistas, pero como todo, porqué no, y es que no existe otro. Yo en ese sentido soy muy incrédulo, o sea el tema credibilidad dura, aparte que hay una lata. El mundo sería una lata si no hubiera oposiciones, si no hubiera apuestas y si todo fuera, si existiera la neutralidad total, no sé, encuentro uno tiene que hacer apuestas

**Periodista: Uno podría hablar de que hay una similitud aparente del punto de vista que estos dos grandes consorcios, en noticias internacionales, con intereses ideológicos prácticamente iguales y por ende siempre van a coincidir en ciertos temas ...**

**Entrevistado :** Yo, para serte sincero, en internacional sobretodo, creo que en otras áreas como la política local hay otros códigos, pero en internacional creo que es mucho menos de todo lo que se teoriza y se intelectualiza fuera de nuestro ámbito. Creo que es bastante más simple de lo que parece, realmente yo te digo de partida porque no hay tiempo para, decir bueno de acorde a nuestros intereses y la imagen que ponemos...la noticia es bastante menos procesado que eso.

PEDRO SCHWARZE – SOBRE PÚBLICO CHILENO E INTERÉS DE LECTORÍA

**Entrevistado :** Hablando objetivamente, el mercado chileno es bien flojo, yo sé eso digamos, pero es que hay distintos públicos a los que tú puedes aspirar. Objetivamente el lector de diarios en Chile es muy escaso, comparativamente con otros países, no sé, por decirte, yo no tengo las cifras claras digamos, pero en Chile se venden un diario cada 10 personas, en Argentina es 1 cada 5, en Uruguay es 1 cada 2. Así que es una cuestión que uno lo nota digamos. Ahora también influye en que haya ido creciendo esto del diario Las Ultimas Noticias y también los diarios gratuitos, que meten el bichito de querer leer más.

## **SOBRE LA TERCERA Y EL MERCURIO**

**Periodista:** ¿Cuáles serían los elementos diferenciadores que les va a permitir “ganar” en la competencia con El Mercurio?

**Entrevistado :** En el tema internacional nosotros tenemos temas mucho más amenos, mucho más cercanos a la gente y con una apuesta de presentación mucho más, no quiero usar la palabra “entretenida” pero a la larga, a ver... Tú, a un tema nuestro puedes entrar o por la foto o por el título o por la ecografía o por el recuadro. Es más didáctico, es un tema de apuesta de presentación. No sé, El Mercurio lleva las fotos, aparte de fotos rarísimas y el tema y nada más y eso a pesar, bueno eso uno siempre le critica a la competencia, en este caso El Mercurio, a pesar de los recursos que tienen, ellos tienen... Nosotros, no tenemos nada comparado con lo que tienen ellos, porque ellos tienen servicios de todo ... aparte todo eso, lo aprovechan de una forma, no sé... muy mala.

**Periodista:** Y con respecto a La Nación, si bien tiene una sección que es más pequeña, con mucho menos recursos, existe. ¿ las ves, las lees tú?

**Entrevistado :** No

**Periodista:** ¿No es tu referencia ni de tema ni de nada?

**Entrevistado :** Uno tiene que leer, a ver, lo tomo de otra forma y en eso digamos El Mercurio, no sé si para bien o para mal, pero El Mercurio por ejemplo si nosotros ponemos una nota de un tema y El Mercurio pone el mismo tema igual el mismo enfoque y les da lo mismo lo que nosotros publicamos, nosotros igual nos conformamos de que algo nos saca El Mercurio, a pesar que tengamos lectores distintos. Pero bueno, para nosotros la competencia es así, si es que un tema lo saca El Mercurio nosotros no lo sacamos generalmente, a veces se trata de un tema que hay que sacarlo igual pero con La Nación no es así, el público digamos que tiene La Nación, no se si vende algún ejemplar La Nación

**Periodista:** Pero la parte internacional

**Entrevistado :** No, no, independientemente digamos de un tema, a lo que voy es que a nosotros no nos marca digamos, no es competencia, no nos marca la pauta o no va a pelear la pauta con nosotros La Nación, yo raramente abro La Nación, igual es penca por los que están trabajando ahí pero...

**Periodista: ¿Los conoces tú?**

**Entrevistado :** Bueno, me he topado pero la verdad que el costo de trabajar en un medio digamos poco leído digamos muchas veces

**Periodista: ¿A qué crees que se puede deber en este que sea poco leído, a que es un medio oficialista?**

**Entrevistado :** Claro, tiene poca credibilidad y que está marcado por una historia y también digamos por otras cuestiones. La Nación hizo una apuesta, después se le fue un lote de gente, que a mi manera de ver, le traía cosas buenas a La Nación. Creo que fue un error que esa gente se fuese, aunque ellos tomaron la decisión de irse y sin desmerecer el trabajo que estén haciendo me parece que no es un buen medio, tú no te informas con La Nación

**Periodista: ¿pero tú crees que la prensa escrita en la actualidad sea para informarse?**

**Entrevistado :** A ver, en algunas cosas sí y en algunas cosas no. Porque muchas veces los medios y en paralelo la radio, la televisión se quedan solamente en los titulares de las noticias entonces, ahí en los diarios aparecen más,. Ahora muchas veces la radio y la televisión te informan las noticias y ahí está la función de los diarios para profundizar el mismo tema. A veces informa y a veces profundiza, obviamente la apuesta es informar y profundizar pero yo me acuerdo del año pasado, había un tema con un informe del Pentágono, sobre cómo la crisis climática iba a afectar al mundo en 50 años más, todos iban a vivir a patadas, iba a haber guerras por el tema del agua y yo me acuerdo que nosotros lo hicimos como noticia y eso era la noticia. Obviamente que mucha más profundidad se le puede dar porque también digamos hay una cuestión de tiempo que

juega en contra con la radio y la televisión. Yo vi la nota ese mismo día en TVN y daban vueltas y vueltas en el título y no avanzaron más allá de eso. No dieron ningún dato concreto de cómo iba a ser el mundo en 50 años más, lo cual me pareció muy penca. Además, yo sé que hay una apuesta distinta de meterse en los temas internacionales, y ahí se cayeron. Ahí es donde nosotros vamos, no solamente a dar los temas en profundidad sino que además vamos a informar porque, ahí lo único que hicieron fue dar vueltas en el tema sin entrar al detalle de porqué va a pasar.

ROBERTO MÉNDEZ – SOBRE PRENSA ESCRITA Y SISTEMA DE MEDIOS

**Periodista:** **Partamos por la caracterización y la diferencia que tiene los medios escritos a diferencia de los otros medios.**

**Entrevistado:** Justamente el hecho de que la sociedad chilena, especialmente la última década, ha sufridos muchos cambios, y a mi modo de ver, los medios de comunicación no han terminado de adaptarse. Entonces, el proceso de cambio ha sido bastante profundo en cuanto al rol de los medios, en cuanto a las pautas, sus contenidos, en cuanto a cómo llegan a diferentes grupos socioeconómicos, yo creo que esto se nota, en muchas cosas. Se nota por ejemplo en los tres principales canales de televisión, que hoy están en cambios físicos, serios, TVN cambiando su directorio, Canal 13 tuvo una profunda crisis, yo diría una gran discusión que salió a los medios, de su línea editorial. Chilevisión tiene nada menos que a su director ejecutivo declarado reo. Entonces de alguna manera u otra, los canales de televisión están en este proceso de ajuste a esta nueva realidad. Que el país, y con tropezones y con problemas económicos, conflictos sobre la...líneas editoriales... cada uno en su tema.

Los diarios y los medios escritos también, a mi modo de ver, de una manera quizás menos vistosa están sufriendo estos procesos de cambios, producto de la competencia que ha significado la televisión y la radio, que yo creo se ha renovado mucho también como medio en estos años, y la aparición de unos medios, que siempre han existido en Chile pero que por razones...también que son estos diarios marginales como son estos diarios... el The Clinic, Plan B, o La Nación Domingo, que han aparecido con gran fuerza y han ocupado ciertos mercados, los diarios gratuitos, en fin, hay todo un proceso de reorientación. Si uno analiza lo que pasó, por ejemplo con el diario Las Últimas Noticias, que de ser un diario marginal, una imagen de ser un diario para viejos, para jubilados, da un vuelco editorial hace unos tres o cuatro años atrás y se convierte en uno de los diarios más vendidos del país, apelando a una temática muy específica y a unos públicos

distintos. Si uno analiza a La Tercera El Mercurio, por decir los diarios más tradicionales, también hay una profunda búsqueda de llegar de una manera distinta a las audiencias. Yo siento que, es difícil tu pregunta para decir cuál es el elemento magistral que caracteriza los medios escritos. Yo creo que los medios escritos han enfrentado en Chile a una baja en los niveles de lectura, a un abandono de cierto grupo como son los jóvenes por ejemplo que la han reemplazado por la televisión, por el Internet , y por otros medios alternativos, o por estas nuevas alternativas de diarios, más orientado a sus intereses. Ha perdido sintonía con los sectores medios de la población, que han abandonado o han dejado la lectura de diarios, han reemplazado también por la televisión, entonces hay un proceso de los diarios de replantear su rol y no quedarse exclusivamente en los sectores más acomodados más cultos, o la gente más vieja. Los diarios están en un profundo proceso de cambio que a mi modo de ver no ha terminado, yo creo que lo que ha hecho Las Últimas Noticias, The Clinic o La Nación Domingo son modelos que nos muestran que hay espacios para un replanteamiento de los medios escritos bastante profundo y si uno analiza los contenidos del diario El Mercurio que ha cambiado no solamente su formato sino también, profundamente sus contenidos, no cierto, si uno ve La Tercera, su orientación hacia las mujeres, el cuerpo de reportajes del día domingo. Ya no son La Tercera o El Mercurio que solíamos conocer.

Todo esto este proceso de cambio está teniendo lugar y yo veo un esfuerzo de estos diarios por reorientarse a este nuevo público, a esta nueva realidad social, a coexistir con el Internet que ya la noticia... hoy por ejemplo un rol que tenían los diarios que era informar primero cuando sucedía un hecho, ya no lo tienen porque la gente por los medios por la radio o por la televisión se entera mucho antes, y por Internet incluso puede conocer detalles fotos, entonces ya el diario tiene que tener un rol distinto yo creo que el diario debe redefinir, profundizar, contextualizar la noticia, de meter temas que interesan a la gente, como por ejemplo analizando los temas de cambios en la sociedad, lo que sucede en espectáculo, lo que sucede en tecnología, lo que sucede en temas de salud, cómo alimentarse bien, como bajar de peso. Toda esa temática que se podría decir que no es estrictamente noticiosa sino que es una especie... son noticias de alguna manera, pero no de la pauta normal sino que son de otros aspectos de la vida. Lo que está pasando en Internet, los diarios dedican grandes páginas, además que tiene sus propios sitios y se complementan con ellos, tu ves que le dedican páginas enteras a comentar los principales sitios, lugares de cultura, de entretenimiento, lugares de salud. Entonces ha habido un esfuerzo en los diarios de completarse con otros medios y de redefinir su rol

entorno a ello. Si yo creo que probablemente la fuerza de la competencia va formando este proceso en forma exitosa.

**Periodista: Yéndonos al área internacional. Algunos periodistas mencionan que tras el gobierno militar hubo una baja en contenidos, otros postulan que, por el contrario nos enfrentamos a una apertura... ¿hoy en qué estamos a su parecer?**

**Entrevistado:** Estudios que hemos hecho, tanto para la televisión como para los diarios, es que durante los noventa curiosamente hubo un descenso en el interés de las personas por la noticia internacional. Quizás el gobierno militar fue una de las causas de eso, pero lo importante es que eso fue real, los medios lo sintieron y de alguna manera fueron disminuyendo en minutos y en páginas lo que se dedicaba a los temas internacionales. Lo que se decía es que los chilenos no estaban interesados en los temas internacionales a menos que afectara de alguna manera a Chile. Si el tema por algún motivo, directa o indirectamente afecta los intereses chilenos o nuestra situación económica, ahí sí se produce interés. Salvo grandes temas, no cierto, no sé, las torres gemelas obviamente es una mega noticia, pero que sucede una vez cada...

Afortunadamente no sucede muy seguido, pero para el día a día de la noticia internacional, los conflictos políticos de los gobiernos de las relaciones europeas y estado Unidos a veces no, no coincide con nuestros intereses. Pero, sin embargo, en los últimos años, yo creo que hay una cierta vuelta en este sentido porque los medios han detectado estos cambios y han reorientado su cobertura de las noticias internacionales no sencillamente poniendo los cables tal como vienen sino haciendo un esfuerzo por relacionar esas noticias a la realidad chilena.

Si hay una guerra en Irak o un conflicto, bueno cómo puede eso afectar. Si hay un conflicto en Europa bueno cómo puede eso afectar el consumo de los productos chilenos, de fruta de salmón, de vino y eso finalmente amenaza toda la economía. En la medida que se relaciona la realidad internacional con la realidad chilena hay interés. Y segundo ha pasado un fenómeno que la economía se ha ido abriendo, tanto en los noventa por la baja de los aranceles, por los tratados de libre comercio de alguna manera más y más chilenos se dan cuenta que su trabajo que su perspectiva económica están relacionadas con lo que pasa fuera de Chile. Piensa tu, cuántas personas trabajan aquí en Chile en empresas españolas, norteamericanas, en fin, ocurre que hoy por ejemplo si hay un atentado en Madrid, por decir algo, resulta que aquí hay cientos de miles de personas que

trabajan para empresas relacionadas con la economía española. Son decenas de miles de personas. O bien trabajan en compañías que exportan productos, vinos, salmones, frutas mineras, entonces eso también ha hecho que la gente sienta que lo que sucede en el ámbito internacional, tiene un potencial de afectar su vida, sus perspectivas, positiva o negativamente. Eso también ha hecho que hoy la gente se interese más por los temas. Hoy hemos visto de forma dramática como una crisis en argentina, que a lo mejor algunos chilenos ven con cierta indiferencia finalmente por el problema del gas, termina afectándonos y podemos terminar, a lo mejor, sin calefacción o sin electricidad. Por lo que hay una sensación de inserción de Chile en el mundo pero también obviamente de interdependencia estamos más a merced de lo que pasa afuera y yo creo que eso está creando un nuevo interés y que la gente siga con más interés los procesos electorales en España. Yo creo que hace unos años atrás a la gente le daba lo mismo si el presidente era Aznar o Zapatero, hoy la gente le interesa por lo menos saber quién es el presidente nuevo, qué orientación tienen, cuál será su posición frente al comercio internacional , hacia las inversiones españolas afuera, en fin. Yo creo que hay todo un proceso que probablemente si los medios se adaptan y relacionan estos, yo creo que van a lograr reencantar el interés de público por los temas internacional. Yo creo que, claro, esa cobertura internacional de *copy paste* de los cables que llegan de las agencias internacionales sin ninguna especie de adaptación va a arrojar claro, menor interés.

**Periodista:** Frente a este escenario ¿cuáles serían las debilidades del público?

**Entrevistado:** Yo creo que, en general, la gente no tiene mucha capacidad de integrar estos cambios a su propia vida, pero justamente ahí está el papel de los medios, de los periodistas de hacer fácil esos temas. O sea los medios no pueden decir mire aquí está lo que pasó, vea usted cómo lo acerca. Yo creo que justamente el desafío para los medios escritos especialmente, es hacer esos cambios, que se cuente de manera fácil, no pensar que el otro, que el consumidor va a ser esa fase, si hay un nuevo gobierno en España o hay una elección en España, bueno decir cómo eso nos puede afectar.

**Periodista:** ¿Y eso Usted cree que los medios lo hacen?

**Entrevistado:** Yo creo que están esforzándose en hacerlo, yo creo que no es una cosa generalizada pero están esforzándose en hacerlo, en algunos casos es muy obvio, claro cuando una hecatombe, una crisis económica muy grande, un atentado terrorista, el

puede ser muy obvio, pero hay veces en que no. Y ahí es cuando se espera del periodista y la gente definitivamente lo espera, que los medios hagan ese puente más fácil, yo creo que hay una mejoría en este sentido, la misma competencia está obligando a que se haga.

**Periodista: ¿Y cuáles serían las debilidades del periodismo o de los periodistas en esta misma labor?**

**Entrevistado:** Yo creo que va justamente por esta línea. No relacionar temas internacionales con la realidad propia, sin hacer una mayor jerarquización, un mayor análisis o relación con la realidad internacional. Hay también muy pocos columnistas muy poca opinión, como que los medios se han limitado históricamente a reproducir lo que viene de afuera, y yo echo de menos y los consumidores también echan de menos que hay pocos columnistas con opiniones, con opinión hablando de temas internacionales. Vemos que hay muchos hablando sobre temas nacionales, de política interna, sobre procesos sociales, yo mismo escribo columnas en algunos medios, pero no de temas internacionales, y yo creo que la gente lo hecha de menos.

Las páginas de internacional en los diarios son como lejanas, no relacionadas con nuestra realidad, sin opiniones, hay una elección de un gobierno socialista en España, y yo no he visto ninguna sola análisis de opinión de qué puede significar esto para la economía chilena con contarte que el principal inversionista extranjero que tenemos en Chile es España. Yo creo que ahí le falta a los medios crear esos espacios. Yo creo que una de las cosas que falta en general, es que la gente quiere más análisis, comentarios, proyecciones. Ello se logra probablemente a través de columnistas, a través de reportajes, y van a tener que incluir más opinión.

**Periodista: ¿Podría esto deberse a la falta de diversidad de medios en Chile?**

**Entrevistado:** En el tema internacional no sólo hace falta una mayor diversidad, no hay posición, yo creo que no, yo creo que probablemente hoy día la gente no sería capaz de identificar posiciones determinadas con respecto a las noticias internacionales, porque en gran medida todavía están fielmente y simplemente reproduciendo lo que pasa afuera entonces, algunos medios le dan más cobertura otros medios le dan menos cobertura, pero yo creo que la gente no distingue puntos de vistas, posiciones, de los medios o de personas en los temas internacionales.

Por ejemplo piensa tu que hace algunos años a tras había comentaristas, que creo fueron importantes pero hoy como que esos personajes, como Ebensberger, de la Maza, han perdido importancia y no han sido reemplazados por otros. Y yo creo porque también falta gente como tú que tiene interés por estos temas, que integraran nuevos análisis.

**Periodista:** ¿Quién podría tener más peso en este proceso de cambio, ese actor que pudiera causar un efecto dominó en el resto de los medios escritos?

**Entrevistado:** Yo creo que los medios tienen distintos públicos y llegan a distintos universos económicos, diversos estratos, y cada uno tiene que hacer su tarea.

Si yo tuviera que analizar la parte internacional, yo sería tan crítico de La Nación como de El Mercurio, la verdad es que nadie lo está haciendo muy bien. Aquí no hay un líder obvio, que uno pudiera decir éste es realmente el medio que lo está haciendo muy bien en materia internacional. Yo creo que cada uno tiene que hacer su tarea, pero no me imagino que la cobertura internacional de La Nación tenga que ser igual a la de El Mercurio porque sus públicos son distintos, tiene interese distintos y debería cada uno esforzarse por orientarse mejor a su publico determinado. Yo creo que los dos tiene ventajas, probablemente La Nación se sienta más cercana a la Concertación, mal que mal es el medio del gobierno no es cierto, y obviamente totalmente distinto a un lector de El Mercurio que a lo mejor son más empresarios, gente más ligada a la economía a las empresas, políticamente más cercana a la derecha. Pero cada uno tiene que darle a su público eso que aquel espera. Y los puntos de vista. Y yo creo que para dos, y ninguno de los dos lo tienen, son buenas opiniones de gente que tenga autoridad. A mí me gustaría encontrar columnas, una o dos, con puntos de vistas sobre qué significan las cosas.

**Periodista:** ¿Dónde se informa Usted?

**Entrevistado:** Yo estoy suscrito a muchas revistas internacionales. Yo creo que mucha gente que está realmente interesada en los temas internacionales, que lo que hace es Internet. Maravilloso ese juguete, puedes ver el New York Times, Washington Post o el diario El País, tu puedes mantenerte muy conectado. Pero claro probablemente corresponde a una minoría que hoy tiene acceso a Internet, que tiene la posibilidad de hacerlo, o leer inglés.

Yo te diría fundamentalmente eso. Los grandes medios que por lo demás obligan a los medios nacionales a hacer excelentes en estas materias porque ya no tiene el monopolio, toda la gente más educada con más posibilidades, más jóvenes, tienen medios y

disponen de medios para ir directamente a las noticias internacionales. Yo tengo en mi página, en mi portal básico, alerta de noticias. Y yo creo que mucha gente vive así, conectada.

**Periodista:** ¿Y el grueso de los chilenos?

**Entrevistado:** Bueno tiene que informarse por los medios tradicionales, la radio, la televisión... Pero yo diría que cada vez más.... Y si bien hoy muchos están remitidos a los medios nacionales... en el New York Times yo no voy a encontrar una relación con la realidad chilena, el New York Times me da el punto de vista para el público del el New York Times, pero no la da desde el punto de vista de la realidad chilena, y yo creo que ahí está en pase que los diarios tiene que llenar porque sino van a ser superfluos, van a remitirse a aquellas personas que no tienen acceso a las fuentes internacionales y esos son cada vez menos.

**Periodista:** ¿Los periodistas...?

**Entrevistado:** Yo me imagino, como en todas las cosas de la vida, las nuevas generaciones vienen mejor preparadas, pero muchos van a ser obligados por las circunstancias, por la realidad competitiva de los medios...

**Periodista:** Noto que Usted es muy de la idea de la competencia y los flujos que se crean a partir de ella, pero ¿no existe la posibilidad de hacer cosas para generar cambios? Introducir iniciativas para poder cambiar la realidad actual...

**Entrevistado:** Si, yo tengo una idea que es más o menos escéptica a la ingeniería social, tú puedes crear una posibilidad, de acuerdo a algún proyecto, pero yo creo que las sociedades evolucionan de acuerdo a los cambios que están ocurriendo en el mundo, de acuerdo a las tecnologías, de acuerdo a los procesos internos. Entonces yo creo que, sobre todo en el área de la comunicación, lo que tienen que hacer los medios es entender y ver hacia dónde van estos cambios y adaptarse a ellos lo mejor posible. No me los imagino desde el punto de vista constructivista de "yo quiero que la sociedad vaya para allá y hago acciones". Eso no corresponde a los medios, es una tarea probablemente, si acaso, personal. Ya es bastante difícil captar los procesos personales y adaptarse a ellos para tratar de liberarlos y ya... Ahora lo que si, a nivel estatal, hay materias que hacen que este proceso se acelere o que lleguen a todas partes.

El tema de Internet es una gran herramienta de avance. Mira por ejemplo el caso del Censo, nos muestra que apenas 10 % tiene acceso a Internet. En la gente joven es mucho más alto, porque ellos tienen acceso a través del trabajo o del lugar de estudio, pero en los hogares, uno se da cuenta que hay una suerte de inequidad. Claro, la gente que tiene acceso a Internet, está privilegiada porque tienen más acceso a información y a más productos, y evidentemente lo que pueden hacer en el gobierno, es tratar de masificar esta cosa, hacerla más disponible, y hay muchos proyectos, subsidiarios, a través de las escuelas. Y eso es correcto, eso se puede hacer, ahí no estamos construyendo una sociedad sino promediando ciertos aspectos que son demasiado lentos o demasiado limitativo.

Son los mercados, los mercados funcionan... es una antigua concepción, la planificación central o el mercado. Y los mercados y los procesos funcionan por los incentivos que están ahí y es poco y muy ingenuo, si tu quieres, que uno planifique hacia dónde quiere ir la sociedad.

**Periodista:** Le planteo la pregunta porque se dice que en Chile o en Latinoamérica, nosotros nos quedamos con un legado, y es lo que se enseña en las universidades; que los periodistas somos comunicadores sociales, con las responsabilidades que de ello deriva...

**Entrevistado:** A ver, yo creo que si los medios de comunicación tienen una responsabilidad, obviamente, pero creo que esa responsabilidad no es, a ver...saber dirigir a la sociedad, tu te refieres seguramente a temas valóricos, pero no pueden insertar noticias no pueden ... a las personas, en fin, hay muchas cosas que la prensa no puede hacer pero yo creo que su rol viene dado por los conocimiento de su gente, por los escritores y por las audiencias que son, que van marcando lo que ellos quieren escribir, es como una empresa de alimentos que pretendiera entregar no lo que la gente quiere comer sino aquello que debería comer. Pueden hacerse esfuerzos en ese sentido para educar a la gente, a que no coma por ejemplo productos que engordan que tengan colesterol, claro se pueden hacer esfuerzos para que la gente viva mejor, pero pretender que a la gente no le vamos a dar hamburguesas sino que le vamos a dar fibra, esa es una cuestión que va a una concepción muy distinta.

**Periodista: ¿Cómo lo hago hoy, como periodista, con un público que compra las Últimas Noticias?**

**Entrevistado:**

Cuando uno estudia a los consumidores uno se da cuenta que no sólo de espectáculos vive el hombre, de verdad hay interés por lo que pasa con los medios. Darse cuenta que en el tema internacional es donde más dramáticamente se nota, lo que sabemos es que no es que a la gente no le gusten las noticias internacionales le interesa, pero le interesa en la medida que se relacionen con su vida, con su futuro, y con el futuro del país, y ese es el puente que los medios tienen que hacer, pero el interés está y lo que va a diferenciar a los medios exitosos, de los que no los sean, de los periodistas exitosos, son aquellos que sean capaces de hacer esta relación, y que obviamente hoy un comentarista que está relatando lo que está pasando en Irak, como quien cuenta un cuento, no relacionado con la vida, esto no funciona.... Decir que no hay interés no es justo, no es correcto. No es un público aislado o atontado... ese sería un diagnóstico que no toma en cuenta los aspectos más profundos. Hay que pensar también en las otras instituciones que tampoco han podido cambiar a la velocidad de las transformaciones sociales, los políticos por ejemplo, la iglesia, que perdió como el rumbo de su discurso, no llegan a la gente.

**Periodista: Pero por lo que Usted me dice, ningún medio parece estar dando la respuesta debida a esta problemática, ¿estarán investigando sus públicos?**

**Entrevistado:** Bueno, si, yo conozco mucho de eso porque nosotros hacemos estos estudios, específicamente nosotros trabajamos con El Mercurio, y yo diría que son dos cosas, uno: hacen estudios para tratar de entender a este público, para interpretar sus públicos específicos, como pueden ser los jóvenes, los sectores medios bajos, o sea se hacen enormes esfuerzos por conciliar esos aspectos y también hay un esfuerzo por adaptar el contenido de esos medios, a sus públicos. El Mercurio en un ejemplo muy obvio, que acaba de cambiar su formato, justamente debido a que a mucha gente le incomodaba el tamaño del diario en las mañanas.

Descubrimos por ejemplo, que mucha gente lee el diario, en la micro o en el metro mientras se dirige al lugar de trabajo o estudio, y evidentemente un diario es demasiado grande es muy incómodo, se ha descubierto que a la gente le interesaban temas de sociedad, de tecnología, de salud, y si uno revisa los contenidos de El Mercurio uno se da cuenta que todos esos temas están. Y eso el público lo ha mencionado.

Toda la transformación de las Últimas Noticias, es producto de los estudios que hizo Adimark directamente, participamos activamente en la transformación del diario y hoy es uno de los más vendidos. Se puede criticar su orientación pero evidentemente de tremendo éxito, o sea es un mercado que existe. Entonces si, los medios hacen sus estudios y los desconozco porque son competidores, pero La Nación, o La Tercera estoy seguro hacen sus propios estudios. Y uno ve La Tercera como ha evolucionado y como hoy es otra...

**Periodista:** Esto parece ser como la rueda del ratoncito que da vueltas y vueltas y nunca llega a ninguna parte...

**Entrevistado:** Exactamente, es un eterno ponerse al día. Los procesos sociales son permanentes, o sea nunca va a ser estática, siempre va a ir evolucionando y por lo tanto casi va a ser una realidad que los medios, así como las empresas, van quedando atrás, el objetivo es que no se produzca un *gap* demasiado grande.

El problema se produce cuando se produce rápidos y violentos del cambio social, como los que ha habido en Chile en la década de los 90. Donde ahí a lo mejor estas diferencias de lo que le están ofreciendo los medios y esas son las oportunidades para la aparición de nuevos medios, que desaparecen otros, bueno y el óptimo es un óptimo nunca alcanzable en que los medios están perfectamente sintonizados con los intereses de la población. Eso claro, no va a ser posible... nunca, es como la felicidad, que cada uno, siempre la busca pero siempre hay algo que está por alcanzarse, o que no se tiene, o que se quisiera tener, en fin. Eso no importa, el concepto está ahí, y la vida es esa. El alcanzar niveles óptimos yo creo que en parte se va a solucionar, en parte con mayor información de los consumidores y probablemente también que las audiencias, con las tecnologías nuevas van a ser mucho más proactivas en armar sus propios medios, porque seguramente que lo que pasa, hoy hay tantas fuentes de información que una persona que tiene acceso a tecnología arma su propio menú informativo. Entonces una persona puede interesarse por leer todos los días el editorial del New York Times, y leer el del País, y El clarín, y además lee la página de espectáculos de las últimas Noticias y la cartelera teatral de La Tercera, y de alguna manera se lo arma y se lo lleva a su computador y es su medio, Y seguramente las tecnologías de futuros seguramente lo va a armar así.

## ANEXO Nº 6: TABLAS ANÁLISIS DE CONTENIDO COMPLETAS.

### EL MERCURIO

FECHA	PAG	PROD	CONTINENTE	PAIS	TITULO	EPIGRAFE	TEMA	FOTO	CANT	RECO	CANT	INFOG	CANTI	ESPACIO	ESPACIO NUM
1-mar	A4	A	AMERICA CENTRAL	HAITI	PAZ	CRISIS	GOBIERNO	F	2	Y	1	D	2	M	50%
1-mar	A4	A	AMERICA CENTRAL	HAITI	VIOLENCIA	REACCION	HUMANO	F	1	X		E		T	33%
1-mar	A4	P	AMERICA CENTRAL	HAITI	EMBAJADOR	CHILENA	DIPLOMACIA	F	1	X		E		O	13%
1-mar	A5	A	SUDAMERICA	VENEZUELA	PODER	BUSH	RELACIONES	F	2	X		E		T	33%
1-mar	A5	A	EUROPA	ESPAÑA	ATENTADO	ETA	TERRORISMO	G		X		E		BM	3%
1-mar	A5	A	EUROPA	ALEMANIA	OPOSITOR	ALEMANIA	ELECCIONES	G		X		E		BM	3%
1-mar	A5	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	MESA	BOLIVIA	GOBIERNO	G		X		E		BM	3%
1-mar	A5	A	ASIA	FILIPINAS	ATENTADO	FILIPINAS	TERRORISMO	G		X		E		BM	3%
1-mar	A5	C	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	EVACUACION	GAZA	CONFLICTO	G		Y		E		Q	25%
1-mar	A5	A	MEDIO ORIENTE	IRAK	CONSTITUCION	CONSEJO	GOBIERNO	G		X		E		O	13%
1-mar	A5	AYO	EUROPA	INGLATERRA	BLAIR	N	GENTE	G		X		E		BM	3%
16-mar	A4	S	EUROPA	ESPAÑA	SOSPECHOSO	ATAQUES	TERRORISMO	F	2	Y	1	E		M	50%
16-mar	A5	C	EUROPA	ESPAÑA	VUELCO	PRESIDENTE	GOBIERNO	F	1	Y	1	E		T	33%
16-mar	A5	A	EUROPA	ESPAÑA	GABINETE	PSOE	PARTIDOS	G		X		E		O	13%
16-mar	A5	C	EUROPA	ESPAÑA	ATENTADOS	ALQAEDA	TERRORISMO	F	1	X		E		Q	25%
16-mar	A6	A	SUDAMERICA	VENEZUELA	FALLO	VENEZUELA MEDIO ORIENTE	ELECCIONES	G		X		E		BM	3%
16-mar	A6	A	MEDIO ORIENTE	PALESTINA	NIÑO		TERRORISMO	G		X		E		BM	3%
16-mar	A6	C	SUDAMERICA	ARGENTINA	MENEM	INVESTIGACION	CORRUPCION	F	1	X		E		T	33%
16-mar	A6	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	MESA	PACTO	GOBIERNO	F	3	X		E		T	33%
16-mar	A6	A	EUROPA AMERICA CENTRAL	INGLATERRA	DIANA	LIBRO	REALEZA	F	1	X		E		O	13%
16-mar	A6	P	AMERICA CENTRAL	HAITI	TROPAS	HAITI	PAZ	G		X		E		O	13%
31-mar	A4	A	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	REFERENDUM	ISRAEL	PARTIDOS	G		X		E		BM	3%
31-mar	A4	A	ASIA	TAIWAN	ELECCIONES	TAIWAN	ELECCIONES	G		X		E		BM	3%
31-mar	A4	A	EUROPA	FRANCIA	GOBIERNO	FRANCIA	ELECCIONES	G		X		E		BM	3%
31-mar	A4	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	MINERO	DINAMITA	ATENTADO	F	1	Y	1	E		T	33%
31-mar	A4	A	SUDAMERICA	COLOMBIA	REPOSTULACION	COLOMBIA	ELECCIONES	G		X		E		O	13%

31-mar	A4	A	AMERICA CENTRAL	MEXICO	CORRUPCION	CUBA	CORRUPCION	F	1	Y	1	E		Q	25%
31-mar	A5	A	NORTEAMERICA	EEUU	BUSH	ELECCION	ELECCIONES	F	2	X		D	1	T	33%
31-mar	A5	A	NORTEAMERICA	EEUU	RICE	ATENTADOS	TERRORISMO	F	1	X		E		Q	25%
15-abr	A4	S	NORTEAMERICA	EEUU	SHARON	MEDIO ORIENTE	RELACIONES	F	1	X		D	1	M	50%
15-abr	A5	A	MEDIO ORIENTE	IRAK	CHIITA	IRAK	GOBIERNO	F	1	Y	2	E		T	33%
15-abr	A5	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	ALIADOS	N	GOBIERNO	G		X		E		T	33%
15-abr	A5	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	BUSH	EEUU	GOBIERNO	G		X		E		O	13%
15-abr	A5	S	NORTEAMERICA	EEUU	CIA	COMISION	TERRORISMO	F	1	Y	1	E		Q	25%
15-abr	A6	A	SUDAMERICA	PERU	PRIMERADAMA	PERU	CORRUPCION	G		X		E		BM	3%
15-abr	A6	A	NORTEAMERICA	EEUU	NIÑA	CALIFORNIA	HUMANO	G		X		E		BM	3%
15-abr	A6	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	GAS	REFERENDUM	GOBIERNO	F	1	X		E		Q	25%
15-abr	A6	AYO	SUDAMERICA	ARGENTINA	LABURO	N	GENTE	F	1	X		E		BM	3%
15-abr	A6	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	COMLOT	ARGENTINA	JUDICIAL	F	1	X		E		Q	25%
15-abr	A7	S	NORTEAMERICA	EEUU	KENNEDY	BIOGRAFIA	LIGHT	G		X		E		O	13%
15-abr	A7	C	EUROPA	ESPAÑA	MARROQUIES	ATENTADOS	TERRORISMO	F	1	Y	2	E		T	33%
30-abr	A4	C	EUROPA	FRANCIA	TURQUIA	UE	RELACIONES	F	1	X		E		T	33%
30-abr	A4	C	EUROPA	ESPAÑA	ZAPATERO	EXTERIOR	RELACIONES	G		X		E		Q	25%
30-abr	A6	A	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	SHARON	REFERENDUM	PARTIDOS	F	1	X		E		T	33%
30-abr	A7	AYO	SUDAMERICA AMERICA	BOLIVIA	OEA	CUMBRE	RELACIONES	F	1	X		E		O	13%
30-abr	A7	P	CENTRAL	CUBA	DENUNCIA	ENCARCELADO	JUDICIAL	F	1	Y	1	E		Q	25%
30-abr	A7	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	MENEM	PENAL	CORRUPCION	G		X		E		O	13%
30-abr	A8	AS	NORTEAMERICA	EEUU	BUSH	EEUU	TERRORISMO	F	1	Y	2	E		T	33%
30-abr	A9	A	EUROPA	VATICANO	REHENES	PONTIFICE	TORTURA	F	1	Y	1	E		T	33%
30-abr	A9	A	NORTEAMERICA	EEUU	ONU	ESCANDALO	CORRUPCION	G		X		E		O	13%
30-abr	A9	S	NORTEAMERICA	EEUU	SADDAM	N	TERRORISMO	G		X		E		Q	25%
15-may	A4	S	MEDIO ORIENTE	IRAK	ABUSOS	IRAK	TORTURA	F	2	Y	2	E		M	50%
15-may	A4	S	EUROPA	INGLATERRA	DIFICIL	BLAIR GRAN BRETAÑA	TORTURA	G		X		E		O	13%
15-may	A4	A	EUROPA	INGLATERRA	FOTOS	BREMER	ESCANDALO	F	1	X		E		O	13%
15-may	A4	A	MEDIO ORIENTE AMERICA	IRAK	BIENVENIDOS	BREMER	GOBIERNO	G		X		E		BM	3%
15-may	A6	A	CENTRAL	CUBA	ARENGA	MARCHA	RELACIONES	F	1	Y	1	E		Q	25%
15-may	A6	P	SUDAMERICA	PERU	INGOBERNABILIDAD	CONFLICTOS	GOBIERNO	F	1	X		E		T	33%
15-may	A6	A	SUDAMERICA	BRASIL	DISCULPAS	BRASIL	ESCANDALO	G		X		E		O	13%
15-may	A7	P	ASIA	INDIA	GANDHI	OPINION	ELECCIONES	F	1	X		E		Q	25%
15-may	A8	A	EUROPA	VATICANO	MATRIMONIO	VATICANO	RELIGION	G		X		E		BM	3%
15-may	A8	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	REHEN	BOLIVIA	SECUESTRO	G		X		E		BM	3%

15-may	A8	A	SUDAMERICA	COLOMBIA	GUERRILLEROS	COLOMBIA	GUERRILLA	G		X		E		BM	3%
15-may	A8	P	NORTEAMERICA	EEUU	DERECHOS	RACIAL	JUDICIAL	F	1	Y	3	E		M	50%
15-may	A8	A	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	RAFAH	GAZA	CONFLICTO	G		X		D	1	O	13%
15-may	A9	A	EUROPA	DINAMARCA	BODA	MATRIMONIO	REALEZA	F	2	Y	1	E		T	33%

## LA TERCERA

FECHA	PAG	PROD	CONTINENTE	PAIS	TITULO	EPIGRAFE	TEMA	FOTO	CANT	REC	CANT	INFOG	CANT	ESPACIO	ESPACIO %
1-mar	P7	AYO	AMERICA CENTRAL	HAITI	RENUNCIA	ABANDONO	GOBIERNO	F	2	Y	1	D	1	H	100%
1-mar	8	AYO	EUROPA	VATICANO	ABORTO	PONTIFICE	RELIGION	F	2	X		D	1	I	67%
1-mar	8	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	YALE	PRESIDENTE	LIGHT	F	1	X		E		T	33%
1-mar	9	AYO	SUDAMERICA	VENEZUELA	PENDEJO	MANIFESTACION	RELACIONES	F	1	X		E		M	50%
1-mar	9	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	KERRY	CRISIS	ELECCIONES	F	1	X		E		O	13%
1-mar	10	AYO	EUROPA	ESPAÑA	AZNAR	N	ELECCIONES	G		X		D	1	BT	4%
1-mar	10	AYO	EUROPA	INGLATERRA	AMENAZADO	ESCANDALO	GOBIERNO	F	1	X		E		O	13%
1-mar	10	AYO	EUROPA	INGLATERRA	PELICULA	HERMANA	REALEZA	G		X		E		BT	4%
1-mar	10	AYO	SUDAMERICA	BOLIVIA	MESA	POPULARIDAD	GOBIERNO	G		X		E		BT	4%
1-mar	10	AYO	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	MURO	AISLADOS	CONFLICTO	F	1	X		E		O	13%
16-mar	P7	AYO	EUROPA	ESPAÑA	RETIRO	SOLDADOS	RELACIONES	F	1	X		E		I	67%
16-mar	P7	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	ALIADO	AZNAR	RELACIONES	F	1	X		E		O	13%
16-mar	8	P	EUROPA	ESPAÑA	SOCIALISTAS	PARLAMENTO	ELECCIONES	F	2	Y	1	D	1	I	67%
16-mar	8	AYO	EUROPA	ESPAÑA	GOBIERNO	ACUERDO	ELECCIONES	G		X		E		O	13%
16-mar	9	AYO	EUROPA	ESPAÑA	MARROQUIES	ATENTADO	TERRORISMO	F	2	Y	2	E		I	67%
16-mar	9	P	NORTEAMERICA	EEUU	WALLSTREET	MERCADO	ECONOMICO	F	1	X		E		T	33%
16-mar	10	A	SUDAMERICA	HAITI	EMBAJADOR	ARISTIDE	DIPLOMACIA	G		X		E		BT	4%
16-mar	10	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	MENEM	OYARBIDE	CORRUPCION	F	1	X		E		BT	4%
16-mar	10	A	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	ATACA	VICTIMAS	CONFLICTO	G		X		E		BT	4%
16-mar	10	AYO	SUDAMERICA	VENEZUELA	REFERENDO	FIRMAS	ELECCIONES	F	1	Y	2	E		M	50%
16-mar	10	AYO	EUROPA	VATICANO	MUERE	ARZOBISPO	RELIGION	F	1	X		E		Q	25%
31-mar	P8	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	BUSH	FORTALECIDO	ELECCIONES	F	2	Y	1	D	1	H	100%
31-mar	9	AYO	SUDAMERICA	ARGENTINA	PERONISMO	CONTIENDA	PARTIDOS	F	1	X	3	E		M	50%
31-mar	9	A	SUDAMERICA	PERU	FUJIMORI	JURADO	ELECCIONES	F	1	X		E		BT	4%
31-mar	9	A	NORTEAMERICA	EEUU	CONTROLADOR	IRAK	CONFLICTO	G		X		E		BT	4%
31-mar	9	AYO	EUROPA	INGLATERRA	ARRESTAN	AGENTES	TERRORISMO	G		X		E		O	13%
31-mar	10	A	EUROPA	DINAMARCA	PORNOGRAFIA	DINAMARCA	POLICIAL	G		X		E		BT	4%

31-mar	10	A	ASIA	UZBEKISTAN	ENFRENTAMIENTOS	TERRORISTAS	TERRORISMO	G		X		E		BT	4%
31-mar	10	AYO	EUROPA	FRANCIA	CHIRAC	GABINETE	ELECCIONES	F	1	X		E		O	13%
31-mar	10	AYO	SUDAMERICA	BOLIVIA	EXPLOSION	MINERO	ATENTADO	F	1	X		E		O	13%
31-mar	10	AYO	EUROPA	INGLATERRA	PROTESTA	MALVINAS	RELACIONES	G		X		E		BT	4%
31-mar	10	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	ESTATUA	N	LIGHT	F	1	X		E		BT	4%
31-mar	10	AYO	MEDIO ORIENTE	ISRAEL	SHARON	REFERENDO	PARTIDOS	F	1	X		E		BT	4%
15-abr	P7	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	EMBAJADOR	CUESTIONADO	DIPLOMACIA	F	2	X		E		I	67%
15-abr	P7	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	REHEN	RUSIA	SECUESTRO	F	1	X		E		O	13%
15-abr	8	AYO	SUDAMERICA	BRASIL	MURO	NARCOTRAFICANTE	CONFLICTO	F	2	Y	2	E		H	100%
15-abr	9	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	COLONIAS	PALESTINOS	RELACIONES	F	1	X		E		T	33%
15-abr	10	AYO	SUDAMERICA	COLOMBIA	URIBE	INICIATIVA	ELECCIONES	G		X		E		BT	4%
15-abr	10	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	CIA	COMISION	TERRORISMO	F	1	X		E		Q	25%
15-abr	10	AYO	EUROPA	ESPAÑA	AZNAR	ATENTADO	TERRORISMO	F	1	X		E		O	13%
15-abr	10	AYO	EUROPA	ALEMANIA	SCHRODER	ASESINATO	LIGHT	F	1	X		E		BT	4%
15-abr	10	AYO	EUROPA	VATICANO	DISCURSO	CANSADO	RELIGION	F	1	X		E		BT	4%
15-abr	10	AYO	EUROPA	INGLATERRA	PORNOGRAFIA	PRESTIGIOSO	REALEZA	G		X		E		BT	4%
30-abr	P8	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	GUERRA	SONDEO	ELECCIONES	F	1	X		D	2	H	100%
30-abr	P8	AYO	EUROPA	ITALIA	REHENES	CONGREGARON	TORTURA	F	1	X		E		BT	4%
30-abr	9	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	GENERALA	MALTRATO	TORTURA	F	1	X		E		Q	25%
30-abr	9	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	COMISION	MANDATARIO	TERRORISMO	F	1	X		E		M	50%
30-abr	9	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	MARINES	IRAK	CONFLICTO	G		X		E		O	13%
30-abr	10	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	VIAJAR	SALIDA	RELACIONES	F	1	X		D	1	Q	25%
30-abr	10	AYO	NORTEAMERICA	EEUU	CUBANO	ACUSADO	JUDICIAL	F	2	X		E		T	33%
30-abr	11	AYO	SUDAMERICA	ARGENTINA	MENEM	KIRCHNER	CORRUPCION	F	1	X		E		O	13%
30-abr	11	AYO	ASIA	AFGANISTAN	TALIBANES	APODERARON	TERRORISMO	G		X		E		BT	4%
30-abr	11	AYO	SUDAMERICA	PERU	IRREGULARIDADES	FIRMAS	CORRUPCION	G		X		E		BT	4%
30-abr	11	S	EUROPA	INGLATERRA	CRIMENES	N	VIOLENCIA	G		X		D	1	BT	4%
30-abr	11	AYO	SUDAMERICA	PERU	ALCALDE	ILAVE	CORRUPCION	F	1	X		E		BT	4%
15-may	P11	AYO	EUROPA	INGLATERRA	FALSAS	IMÁGENES	ESCANDALO	F	4	Y	1	E		I	67%
15-may	P11	AYO	MEDIO ORIENTE	IRAK	TERRORISTAS	BERG	TERRORISMO	G		X		E		BT	4%
15-may	12	P	MEDIO ORIENTE	IRAK	REPUTACION	EEUU	TORTURA	F	2	X		E		M	50%
15-may	13	AYO	EUROPA	ALEMANIA	HITLER	CHEJOVA	HISTORIA	F	2	Y	1	E		M	50%
15-may	14	AYO	EUROPA	VATICANO	MATRIMONIOS	AMARGAS	RELIGION	G		X		E		BT	4%
15-may	14	AYO	SUDAMERICA	CUBA	CRITICA	EEUU	RELACIONES	F	1	X		E		O	13%
15-may	14	AYO	ASIA	EMIRATOS	BINLADEN	METROS	LIGHT	G		X		E		BT	4%
15-may	14	AYO	SUDAMERICA	BOLIVIA	GOLPE	CRISIS	GOBIERNO	G		X		E		BT	4%

15-may	14	AYO	EUROPA	ESPAÑA	LETIZIA	N	REALEZA	F	1	X		D	1	BT	4%
15-may	14	AYO	EUROPA	DINAMARCA	PRINCIPE		CEREMONIA	F	1	X		E		BT	4%
15-may	15	AYO	SUDAMERICA	BRASIL	DISCULPA		CORRESPONSAL	F	2	Y	2	E		I	67%

## LA NACIÓN

FECHA	PAG	PROD	CONTINENTE	PAIS	TITULO	EPIGRAFE	TEMA	FOTO	CANT	REC	CANT	INFOG	CANT	ESPACIO	ESPACIO %
1-mar	10	A	AMERICA CENTRAL	HAITI	PRESIDENTE	DIMISION	GOBIERNO	F	4	Y	3	E		HM	150%
1-mar	43	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	POPULARIDAD	N	GOBIERNO	G		X		E		BN	5%
1-mar	43	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	PIQUETEROS	N	CONFLICTO	G		X		E		BN	5%
1-mar	43	A	EUROPA	ESPAÑA	11S	N	TERRORISMO	G		X		E		BN	5%
1-mar	43	AYO	SUDAMERICA	VENEZUELA	POLARIZACION	N	ELECCIONES	F	1	X		E		Q	25%
16-mar	19	A	EUROPA	ESPAÑA	RETIRARA	MILITAR	RELACIONES	F	1	Y	1	E		I	67%
16-mar	19	AYO	EUROPA	ESPAÑA	MARROUI	N	TERRORISMO	G		X		E		T	33%
16-mar	20	A	EUROPA	ESPAÑA	NUEVAVIA	SOCIALISMO	ELECCIONES	F	1	Y	1	E		I	67%
16-mar	20	A	EUROPA	ESPAÑA	ESQUERRA	N	ELECCIONES	F	1	X		E		T	33%
16-mar	21	A	EUROPA	ESPAÑA	BUSH	AISLAMIENTO	RELACIONES	F	1	Y	1	E		I	67%
16-mar	21	AYO	EUROPA	UE	ALINEAMIENTO	N	RELACIONES	G		Y	1	E		T	33%
16-mar	22	A	AMERICA CENTRAL	HAITI	IMPASSE	N	DIPLOMACIA	G		X		E		BN	5%
16-mar	22	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	MENEM	N	CORRUPCION	G		X		E		BN	5%
16-mar	22	A	SUDAMERICA	VENEZUELA	FIRMAS	REFERENDO	ELECCIONES	F	1	Y	1	E		M	50%
16-mar	22	AYO	EUROPA	RUSIA	IMPERIALISTA	N	ELECCIONES	G		X		E		O	13%
31-mar	16	A	SUDAMERICA	ARGENTINA	DESAFIA	MANDATARIO	PARTIDOS	F	3	Y	1	E		I	67%
31-mar	16	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	DINERO	N	ATENTADO	G		X		E		O	13%
31-mar	17	A	NORTEAMERICA	EEUU	CASABLANCA	N	TERRORISMO	F	1	X		E		O	13%
31-mar	18	A	EUROPA	INGLATERRA	GOLPE	N	TERRORISMO	F	1	X		E		T	33%
15-abr	19	A	MEDIO ORIENTE	IRAK	IRAN	DELEGACION	DIPLOMACIA	F	2	Y	1	E		H	100%
15-abr	20	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	GAS	REFERENDUM	GOBIERNO	F	1	Y	1	E		I	67%
15-abr	21	A	NORTEAMERICA	EEUU	VENIA	RETIRARSE	RELACIONES	F	1	Y	1	E		T	33%
30-abr	16	A	EUROPA	UE	CRECE	UE	RELACIONES	G		Y	2	D	1	H	100%
30-abr	17	A	SUDAMERICA	BOLIVIA	BOLIVIAPERU	REUNIFICACION	DIPLOMACIA	F	1	Y	1	E		T	33%
30-abr	18	A	MEDIO ORIENTE	IRAK	GENERALA	MALTRATAR	TORTURA	F	1	X		E		T	33%
30-abr	18	P	MEDIO ORIENTE	IRAK	FALLUYAH	OPINO	CONFLICTO	F	1	X		E		O	13%
15-may	34	A	AMERICA CENTRAL	CUBA	FIDEL	MOVILIZACION	RELACIONES	F	1	Y	2	E		I	67%
15-may	35	A	SUDAMERICA	PERU	ALCALDE	N	GOBIERNO	G		X		E		BN	5%

<b>15-may</b>	35	A	EUROPA	DINAMARCA	BODA	N	REALEZA	G	X	E	BN	<b>5%</b>
<b>15-may</b>	35	A	NORTEAMERICA	EEUU	HISPANOS	N	HUMANO	G	X	E	BN	<b>5%</b>
<b>15-may</b>	35	A	EUROPA	INGLATERRA	FOTOS	N	ESCANDALO	G	X	E	O	<b>13%</b>

**ANEXO Nº 7: TABLAS POR PROCEDENCIA – TEMA – ESPACIO**

**EL MERCURIO**

CONTINENTE	PAIS	TEMA	ESPACIO NUM	01/03/04	16/03/04	31/03/04	15/04/04	30/04/04	15/05/04	Total general	
AMERICA CENTRAL	CUBA	JUDICIAL	0,25					25%		25%	
		RELACIONES	0,25						25%	25%	
	HAITI	DIPLOMACIA	0,125		13%						13%
		GOBIERNO	0,5		50%						50%
		HUMANO	0,333333		33%						33%
		PAZ	0,125			13%					13%
	MEXICO	CORRUPCION	0,25			25%				25%	
ASIA	FILIPINAS	TERRORISMO	0,03	3%						3%	
	INDIA	ELECCIONES	0,25						25%	25%	
	TAIWAN	ELECCIONES	0,03			3%				3%	
EUROPA	ALEMANIA	ELECCIONES	0,03	3%						3%	
	DINAMARCA	REALEZA	0,333333						33%	33%	
	ESPAÑA	GOBIERNO	0,333333			33%					33%
		PARTIDOS	0,125			13%					13%
		RELACIONES	0,25						25%		25%
		TERRORISMO	0,03		3%						3%
			0,25			25%					25%
		0,333333					33%			33%	
		0,5			50%					50%	
	FRANCIA	ELECCIONES	0,03			3%					3%
		RELACIONES	0,333333						33%		33%
INGLATERRA	ESCANDALO	0,125							13%	13%	
	GENTE	0,03		3%						3%	
	REALEZA	0,125			13%					13%	
	TORTURA	0,125							13%	13%	
VATICANO	RELIGION	0,03							3%	3%	
	TORTURA	0,333333						33%		33%	

<b>MEDIO ORIENTE</b>	IRAK	GOBIERNO	0,03			3%	<b>3%</b>	
			0,125	13%			<b>13%</b>	
			0,333333		33%			<b>33%</b>
	ISRAEL	TORTURA	0,5				50%	<b>50%</b>
		CONFLICTO	0,125				13%	<b>13%</b>
			0,25	25%				<b>25%</b>
PALESTINA	PARTIDOS	0,03		3%			<b>3%</b>	
		0,333333			33%		<b>33%</b>	
	TERRORISMO	0,03		3%			<b>3%</b>	
<b>NORTEAMERICA</b>	EEUU	CORRUPCION	0,125			13%	<b>13%</b>	
		ELECCIONES	0,333333		33%		<b>33%</b>	
		GOBIERNO	0,125			13%		<b>13%</b>
		HUMANO	0,03			3%		<b>3%</b>
		JUDICIAL	0,5				50%	<b>50%</b>
		LIGHT	0,125			13%		<b>13%</b>
		RELACIONES	0,5				50%	<b>50%</b>
		TERRORISMO	0,25	25%	25%	25%		<b>25%</b>
	0,333333				33%	<b>33%</b>		
<b>SUDAMERICA</b>	ARGENTINA	CORRUPCION	0,125			13%	<b>13%</b>	
			0,333333		33%		<b>33%</b>	
		GENTE	0,03			3%		<b>3%</b>
	BOLIVIA	JUDICIAL	0,25				25%	<b>25%</b>
		ATENTADO	0,333333			33%		<b>33%</b>
		GOBIERNO	0,03		3%			<b>3%</b>
			0,25			25%		<b>25%</b>
			0,333333				33%	<b>33%</b>
		RELACIONES	0,125				13%	<b>13%</b>
	BRASIL	SECUESTRO	0,03				3%	<b>3%</b>
		ESCANDALO	0,125				13%	<b>13%</b>
	COLOMBIA	ELECCIONES	0,125			13%		<b>13%</b>
GUERRILLA		0,03				3%	<b>3%</b>	
PERU	CORRUPCION	0,03				3%	<b>3%</b>	
	GOBIERNO	0,333333				33%	<b>33%</b>	

	VENEZUELA	ELECCIONES	0,03	3%	3%
		RELACIONES	0,333333	33%	33%

## LA NACIÓN

CONTINENTE	PAÍS	TEMA	ESPACIO	01/03/04	16/03/04	31.03.04	15.04.04	30.04.04	15.05.04		
AMERICA CENTRAL	CUBA	RELACIONES	0,66666666						67%	67%	
	HAITI	DIPLOMACIA	0,05		5%					5%	
		GOBIERNO	1,5		150%						150%
EUROPA	DINAMARCA	REALEZA	0,05						5%	5%	
	ESPAÑA	ELECCIONES	0,333333		33%						33%
				0,66666666		67%					67%
		RELACIONES	0,66666666		67%						67%
		TERRORISMO	0,05		5%						5%
			0,333333		33%						33%
	INGLATERRA	ESCANDALO	0,125							13%	13%
		TERRORISMO	0,333333			33%					33%
	RUSIA	ELECCIONES	0,125		13%						13%
	UE	RELACIONES	0,333333		33%						33%
			1					100%		100%	
MEDIO ORIENTE	IRAK	CONFLICTO	0,125					13%		13%	
		DIPLOMACIA	1			100%				100%	
		TORTURA	0,333333					33%			33%
NORTEAMERICA	EEUU	HUMANO	0,05						5%	5%	
		RELACIONES	0,333333				33%			33%	
		TERRORISMO	0,125			13%					13%
SUDAMERICA	ARGENTINA	CONFLICTO	0,05		5%					5%	
		CORRUPCION	0,05			5%				5%	
		PARTIDOS	0,66666666			67%					67%
	BOLIVIA	ATENTADO	0,125				13%				13%
		DIPLOMACIA	0,333333					33%			33%
		GOBIERNO	0,05		5%						5%
			0,66666666				67%			67%	
	PERU	GOBIERNO	0,05						5%	5%	
	VENEZUELA	ELECCIONES	0,25		25%					25%	

			0,5	50%	<b>50%</b>
--	--	--	-----	-----	------------

LA TERCERA

CONTINENTE	PAIS	TEMA	ESPACIO	01/03/04	16/03/04	31/03/04	15/04/04	30/04.04	15/04/04	
<b>AMERICA CENTRAL</b>	HAITI	GOBIERNO	1	100%						<b>100%</b>
<b>ASIA</b>	AFGANISTAN	TERRORISMO	0,035	4%						<b>4%</b>
	EMIRATOS	LIGHT	0,035	4%						<b>4%</b>
	UZBEKISTAN	TERRORISMO	0,035	4%						<b>4%</b>
<b>EUROPA</b>	ALEMANIA	HISTORIA	0,5	50%						<b>50%</b>
		LIGHT	0,035	4%						<b>4%</b>
	DINAMARCA	POLICIAL	0,035	4%						<b>4%</b>
		REALEZA	0,035	4%						<b>4%</b>
	ESPAÑA	ELECCIONES	0,035	4%						<b>4%</b>
			0,125	13%						<b>13%</b>
			0,66666666	67%						<b>67%</b>
		REALEZA	0,035	4%						<b>4%</b>
		RELACIONES	0,66666666	67%						<b>67%</b>
		TERRORISMO	0,125	13%						<b>13%</b>
	FRANCIA	ELECCIONES	0,125	13%						<b>13%</b>
			0,66666666	67%						<b>67%</b>
	INGLATERRA	GOBIERNO	0,125	13%						<b>13%</b>
		REALEZA	0,035	4%						<b>4%</b>
		RELACIONES	0,035	4%						<b>4%</b>
TERRORISMO		0,125	13%						<b>13%</b>	
VIOLENCIA		0,035	4%						<b>4%</b>	
ITALIA VATICANO	TORTURA	0,035	4%						<b>4%</b>	
	RELIGION	0,035	4%						<b>4%</b>	
	0,25	25%						<b>25%</b>		
			0,66666666	67%						<b>67%</b>
<b>MEDIO ORIENTE</b>	IRAK	CONFLICTO	0,125	13%						<b>13%</b>
		DIPLOMACIA	0,66666666	67%						<b>67%</b>
		SECUESTRO	0,125	13%						<b>13%</b>
		TERRORISMO	0,035	4%						<b>4%</b>

		TORTURA	0,25 0,5	25%	50%	25%	50%	
	ISRAEL	CONFLICTO	0,035 0,125	4%	13%	4%	13%	
		PARTIDOS	0,035	4%		4%		
	NORTEAMERICA	EEUU	CONFLICTO	0,035	4%		4%	
ECONOMICO			0,333333	33%		33%		
ELECCIONES			0,125 1	13%	100%	100%	13%	100%
JUDICIAL			0,333333		33%		33%	
LIGHT			0,035 0,333333		4%	33%	4%	33%
RELACIONES			0,125 0,25 0,333333	13%		25%	13%	25%
TERRORISMO			0,25 0,5		25%	50%	25%	50%
SUDAMERICA			ARGENTINA	CORRUPCION	0,035 0,125	4%	13%	4%
	PARTIDOS	0,5		50%		50%		
	BOLIVIA	ATENTADO		0,125	13%		13%	
	GOBIERNO	0,035	4%		4%	4%		
		BRASIL	CONFLICTO	1	100%		100%	
	ESCANDALO		0,66666666		67%		67%	
	COLOMBIA	ELECCIONES	0,035	4%		4%		
	CUBA	RELACIONES	0,125		13%		13%	
	HAITI	DIPLOMACIA	0,035	4%		4%		
	PERU	CORRUPCION	0,035		4%		4%	
		ELECCIONES	0,035		4%		4%	
	VENEZUELA	ELECCIONES	0,5	50%			50%	
		RELACIONES	0,5	50%			50%	

**ANEXO Nº 8: TABLAS POR TEMA – ESPACIO**

**EL MERCURIO**

DIARIO	TEMA	ESPACIO NUM	01/03/04	16/03/04	31/03/04	15/04/04	30/04/04	15/05/04	Total general
<b>MERCURIO</b>	ATENTADO	33%			33%				<b>33%</b>
	Total ATENTADO				33%				<b>33%</b>
	CONFLICTO	13%						13%	<b>13%</b>
		25%	25%						<b>25%</b>
	Total CONFLICTO		25%					13%	<b>19%</b>
	CORRUPCION	3%				3%			<b>3%</b>
		13%					13%		<b>13%</b>
		25%			25%				<b>25%</b>
		33%			33%				<b>33%</b>
	Total CORRUPCION			33%	25%	3%	13%		<b>17%</b>
	DIPLOMACIA	13%	13%						<b>13%</b>
	Total DIPLOMACIA		13%						<b>13%</b>
	ELECCIONES	3%	3%	3%	3%				<b>3%</b>
		13%			13%				<b>13%</b>
		25%						25%	<b>25%</b>
		33%			33%				<b>33%</b>
	Total ELECCIONES		3%	3%	13%			25%	<b>12%</b>
	ESCANDALO	13%						13%	<b>13%</b>
	Total ESCANDALO							13%	<b>13%</b>
	GENTE	3%	3%				3%		<b>3%</b>
	Total GENTE		3%				3%		<b>3%</b>
	GOBIERNO	3%	3%						3%
	13%	13%				13%			<b>13%</b>
	25%					25%			<b>25%</b>
	33%			33%		33%		33%	<b>33%</b>
	50%	50%	50%						<b>50%</b>
Total GOBIERNO		22%	33%			26%		18%	<b>25%</b>
GUERRILLA	3%							3%	<b>3%</b>
Total GUERRILLA								3%	<b>3%</b>
HUMANO	3%					3%			<b>3%</b>

		33%	33%					<b>33%</b>
Total HUMANO			33%		3%			<b>18%</b>
JUDICIAL		25%			25%	25%		<b>25%</b>
		50%					50%	<b>50%</b>
Total JUDICIAL					25%	25%	50%	<b>33%</b>
LIGHT		13%			13%			<b>13%</b>
Total LIGHT					13%			<b>13%</b>
PARTIDOS		3%			3%			<b>3%</b>
		13%		13%				<b>13%</b>
		33%					33%	<b>33%</b>
Total PARTIDOS				13%	3%		33%	<b>16%</b>
PAZ		13%		13%				<b>13%</b>
Total PAZ				13%				<b>13%</b>
REALEZA		13%		13%				<b>13%</b>
		33%					33%	<b>33%</b>
Total REALEZA				13%			33%	<b>23%</b>
RELACIONES		13%				13%		<b>13%</b>
		25%				25%	25%	<b>25%</b>
		33%	33%			33%		<b>33%</b>
		50%			50%			<b>50%</b>
Total RELACIONES			33%		50%	24%	25%	<b>30%</b>
RELIGION		3%					3%	<b>3%</b>
Total RELIGION							3%	<b>3%</b>
SECUESTRO		3%					3%	<b>3%</b>
Total SECUESTRO							3%	<b>3%</b>
TERRORISMO		3%	3%	3%				<b>3%</b>
		25%		25%	25%	25%		<b>25%</b>
		33%				33%	33%	<b>33%</b>
		50%		50%				<b>50%</b>
Total TERRORISMO			3%	26%	25%	29%	29%	<b>23%</b>
TORTURA		13%					13%	<b>13%</b>
		33%				33%		<b>33%</b>
		50%					50%	<b>50%</b>
Total TORTURA						33%	31%	<b>32%</b>
<b>Total MERCURIO</b>			17%	22%	17%	22%	25%	20%

LA NACIÓN

DIARIO	TEMA	ESPACIO NUM	01/03/04	16/03/04	31/03/04	15/04/04	30/04/04	15/05/04	Total general
<b>NACION</b>	ATENTADO	13%			13%				13%
	Total ATENTADO				13%				13%
	CONFLICTO	5%	5%						5%
		13%					13%		13%
	Total CONFLICTO		5%				13%		9%
	CORRUPCION	5%		5%					5%
	Total CORRUPCION			5%					5%
	DIPLOMACIA	5%		5%					5%
		33%						33%	33%
		100%				100%			100%
	Total DIPLOMACIA			5%		100%		33%	46%
	ELECCIONES	13%		13%					13%
		25%	25%						25%
		33%		33%					33%
		50%		50%					50%
		67%		67%					67%
	Total ELECCIONES		25%	41%					37%
	ESCANDALO	13%						13%	13%
	Total ESCANDALO							13%	13%
	GOBIERNO	5%	5%					5%	5%
		67%				67%			67%
		150%	150%						150%
	Total GOBIERNO		78%			67%		5%	57%
	HUMANO	5%						5%	5%
	Total HUMANO							5%	5%
	PARTIDOS	67%				67%			67%
	Total PARTIDOS					67%			67%
REALEZA	5%						5%	5%	
Total REALEZA							5%	5%	
RELACIONES	33%		33%			33%		33%	
	67%		67%				67%	67%	
	100%						100%	100%	
Total RELACIONES			56%			33%	100%	67%	61%

	TERRORISMO	5%	5%						5%
		13%			13%				13%
		33%		33%	33%				33%
	Total TERRORISMO		5%	33%	23%				21%
	TORTURA	33%					33%		33%
	Total TORTURA						33%		33%
<b>Total NACION</b>			38%	37%	31%	67%	45%	19%	37%

### LA TERCERA

DIARIO	TEMA	ESPACIO NUM	01/03/04	16/03/04	31/03/04	15/04/04	30/04/04	15/05/04	Total general
TERCERA	ATENTADO	13%			13%				13%
	Total ATENTADO				13%				13%
	CONFLICTO	4%		4%	4%				4%
		13%	13%				13%		13%
		100%				100%			100%
	Total CONFLICTO		13%	4%	4%	100%	13%		26%
	CORRUPCION	4%		4%			4%		4%
		13%					13%		13%
	Total CORRUPCION			4%			7%		6%
	DIPLOMACIA	4%		4%					4%
		67%				67%			67%
	Total DIPLOMACIA			4%		67%			35%
	ECONOMICO	33%		33%					33%
	Total ECONOMICO			33%					33%
	ELECCIONES	4%	4%	4%	4%	4%			4%
		13%	13%	13%	13%				13%
	50%		50%					50%	
	67%		67%					67%	
	100%			100%		100%		100%	
Total ELECCIONES		8%	43%	39%	4%	100%		36%	
ESCANDALO	67%						67%	67%	
Total ESCANDALO							67%	67%	
GOBIERNO	4%	4%					4%	4%	
	13%	13%						13%	

		100%	100%						<b>100%</b>
Total GOBIERNO			39%					4%	<b>30%</b>
HISTORIA		50%						50%	<b>50%</b>
Total HISTORIA								50%	<b>50%</b>
JUDICIAL		33%						33%	<b>33%</b>
Total JUDICIAL								33%	<b>33%</b>
LIGHT		4%			4%	4%		4%	<b>4%</b>
Total LIGHT		33%	33%					4%	<b>11%</b>
PARTIDOS		4%			4%				<b>4%</b>
Total PARTIDOS		50%			50%				<b>50%</b>
POLICIAL		4%			4%				<b>4%</b>
Total POLICIAL					27%				<b>27%</b>
REALEZA		4%	4%			4%		4%	<b>4%</b>
Total REALEZA			4%			4%		4%	<b>4%</b>
RELACIONES		4%			4%				<b>4%</b>
		13%		13%				13%	<b>13%</b>
		25%				25%			<b>25%</b>
		33%				33%			<b>33%</b>
		50%	50%						<b>50%</b>
		67%		67%					<b>67%</b>
Total RELACIONES			50%	40%	4%	33%	25%	13%	<b>29%</b>
RELIGION		4%				4%		4%	<b>4%</b>
		25%		25%					<b>25%</b>
		67%	67%						<b>67%</b>
Total RELIGION			67%	25%		4%		4%	<b>25%</b>
SECUESTRO		13%				13%			<b>13%</b>
Total SECUESTRO						13%			<b>13%</b>
TERRORISMO		4%			4%		4%	4%	<b>4%</b>
		13%			13%	13%			<b>13%</b>
		25%				25%			<b>25%</b>
		50%					50%		<b>50%</b>
		67%		67%					<b>67%</b>
Total TERRORISMO				67%	8%	19%	27%	4%	<b>22%</b>
TORTURA		4%					4%		<b>4%</b>

		25%					25%	50%	<b>25%</b>
		50%							<b>50%</b>
	Total TORTURA						14%	50%	<b>26%</b>
	VIOLENCIA	4%					4%		<b>4%</b>
	Total VIOLENCIA						4%		<b>4%</b>
<b>Total TERCERA</b>			30%	31%	18%	26%	23%	24%	<b>25%</b>
<b>Total general</b>			26%	30%	20%	29%	27%	21%	<b>26%</b>

**ANEXO Nº 9: TABLAS POR TEMA – FRECUENCIA**

**EL MERCURIO**

<b>DIARIO</b>	<b>TEMA</b>	<b>01/03/2004</b>	<b>16/03/2004</b>	<b>31/03/2004</b>	<b>15/04/2004</b>	<b>30/04/2004</b>	<b>15/05/2004</b>	<b>Total general</b>	
<b>MERCURIO</b>	ATENTADO			1				1	
	CONFLICTO	1					1	2	
	CORRUPCION		1	1	1	2		5	
	DIPLOMACIA	1						1	
	ELECCIONES	1	1	4			1	7	
	ESCANDALO						2	2	
	GENTE	1			1			2	
	GOBIERNO	3	2		4		2	11	
	GUERRILLA						1	1	
	HUMANO	1			1			2	
	JUDICIAL				1	1	1	3	
	LIGHT				1			1	
	PARTIDOS		1	1		1		3	
	PAZ		1					1	
	REALEZA		1				1	2	
	RELACIONES	1				1	3	1	6
	RELIGION							1	1
SECUESTRO							1	1	
TERRORISMO	2	3	1	2	2			10	
TORTURA						1	2	3	
<b>Total MERCURIO</b>		<b>11</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>65</b>	

LA NACIÓN

DIARIO	TEMA	01/03/2004	16/03/2004	31/03/2004	15/04/2004	30/04/2004	15/05/2004	Total general
<b>NACION</b>	ATENTADO			1				1
	CONFLICTO	1				1		2
	CORRUPCION		1					1
	DIPLOMACIA		1		1	1		3
	ELECCIONES	1	4					5
	ESCANDALO						1	1
	GOBIERNO	2			1		1	4
	HUMANO						1	1
	PARTIDOS			1				1
	REALEZA						1	1
	RELACIONES		3		1	1	1	6
	TERRORISMO	1	1	2				4
	TORTURA					1		1
<b>Total NACION</b>		<b>5</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>31</b>

LA TERCERA

DIARIO	TEMA	01/03/2004	16/03/2004	31/03/2004	15/04/2004	30/04/2004	15/05/2004	Total general
<b>TERCERA</b>	ATENTADO			1				1
	CONFLICTO	1	1	1	1	1		5
	CORRUPCION		1			3		4
	DIPLOMACIA		1		1			2
	ECONOMICO		1					1
	ELECCIONES	2	3	3	1	1		10
	ESCANDALO						2	2
	GOBIERNO	3					1	4
	HISTORIA						1	1
	JUDICIAL					1		1
	LIGHT	1		1	1		1	4
	PARTIDOS			2				2
	POLICIAL			1				1
	REALEZA	1			1		2	4
	RELACIONES	1	2	1	1	1	1	7
	RELIGION	1	1		1		1	4
	SECUESTRO				1			1
TERRORISMO		1	2	2	2	1	8	
TORTURA					2	1	3	
VIOLENCIA					1		1	
<b>Total TERCERA</b>		<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>66</b>

## ANEXO Nº 10: TABLAS CONTEXTUALIZACIÓN

DIARIO	FOTOGRAFIA	Total	
<b>MERCURIO</b>	F	34	<b>52%</b>
	G	31	<b>48%</b>
Total MERCURIO		<b>65</b>	
<b>NACION</b>	F	17	<b>55%</b>
	G	14	<b>45%</b>
Total NACION		<b>31</b>	
<b>TERCERA</b>	F	45	<b>68%</b>
	G	21	<b>32%</b>
Total TERCERA		<b>66</b>	
Total general		<b>162</b>	

DIARIO	RECUADRO	Total	
<b>MERCURIO</b>	X	49	<b>75%</b>
	Y	16	<b>25%</b>
Total MERCURIO		<b>65</b>	
<b>NACION</b>	X	18	<b>58%</b>
	Y	13	<b>42%</b>
Total NACION		<b>31</b>	
<b>TERCERA</b>	X	57	<b>86%</b>
	Y	9	<b>14%</b>
Total TERCERA		<b>66</b>	
Total general		<b>162</b>	

DIARIO	INFOGRAFIA	Total	
<b>MERCURIO</b>	D	4	<b>6%</b>
	E	61	<b>94%</b>
Total MERCURIO		<b>65</b>	
<b>NACION</b>	D	1	<b>3%</b>
	E	30	<b>97%</b>
Total NACION		<b>31</b>	
<b>TERCERA</b>	D	9	<b>14%</b>
	E	57	<b>86%</b>
Total TERCERA		<b>66</b>	
Total general		<b>162</b>	

**ANEXO Nº 11: TABLAS PRODUCCIÓN**

<b>DIARIO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>Total</b>
<b>MERCURIO</b>	A	<b>39</b>
	AS	<b>1</b>
	AYO	<b>5</b>
	C	<b>7</b>
	P	<b>6</b>
	S	<b>7</b>
<b>Total MERCURIO</b>		<b>65</b>
<b>NACION</b>	A	<b>26</b>
	AYO	<b>4</b>
	P	<b>1</b>
<b>Total NACION</b>		<b>31</b>
<b>TERCERA</b>	A	<b>7</b>
	AYO	<b>55</b>
	P	<b>3</b>
	S	<b>1</b>
<b>Total TERCERA</b>		<b>66</b>
<b>Total general</b>		<b>162</b>

**ANEXO Nº 12: TABLA SOBRE CORRESPONSALES STRINGERS DE EL MERCURIO**

	<b>Jana Beris</b>	<b>Beatriz Silva</b>	<b>Andrea Desormeaux</b>	<b>Analya Céspedes</b>	<b>Patricia Mayorga</b>
<b>Nombre y Ubicación</b>	Israel y territorios palestinos	Barcelona España	Francia - Bélgica	Washington D.C	Roma - Italia
<b>Estudios</b>	Relaciones Internacionales Universidad Hebrea de Jerusalén	Periodismo. Universidad Católica de Chile.	Periodismo.	Periodismo	Periodismo
<b>Especialización y/o estudios posteriores.</b>	Post Grado en Historia del Medio Oriente y países islámicos. No concluido.	Licenciada en Estética, doctorado en Historia del Arte. No concluido.	Universidad Católica de Chile. Ciencias Políticas	Universidad Gabriela Mistral No tiene	Universidad de Chile No tiene
<b>Dominio Idiomas hablado y escrito</b>	Español / Hebreo / Inglés	Castellano / Catalán / Inglés	Francés / Inglés	Inglés / Portugués	Italiano Francés
<b>Dominio Idiomas hablado</b>	Francés / Portugués / Árabe	Francés / Italiano	Holandés	No tiene	No tiene
<b>Años de trabajo en el Mercurio</b>	8 años y 1/2	11 años	10 años	8 años	12 años
<b>Años de experiencia como corresponsal</b>	16 años	9 años	10 años	4 años	12 años

<b>Otros medios en los que trabajan</b>	Servicio Latinoamericano, BBC Londres, Diario El Tiempo de Colombia, Reforma de México,. Columnista del Diario Los Ángeles, Diario <i>Avui</i> de España, Radio Onda Cero de España, Radio Info Red de México, Radio Cooperativa de Chile.	Ninguno	Ninguno	Ocasionalmente en un diario latino de Washington que la entrevistada no especifica.	Ninguno
<b>Llegada a El Mercurio</b>	Los contactos fueron generados por ella, a través de una constante proposición de temas	Ella presentó sus antecedentes en el diario.	No contesta	Fue contactada por el actual jefe de corresponsales de El Mercurio	Contactada por el diario, que ya la conocía.
<b>Ventajas del trabajo</b>	Pasión personal por la profesión.	Apasionante.	Es interesante por dar la posibilidad de ser los ojos de El mercurio en el extranjero.	Mayor acceso a expertos internacionales.	No responde
	Dinamismo.  Posibilidad de generación de contactos.  Ausencia de oficina formal de trabajo.	Generación de contactos.  Permite conocer otras realidades.	Permite conocer otras realidades.	El estar fuera de Chile permite obtener una mayor amplitud y profundidad al conocimiento de los temas  En Chile, "los medios, más que definir pautas usualmente sólo reaccionan"	
	Permite conocer otras realidades.				

<b>Desventajas del trabajo</b>	<p>Tener un horario indefinido ya que requiere estar en constante alerta.</p> <p>Ausencia de oficina formal de trabajo, es decir, tener que trabajar en casa y estar sujeta a las necesidades de ésta.</p>	<p>Trabajo solitario.</p> <p>Poca fiscalización del trabajo.</p> <p>Desconexión de la realidad de Chile. "Es difícil mantener el equilibrio al intentar estar metido en dos países por igual".</p>	<p>Trabajo solitario por ausencia de oficina formal de trabajo.</p> <p>El Mercurio tiene poca trascendencia en país en el que trabaja, por lo que se dificulta el acceso a fuentes de primer orden.</p> <p>Inestabilidad económica "No se tiene sueldo fijo, Isapre o jubilación, cosas que normalmente tiene un verdadero corresponsal"</p>	<p>El Mercurio tiene poca trascendencia en país en el que trabaja, por lo que se dificulta el acceso a fuentes de primer orden.</p> <p>No contar con equipo de trabajo como "respaldo y compañía".</p> <p>No tener beneficios laborales.</p> <p>En un principio, trabajar en otro país casi siempre se ve dificultado por el idioma.</p>	<p>No ve ninguna</p>
<b>Horas diarias dedicadas al trabajo</b>	<p>Variable según la contingencia del día. Pero, le atención a todo las 24 horas del día.</p>	<p>Jornada normal de trabajo de 8 horas. Pero, con atención las 24 horas del día.</p>	<p>Casi todo el día.</p>	<p>Relativo. Revisión básica diaria de medios del país donde trabaja.</p>	<p>Variable según la contingencia</p>
<b>Viabilidad económica del sueldo</b>	<p>Posible con más de una corresponsalía. "Siendo corresponsal de medios latinoamericanos no es posible mantenerse, porque por presupuesto limitan la cantidad de notas que publican.</p>	<p>Variable según relación contractual con el medio.</p>	<p>No es viable con las condiciones de trabajo que tiene actualmente con El Mercurio ya que no tiene ninguna relación con la realidad económica del país donde trabaja.</p>	<p>No es viable por el costo de vida del país donde reside.</p>	<p>Es imprescindible tener más de una corresponsalía o tener otro trabajo</p>

		Para ella en El Mercurio, el trabajo es mal remunerado debido a la ausencia de contrato. Característica que le atribuye a la mayoría de los medios latinoamericanos			
<b>Trabajos alternativos a las corresponsalías</b>	No tiene	No tiene	No responde	No responde	Departamento de Comunicaciones de un instituto de formación.
<b>Visión sobre el lector para el que escriben</b>	"Me es difícil saberlo desde aquí" Sin embargo, imagina que se trata de una audiencia que está especialmente interesada en estas materias y que profundiza en temas internacionales.	Lector instruido que no se conforma con información sólo de agencias.	Gente educada con interés por lo que pasa en el resto del mundo	No responde	Lector informado  Clase media - alta que viaja bastante y que navega en Internet.
<b>Valoración de la mirada chilena en su trabajo</b>	No la tiene porque es uruguaya.	No sabe, cree que en su caso es intuitiva porque es chilena.	Le permite contextualizar los sucesos que observa. Y por otro lado le facilita la capacidad para poder explicar y destacar diferencias con Chile.	Le permite pensar que el público chileno comparte el interés personal que ella tiene por los temas.  Responde a una característica intuitiva, porque comparten nacionalidad con los lectores "lo que se refleja también en temas valóricos y sociales".	Considera que no corresponde tomar en cuenta dicha mirada, porque el objetivo es dar un matiz universal a la nota.

<b>Criterios o prioridades al proponer temas</b>	Lo urgente, lo inmediato. Pero depende de si tiene información de primera o segunda mano.  Se privilegia cuando existe la posibilidad de obtener fuentes de primera mano o especializadas.	Aquello con valor agregado a lo entregado por las agencias.  Temas relacionados con Chile y humanamente llamativos	Actualidad.  Interés del tema.  Cercanía con Chile.	Actualidad  Interés Bilateral.  Factibilidad de acceso a fuentes.  Posibilidad real de acercarse al lector a la historia.	Todo aquello que tenga relación con el acontecer chileno.  Hechos excepcionales  Política contingente  Chilenos de paso en el país donde trabaja.  Noticias del Vaticano.
<b>Dónde busca el valor agregado de la noticia a cubrir</b>	En los medios de comunicación del país en el que trabaja.  Información en terreno.  En expertos y contactos o fuentes exclusivas.	En el hecho de poder transmitir el ambiente y no sólo datos.	Documentación previa y acceso a prensa local de donde trabaja. Entrevistas.	No contes ta	Reportear in situ.  Análisis de prensa local.  Acceso a declaraciones.

### ANEXO Nº 13: TABLAS RESULTADOS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

#### SOBRE NOTICIA INTERNACIONAL.

EL MERCURIO				
	LUIS ALBERTO PINO	PABLO SOTO	TAMARA AVETIKIAN	ALBERTO ROJAS
<b>1.1 Características de las noticias internacionales en Chile</b>	Analítica e interpretativa ante la imposibilidad de producir información nueva. Con necesidad de interpretar la información, dándole un sentido y un contexto.	Lo que es de interés para el periodista. (dado que las encuestas no son sobre expectativas del público)	De crisis y situaciones de violencia, "...desgraciadamente". interpretativo al no ser sus periodistas fuentes directas.	

	Desconectada de la realidad chilena. Dado la falta de tiempo están menos afectadas por las líneas editoriales.			
<b>1.2 Elementos de la noticia</b>	crisis general "el conflicto, es esencial" suelen ser guerras, crisis políticas asociadas a contextos económicos complicados.	- Prominencia - Generar impacto - Proximidad	Relevancia Cercanía, Interés Actualidad Se destacan las crisis, situaciones conmovedoras y de violencia.	
<b>1.3 Evolución información internacional en Chile.</b>	La globalización ha despertado el interés masivo y la curiosidad. La gente viaja más, a turistar, estudiar. "Mientras más se sabe, más se exige".	En descenso desde hace 10. Cobra importancia por atentados del 11S y por la inserción al mundo de Chile al ser miembro no permanente del Consejo de Seguridad de la ONU y por tratados económicos.		Ha cobrado mayor presencia e importancia tras ataque a torres gemelas.

	LA NACION		LA TERCERA		
	MARIA EUGENIA DURÁN	LEONARDO MIRANDA	JUAN PAULO IGLESIAS	PEDRO SCHWARZE	CRISTIAN BOFILL
<b>1.1 Características de las noticias internacionales en Chile</b>	Falta de pulcritud Light, superficial y sin verdadera trascendencia para el público. Falta de pulcritud en el oficio no consideran al lector.	Desconsideración del lector. No representa una herramienta de poder, por lo que el área tiene mayor libertad.	Historias interesantes. Criterio determinado por público y diario. Explican y dan un contexto situacional e histórico.	Son de buena calidad y va mejorando.	Al "igual que las otras secciones internacionales también tiene que mezclar lo importante con lo interesante, y muchas veces manda lo interesante".
<b>1.2 Elementos de la noticia</b>				EE.UU. porque es la capital del imperio. Cuando las cosas empiezan a ir mal son noticia. Crisis.	Aunque hayan temas obligatorios, tu tienes que darle una mirada más local.
<b>1.3 Evolución información internacional en Chile.</b>				Cambia radicalmente después del 11S. Hoy salen casi todos los días en portada. El poco interés que se vive se origina en el carácter anecdótico que tenía la noticia internacional durante la dictadura. Todo era guerra fría y temas curiosos. Sólo en democracia se han desarrollado relaciones bilaterales que son temas para lo internacional. Eran todas por agencia.	"El 11 de septiembre, aumentó muy fuertemente el interés por los temas internacionales (..) Y a eso se suma lo que ha pasado en el barrio nuestro, los problemas con Bolivia, con Perú".

PREGUNTA	TELEVISIÓN		RADIO	PERIODISTA - PROFESOR	
	AMARO GÓMEZ PABLOS	ALBERTO PANDO	JUAN PABLO CÁRDENAS	CARLOS NOVOA	ABRAHAM SANTIBÁNEZ
<b>1.1 Características de las noticias internacionales en Chile</b>	Las que generan eco Las que tienen réplicas e impacto en el país. No bien decantada No hay depuración ni análisis mayor.	Las que impactan Aquellas que generan consecuencias. No es información, sino historias de interés, bien contadas Para la selección los medios deben tomar en cuenta su propia óptica y la del público	Repercusión en Chile, línea divisoria difusa. Se cubre mal y de forma sesgada. No hay información sistemática sobre lo que pasa en el mundo sino lo espectacular. Lo que no se entiende no se oye. Privilegian información		El tema internacional en los medios no es una prioridad. No establecen relación entre los hechos noticiosos. Nos limitamos a registrar cosas no a explicarlas ni a buscar sus causas.

<b>1.2 Elementos de la noticia</b>		al que se dirigen.	relacionada con el país. Pauta dada por agencias internacionales. El periodista debe buscarlos - actualidad - prominencia - proximidad	- Cercanía - Temas de interés humano - Prominencia	
<b>1.3 Evolución información internacional en Chile.</b>	Mayor interés por temas internacionales desde el atentado a las torres gemelas.	Gobierno militar poda interés por lo internacional a los medios de comunicación	17 años interdictos ante el mundo.		

<b>PREGUNTA</b>	<b>ANALISTAS POLÍTICOS, ESPECIALISTAS Y EXPERTOS EN COMUNICACIÓN</b>			
	<b>GUARANI PEREDA</b>	<b>ROBERTO MÉNDEZ</b>	<b>CLAUDIO FUENTES</b>	<b>CRISTOBAL MARIN</b>
<b>1.1 Características de las noticias internacionales en Chile</b>	El volumen de ellas, con relación a la inserción internacional de Chile es bajo. Los grandes hechos internacionales conmueven pero no es lo habitual.	“Las páginas de internacional en los diarios son como lejanas, no relacionadas con nuestra realidad, sin opiniones” “Hoy la gente no sería capaz de identificar posiciones determinadas con respecto a las noticias internacionales, porque en gran medida todavía simplemente reproducen lo que pasa afuera. Algunos medios le dan más cobertura otros menos, pero yo creo que la gente no distingue puntos de vistas, posiciones, de los medios o de los periodistas internacionales.	Reproducción de las agencias. Determinado por el <i>people meter</i> .	Poca cobertura de los problemas internacionales, económicos y políticos.
<b>1.2 Elementos de la noticia</b>				Conflictos, Dramas Sangre
<b>1.3 Evolución información internacional en Chile.</b>	Dictadura, censura dirigida. Legado que queda en la cultura política. La introducción del cable permite un mayor interés.	Primero, en los últimos años, hay una vuelta al interés por lo internacional, porque los medios han detectado los cambios en la sociedad y han reorientado su cobertura de las noticias internacionales, no poniendo los cables tal como vienen sino haciendo un esfuerzo por relacionar esas noticias a la realidad chilena. Y segundo la economía se ha ido abriendo, y hay una sensación de inserción de Chile en el mundo pero también obviamente de interdependencia, que estamos más a merced de lo que pasa afuera y yo creo que eso está creando un nuevo interés.		Chile era mucho más cerrado, no había esta necesidad tan fuerte de hacer intercambios con el resto del mundo

## SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHILE

PREGUNTA	EL MERCURIO			
	LUIS ALBERTO PINO	PABLO SOTO	TAMARA AVETIKIAN	ALBERTO ROJAS
<b>2.1 Funciones y herramientas de los medios escritos</b>	<p>tiene que ver con la formación de opinión lo complementar, profundizar las informaciones de la televisión o la radio.</p> <p>Son pocas las informaciones duras, nuevas las que la prensa escrita puede ofrecer.</p> <p>“Dar una vuelta de tuerca extra con la información.”</p>			
<b>2.2 Dificultades de las secciones internacionales</b>	<p>“Sería una miopía pensar que un sólo medio puede abastecer la información que se requiere.”</p>	<p>Imposibilidad de generar pautas propias.</p>		<p>Por ubicación y poca trascendencia mundial lejanía, Chile está obligado a “tocar todo el mundo”.</p>
<b>2.3 Percepción del sistema de medios en Chile</b>	<p>Sobre la prensa escrita chilena pesan una serie de estigmas y clichés muy nefastos .</p> <p>“se ha hecho un importante esfuerzo por mejorar la calidad de la prensa escrita chilena además de los dos principales medios de circulación nacional”</p> <p>Hace falta diversidad.</p> <p>No hay mercado.</p> <p>Los medios tienen intereses, porque son empresas, son negocios, ganan plata y tienen que pagar sueldos.</p> <p>“Hay líneas editoriales, intereses ideológicos, partidistas, pero como todo, no hay que ser incrédulo.”</p> <p>“El mundo sería una lata si no hubiera oposiciones, si no hubiera apuestas y si existiera la neutralidad total.</p>	<p>No hay interés por parte de dueños de medios para invertir en lo Internacional.</p>		



PREGUNTA	LA NACION		LA TERCERA		
<b>2.1</b> <b>Funciones y herramientas de los medios escritos</b>	MARIA EUGENIA DURÁN	LEONARDO MIRANDA	JUAN PAULO IGLESIAS	PEDRO SCHWARZE	CRISTIAN BOFILL
<b>2.2</b> <b>Dificultades de las secciones internacionales</b>	Dificultad para prever los temas de la agenda diaria, por diferencia de horarios entre los países. No se puede hacer pauta única y precisa en la mañana.	El poco espacio asignado hace imposible hacer seguimientos e investigaciones más profundas en temas de interés.		Son una pérdida de plata para el diario. Le falta tener fuentes propias, corresponsales.	Son más reflexivos y construyen más agenda.  Los diarios tienen identidad, a veces un poco intangible, pero que finalmente crea un vínculo con el lector.  Comparativamente, “el problema de Internet es que no tiene orilla, mientras que el diario te las selecciona. Te dice “mira, en estas tres páginas está lo que es importante”, puede ser que no esté lo que es importante pero tú lo percibes de esa forma”.
<b>2.3</b> <b>Percepción del sistema de medios en Chile</b>	No están preocupados por transformarse en referentes mediáticos, ni invertir para establecer pautas de agenda internacional. “Simplemente siguen pautas hechas”.			Los medios no tienen los recursos para invertir en corresponsales y por el poco retorno monetario tampoco lo hacen. Los diarios gratuitos crean el bichito de la lectura en la población.	
<b>2.4</b> <b>Comparación con medios</b>	Invierten en las secciones internacionales y en sus capacidades humanas.	Preocupados por construir estrategias para cubrir información con enviados			

<b>extranjeros</b>	Llevan temas internacionales en primera plana. Se preocupan por ser referentes mediáticos.	especiales no sólo al lugar de los hechos sino a áreas claves para una correcta profundización.			
<b>2.5 Responsabilidad de los medios</b>	La capacitación permite una experiencia más acabada y es una de las pocas instancia de formación postuniversitaria.	Capacitar constantemente a sus periodistas.			
<b>2.6 Sobre El Mercurio</b>	Desaprovechan su capital humano y los espacios con los que cuentan. Desaprovechan sus contratos y derechos de publicación de otros medios extranjeros.			Se les pasa la mano con la elección elitista, a veces lleva temas que no le interesan a nadie. Creen ir muy arriba en la percepción de su público. Tiene muy buenas relaciones con todas las instituciones formales. Sigue estrategia de darle tribuna a gente sin mucho peso para luego llegar a los "peces gordos" . Se les "pasa la mano" intentando cubrir noticias para la elite. Desaprovechan sus recursos, especialmente para la presentación gráfica de sus noticias. "Ellos podrían ir varios pies más adelante que todos y no lo hacen" No aprovechan a sus corresponsales para destacar elementos nuevos de las noticias. Desaprovecha su red de stringers. Estamos pendientes de El Mercurio. Es nuestra competencia.	Lo considera como la competencia directa. Con relación al sistema de corresponsalías: "Eso es una falacia. No quiero ser agresivo con la competencia pero la verdad es que no son corresponsales. Los corresponsales son gente pagada, con contratos, y ninguno de ellos tiene (...) Ellos trabajan con <i>stringers</i> que son free lance ocasionales, pero eso la verdad es que a mí no me dice mucho ya que el free lance no pone la diferencia".
<b>2.7 Sobre La Nación</b>	.			No es competencia. No marcan la pauta.	"(...) no lo considero un actor"

				“Su público es mínimo”. Es un medio poco leído. Tiene poca credibilidad y marcado por una historia.	Aunque reconoce que no es una sección que lea. “La verdad es que no la conozco”.
<b>2.8</b> <b>Sobre La Tercera</b>	Desaprovechan su capital humano y los espacios con los que cuentan.				
<b>2.9</b> <b>Desafíos</b>	Que los medios tengan más fuentes noticiosas y que se amplíe su trabajo con medios extranjeros.	Para poder investigar y hacer seguimientos la situación ideal sería contar enviados especiales y corresponsales.	Convertirse en medios influyentes y referentes latinoamericanos.		Si se pretende ser un diario de influencia, se debe contar con secciones internacionales sólidas y amplias.

<b>PREGUNTA</b>	<b>TELEVISION</b>		<b>RADIO</b>	<b>PERIODISTA - PROFESOR</b>	
<b>2.1</b> <b>Funciones Y herramientas de los medios escritos</b>	AMARO GÓMEZ PABLOS Más herramientas para planificar las noticias.	ALBERTO PANDO	JUAN PABLO CÁRDENAS	CARLOS NOVOA	ABRAHAM SANTIBAÑEZ
<b>2.2</b> <b>Dificultades de las secciones internacionales</b>	Limitantes físicas y neurálgicas del departamento. No hay intereses por crear hábitos noticiosos fuera de la gratificación de la audiencia.	Traición ética de optar por temas simples y fáciles.	Pensar que los leen especialistas. Problemas en gestión y recursos. Los medios en general no disponen de recursos para desarrollar este género.		Creen que porque su público es profesional son especialistas en los temas que se abordan. No tienen recursos. Entregan demasiada información por lo que la audiencia se confunde, cuando lo que deberían hacer es orientarla. Se ha perdido un periodismo que sea un servicio para la sociedad, lo que es esencial.
<b>2.3</b> <b>Percepción del sistema de medios en Chile</b>		Mercado pequeño que repercute en un periodismo de baja calidad por posibilidad de ganancias límites.	Limitaciones económicas con relación al los recursos de los que disponen. Orientación editorial de	.	El acceso a Internet permite un mayor acceso a información diversa. De esta forma se atenúa el impacto de

			<p>los medios. Falta de motivación ciudadana. Somos un país aislado y poco educado. Falta de diversidad, no sólo ideológica sino por edad, sexo e intereses. Concentración de propiedad. Muchos conglomerados empresariales transversales. Todos dicen los mismo</p>		<p>la similitud editorial de los medios chilenos.</p>
<p><b>2.4 Comparación con medios extranjeros</b></p>	<p>En general los medios hispanos tienen menos recursos. Desmitifica la imagen de ilimitados recursos de CNN. Valora su mejor estructura. Organigrama, gestión y planificación del trabajo. Poseen periodistas más proactivos que receptivos.</p>	<p>Los medios extranjeros, como los noticieros del cable, han permitido una mayor apertura sobre ciertos temas. CNN ha sido un referente para los medios chilenos.</p>	<p>Se preocupan menos por la interpretación que por la información.</p>		<p>Los medios nacionales para estar a la altura de los internacionales tendrían que dedicar una cantidad de recursos de la no disponen. Se prefieren medios extranjeros porque poseen mayores recursos y cobertura de frentes directa.</p>
<p><b>2.5 Responsabilidad de los medios</b></p>	<p>Ejercer la responsabilidad de integrar temas más allá de los intereses de la audiencia y darles mayor énfasis. Priorizar temas antes que ventas.</p>	<p>Educar a los consumidores. Valorar más el desempeño de los periodistas y explotar su potencial.</p>	<p>Pueden educar y por su masificación están obligados a hacerlo. La dignidad del ser humano pasa por la educación.</p>		<p>Deben introducir informaciones trascendentales asumiendo incluso un menor tiraje. Hacer un cambio porque es necesario aunque no sea rentable en un principio.</p>
<p><b>2.6 Sobre El Mercurio</b></p>	<p>Mejoría sustancial en los últimos 4 5 años. Tienen más corresponsales.</p>		<p>Segmentado al ABC1, culto e instruido. Sólo trabaja con información internacional, no con la interpretación. No da a comprender los fenómenos. Muy sesgado Escogen noticias según su poder de venta.</p>	<p>Se nota su sesgo político por la derecha, muy sutil pero se nota. Profesional e interesante.</p>	<p>En algunos sectores es efectivamente un referente. Por ejemplo relacionado con el mundo de las finanzas. Así como para diarios que no comparten su visión ideológica. Su estilo y tratamiento lleva al público a</p>

<p><b>2.7</b> <b>Sobre La Nación</b></p>			<p>Pauta internacional muy rígida, sólo terrorismo, violencia y catástrofes. Información "arrodillada a los intereses de su modelo y empresa". Contrapeso notable si existieran otros medios. Para ciertas cosas carece de recursos. Está en crisis. No ha encontrado su destino. Tienen recursos pero no voluntad de las "ancianas autoridades" para hacer un buen diario.</p>		<p>privilegiar informarse a través de fuentes primarias. Teniendo servicios permanentes y una planta de corresponsales permanentes, son recursos que desaprovecha. En un régimen democrático no se justifica un diario de Estado. "En ningún país democrático existe. Existe si en muchos países de dictadura o de partido único y eso a mí me da muy mala espina". Se mantiene porque "hay un agente que porfiadamente resiste (...) pero la plata que tiene es la plata de ser el diario oficial pero el diario en sí no genera".</p>
<p><b>2.8</b> <b>Sobre La Tercera</b></p>	<p>Están aprendiendo a explotar más sus recursos.</p>		<p>Sólo trabaja con información internacional, no con la interpretación. Muy sesgado. Escogen noticias según su poder de venta. Pauta internacional muy rígida, sólo terrorismo, violencia y catástrofes. Información "arrodillada a los intereses de su modelo y empresa". Contrapeso notable si existieran otros medios.</p>		<p>Ha logrado posicionarse como un referente en ciertas materias, especialmente en las visiones políticas pero no a nivel extranjero.</p>
<p><b>2.9</b> <b>Desafíos</b></p>	<p>Mejor planificación vinculada a la producción periodística para anticiparse a las noticias.</p>		<p>Abrirse hacia la información internacional sin tanto sesgo político. Revertir la falta interés</p>		<p>Los medios chilenos debieran apuntar más a la interpretación y al comentario, a la</p>

			por lo internacional.		<p>explicación de los hechos más que la información.</p> <p>“Tener un buen equipo de reflexión que junto con ver algunas noticias vaya orientando al lector en lo que es realmente importante en el día a día pero también en los temas semanales”</p>
--	--	--	-----------------------	--	--

PREGUNTA	ANALISTAS POLÍTICOS, ESPECIALISTAS Y EXPERTOS EN COMUNICACIÓN				
	GUARANI PEREDA	ROBERTO MÉNDEZ	CLAUDIO FUENTES	CRISTOBAL MARIN	ANDREW RADOLPH
<p><b>2.1</b></p> <p><b>Funciones Y herramientas de los medios escritos</b></p>	<p>Es más detallada, se puede memorizar más, puede repasar la noticia.</p> <p>El diario puede “recorrer la casa”. Construye la noticia en profundidad.</p> <p>Los medios escritos pautean a la televisión.</p> <p>Cumplen una función política.</p>	<p>Los medios escritos han enfrentado en Chile a una baja en los niveles de lectura, una pérdida de sintonía y un abandono de ciertos grupos como son los jóvenes y los sectores medios, que los han reemplazado por la televisión, por el Internet, y por otros medios alternativos más orientados a sus intereses.</p> <p>“Hay un proceso de los diarios de replantear su rol y no quedarse exclusivamente en los sectores más acomodados más cultos, o la gente más vieja.”</p> <p>“Si tuviera que analizar la parte internacional, sería tan crítico de La Nación como de El Mercurio. La verdad es que nadie lo está haciendo muy bien. Aquí no hay un líder obvio que uno pudiera decir, éste es</p>		<p>Más influyentes que otros medios pero llegan a un universo más pequeño.</p>	<p>Publicar las noticias.</p> <p>Todas las noticias.</p>

<p><b>2.2</b> <b>Dificultades de las secciones internacionales</b></p>		<p>realmente el medio que lo está haciendo muy bien en materia internacional”..</p>	<p>No tienen recursos suficientes para poder profundizar.</p>	<p>Existen pocos estudios de satisfacción de lectores respecto al cuerpo internacional. “No sé cómo están tomando las decisiones como para tener la justificación de tener una cobertura internacional tan pobre...” La cobertura de la noticia internacional es poco atractiva porque el “lector es parroquial”, es decir, es minimalista.</p>	
<p><b>2.3</b> <b>Percepción del sistema de medios en Chile</b></p>	<p>“El 70% de los chilenos se informa, por lo tanto de forma a través de los noticieros”. Por lo que son los que golpean y los que más inciden en la opinión pública. La radio ocupa el segundo lugar. Los medios escritos ocupan un tercer lugar. Diarios gratuitos constituyen un anclaje para la lectura. La prensa en Chile juega un rol fáctico. Y existe una fuerte concentración de poder en los medios que repercute en la libre función informativa de los periodistas. Durante el gobierno de Lagos se han hecho dos intentos de construir medios alternativos, pero no se llegó a acuerdo en los</p>	<p>Hay todo un proceso de reorientación. Los profundos cambios de la sociedad chilena de la última década han sometido a los medios a muchos cambios, proceso al cual no se terminan de adaptarse. Ello en cuanto al rol de los medios, en cuanto a las pautas, sus contenidos, y en como enfrentan a sus públicos. Los cambios generados en los diarios y los medios escritos son quizás de una manera menos vistosa pero acelerados y reforzados por la competencia que ha significado la televisión y la radio, renovada en los últimos años, así como la aparición de unos medios, como el The Clinic, Plan B, La Nación Domingo y los diarios gratuitos, que han</p>	<p>Los medios están determinados por el avisaje. Fuerte tendencia ideológica conspirativa que atenta contra la democracia. Mercado pequeño.</p>	<p>Empresas que actúan conciliando sus propios intereses. Intentando que el mercado siga la lógica de sus agendas políticas partidistas, con cierta óptica. No tienen posibilidad de ver a su público, como con el <i>rating</i> televisivo. “por lo que los temas se zanja por los datos de los periodistas”. Sin poder ver la demanda, el actual sistema de mercado de los medios escritos fracasará.</p>	

	temas económicos, debido a un compromiso ideológico de los grandes poderes económicos .	aparecido con gran fuerza y han ocupado ciertos mercados. Los procesos sociales son permanentes, o sea nunca va a ser estática, siempre va a ir evolucionando y por lo tanto medios siempre van quedando atrás. El objetivo es que no se produzca un <i>gap</i> demasiado grande. El problema se produce cuando hay cambios rápidos y violentos, como los que ha habido en Chile en la década de los 90. Esas son las oportunidades para la aparición de nuevos medios, y significa la desaparición de otros.			
<b>2.4 Comparación con medios extranjeros</b>	En América Latina, hasta en países más pequeños como Uruguay el nivel de lectoría es mayor. Incluso en Bolivia hay revistas de kiosco dirigidas a la política internacional. Incluyen temas cívica.	“En Internet puedes ver el New York Times, Washington Post o el diario El País, puedes mantenerte muy conectado. Y son los grandes medios que obligan a los medios nacionales a hacer excelentes en estas materias porque ya no tiene el monopolio. Y si bien hoy muchos están remitidos a los medios nacionales por no tener posibilidad de acceso en el New York Times no voy a encontrar una relación con la realidad chilena.		The Economist, El País y el New York Times , son conocidos como diarios de corte internacional, y tienen mas análisis.	
<b>2.5 Responsabilidad de los medios</b>		“Yo creo que si los medios de comunicación tienen una responsabilidad obviamente, pero creo que esa responsabilidad no es saber dirigir a la sociedad (...) Pueden hacerse esfuerzos para educar a la		Es una lógica que puede crear círculos virtuosos, si los medios generan en la audiencia la necesidad de información.	La responsabilidad de la comunicación social es una tendencia de Sudamérica. En EE.UU., el periodismo se basa en la búsqueda de historias y en que cualquier persona

		<p>gente" pero no darles algo que ellos no quieran, va en contra de la libertad de consumo.</p>		<p>puede cumplir la función de periodista. Más allá de la responsabilidad social, la misión fundamental es que publiquen las noticias, "todas las noticias". En esto se basa el desarrollo del país, más que en el tipo de noticias que expongan.</p> <p>"Como estadounidense no estoy de acuerdo con la visión que los medios tengan una responsabilidad social". Esto se justifica en los años setenta cuando la mayoría de los países estaban en dictaduras. Hoy, sin embargo, ese fin es contradictorio con los deseos de libertad de expresión.</p> <p>Europa, representa para él un periodismo, de opinión pero su gran variedad de medios hace que el sistema se sostenga.</p> <p>La concentración de los medios y las grandes empresas de comunicación justifican su crecimiento en la libertad que tienen de poder llegar a más gente.</p> <p>Para solucionar esto, las ondas, o frecuencias no debieran ser de las empresas sino un recurso público, es</p>
--	--	---	--	---

					decir, de la audiencia. Sin embargo, la fuerza de los medios debe ser proporcional a los otros poderes fácticos.
<b>2.6</b> <b>Sobre El Mercurio</b>	<p>Es el dirigente político más importante del país junto con La Moneda. Es el que tiene más conciencia y más certeza de la función que cumple. Más allá de la reclasificación o tendencia que uno puede percibir, te informa de todo, no sé si de internacional pero si de política interna. Tiene la capacidad y la seriedad en sus páginas editoriales. Tiene buenos periodistas, gente que sabe. "Semana internacional, es políticamente más neutral, no tan incisiva como cuando se dedica a la política interna. Saben resumir muy bien los fenómenos. En cuanto a las informaciones, saben orientar y discriminar. Comparado con diarios argentinos o uruguayo su cantidad de notas son la mitad. Es una potencia periodística porque mantiene diarios en todas las regiones y ninguno le reporta deudas. Aunque no es una situación muy destacable dado los recursos de los cuales dispone.</p>	<p>"Hay un esfuerzo por adaptar el contenido del medio a sus públicos, un ejemplo muy obvio, es que acaba de cambiar su formato, justamente debido a que a mucha gente le incomodaba el tamaño del diario en las mañanas."</p>	<p>Decisión estratégica de no hacer más relevante lo internacional.</p>	<p>Comparativamente la cobertura del Mercurio es muy inferior a la de La Nación de Argentina, en términos de profundidad y de extensión de los análisis. El tema internacional no es el fuerte de El Mercurio. "Mucha gente, de la supuesta elite, se informa por El Mercurio pero no sé si están satisfechas con esa información". Las encuestas de El Mercurio son secretas por la baja cantidad de lectores.</p>	
<b>2.7</b>					

<b>Sobre La Nación</b>					
<b>2.8</b> <b>Sobre La Tercera</b>			Quiere ser diferente al Mercurio. Debiera diferenciarse con una buena página internacional y con contenidos más analíticos.		
<b>2.9</b> <b>Desafíos</b>		<p>Todo esto este proceso de cambio está teniendo lugar y yo veo un esfuerzo de estos diarios por reorientarse a este nuevo público, a esta nueva realidad social, a coexistir con el Internet. ya el diario tiene que tener un rol distinto yo creo que el diario debe redefinir, profundizar, contextualizar la noticia, de meter temas que interesan a la gente.</p> <p>Los medios y los periodistas deben constituir puentes entre lo que pasa y el público, la competencia los está obligando a eso. "la gente quiere más análisis, comentarios, proyecciones. Ello se logra probablemente a través de columnistas, a través de reportajes, y van a tener que incluir más opinión sino no sobrevivirán"</p> <p>Alcanzar niveles óptimos, se va a solucionar, en parte con mayor información de los consumidores y probablemente también cuando las audiencias, con las nuevas tecnologías, sean más proactivas en armar sus propios medios."</p>	Llenar el nicho de la "cosa internacional".	Tienen que encontrar nichos de interés en las audiencias. Es necesario revertir el círculo vicioso de contenidos. Para funcionar como un verdadero mercado, debieran encontrar un sistema de medición de su audiencia que fuera público.	Los medios de comunicación deben promover la tolerancia, el mejor conocimiento ético del mundo y la libertad de expresión. Chile debe enfrentar la situación monopólico que viven los medios, principalmente promoviendo medios de comunicación alternativos y las nuevas tecnologías.

SOBRE EL PERFIL DEL PERIODISTA CHILENO

PREGUNTAS	EL MERCURIO			
	LUIS ALBERTO PINO	PABLO SOTO	TAMARA AVETIKIAN	ALBERTO ROJAS
<b>3.1 Características</b>	Deben hacer un doble esfuerzo porque se trabaja con fuentes secundarias o terciarias "necesitas un trabajo doble de contexto". Necesitas interpretar la realidad.			
<b>3.2 Debilidades</b>	"el tema de la objetividad pura y dura, de partida no me gusta, nunca he creído en ella, me parece un <i>bla bla</i> de los periodistas."	Falta de convencimiento del potencial profesional. Demasiado receptivo y permeable a lo extranjero. Actitud complaciente.		
<b>3.3 Fortalezas</b>	Poder de abstracción y de ver los hechos como procesos.	Nueva generación más crítica y con perfeccionamiento.		
<b>3.4 Como debiera ser el periodista, ideales y expectativas</b>	En prensa escrita ya no puede limitarse a ser un simple transmisor			
<b>3.5 Preparación:</b>				
<b>a. Personal</b>	"Hay un filtro, mi interés el que está determinado por mi historia, por mis gustos, por mi valores y por mis parámetros ideológicos."			
<b>b. Universitaria</b>	Especialización recomendada con años de experiencia en el cuerpo.	Intento de especialización pero sin garantías de acceder a una fuente laboral.		

PREGUNTAS	LA NACIÓN		LA TERCERA		
	MARIA EUGENIA DURÁN	LEONARDO MIRANDA	JUAN PAULO IGLESIAS	PEDRO SCHWARZE	CRISTIÁN BOFILL
<b>3.1 Características</b>					Creo que en la medida en que dejan de ser (...) pegadores de cable, la calidad sube. Como también "en la medida que viajan más",
<b>3.2</b>	Percibidos como	Dan por sentado que el	No dominar idiomas		

<b>Debilidades</b>	superficiales por la falta de investigación. Escriben suponiendo conocimientos previos por parte de la audiencia. Error al pensar que la visión que tiene de los hechos es la única posible.	lector maneja más antecedentes de los que realmente dispone. Imaginar que escriben para una elite descontextualiza el periodismo.			
<b>3.3 Fortalezas</b>				Con gran pasión por el tema. La mayoría alucina con el tema.	
<b>3.4 Como debiera ser el periodista, ideales y expectativas</b>	Tener capacidad de contextualizar, hacer seguimientos, contar historias que tengan sustento Tener pasión, paciencia y preparación.	Debe estudiar constantemente ya que los escenarios cambian muy rápido. Humildad para reconocer aquellas áreas que están fuera de su competencia.		Saber relacionar los eventos, tener visión de mundo. Saber contar buenas historias Ser buen lector.	
<b>3.5 PREPARACIÓN:</b>					
<b>a. Personal</b>	La perfección surge de un interés personal más que profesional.		Es la que determina la asignación de temas y la responsabilidad atribuida. Es importante la cultura general. Conocimientos de historia	Hay muchas claves de la profesión que provienen de la propia experiencia de vida. Tener dominio de idiomas.	
<b>b. Universitaria</b>	Los postgrados son importantes pero en términos de mercado en este momento pueden significar una pérdida de dinero.	Tener conocimientos históricos. Dominar idiomas. Duda de una apertura de mercado que haga rentable realizar post grados.	Falta de congruencia entre la enseñanza y los requerimientos del periodista en terreno.	El periodismo no es para estudiarlo como una profesión. Es un oficio que se aprende en la práctica. La universidad entrega buenas herramientas, "pero sólo eso, depende de tus vivencias lo que hagas de ellas". Los post grados son herramientas, que sólo son para aquellos que tienen muy claro lo que les gusta.	

PREGUNTA	TELEVISION		RADIO
	AMARO GÓMEZ PABLOS	ALBERTO PANDO	JUAN PABLO CÁRDENAS
<b>3.1 Características</b>			
<b>3.2 Debilidades</b>	No tenemos referentes periodísticos. Obran en demasía por cables, demasiado ceñidos a las agencias		Falta de capacidad profesional. Falta de analistas globales. No hay mercado para periodistas especializados Falta de profesionales preparados.
<b>3.3 Fortalezas</b>	Intelectualmente destacados por sobre las otras secciones	Tener claro para quién trabaja. Tener claro el público.	
<b>3.4 Como debiera ser el periodista, ideales y expectativas</b>	Ser creativo y dar forma y estructura a las noticias. Mayor capacidad analítica.	El mercado debe operar con criterio periodístico.	Que tengan claros sus objetivos. Que se informen más. Debieran especializarse, hacer post grados para convertirse en analistas. Que escriban más atractivo. Se requiere de periodistas especializados para evitar que otras profesiones desempeñen labores periodísticas. Editores deben tener visión de la realidad internacional para prever los hechos.
<b>3.5 PREPARACIÓN:</b>			
<b>a. Personal</b>	Hace hincapié en los elementos personales, como la autocrítica y los cánones personales	Percepciones, interpretaciones y visiones son elementos independientes del medio en el que trabajen.	
<b>b. Universitaria</b>			Mala preparación. Falta de enseñanza en la escritura Debilidad en investigación Falta de especialización

PREGUNTAS	ANALISTAS POLÍTICOS, ESPECIALISTAS Y EXPERTOS EN COMUNICACIÓN				
	GUARANÍ PEREDA	ROBERTO MÉNDEZ	CLAUDIO FUENTES	CRISTOBAL MARÍN	ANDREW RADOLPH
<b>3.1 Características</b>	El periodista está condicionado por la línea editorial, el interés político y el interés económico de su holding. Lo que hace se termine percibiendo	"Las nuevas generaciones vienen mejor preparadas, pero muchos van a ser obligados a cambiar por la realidad competitiva de los medios..."	Falta de calidad		Lo que el periodista escribe y publica está determinado por la ética y el criterio personal de éste.

	como un funcionario.				
<b>3.2 Debilidades</b>	Tienen un bajo nivel cultural.	No relacionar temas internacionales con la realidad propia, sin hacer una mayor jerarquización, un mayor análisis o relación con la realidad nacional. Hay también muy pocos columnistas, muy poca opinión y puntos de vistas. Los periodistas exitosos serán aquellos que sepan hacer esta relación.		Falta de capacidad analítica, de comprensión de la sociedad en que están viviendo. Muy mala formación para interpretar datos ahí yo creo que es un gran déficit de los periodistas chilenos, no saben leer los cambios en la sociedad global y nacional y al no saber leerlos no pueden interpretar, no pueden dar valor agregado al hecho noticioso	
<b>3.3 Fortalezas</b>					
<b>3.4 Como debiera ser el periodista, ideales y expectativas</b>	Debe tener calidad, sin embargo los bajos sueldos no facilitan esta necesidad. Un mejor desempeño pasa por la comprensión integral de la función informativa, la importancia de la calidad de redacción, y un auto convencimiento de que tiene la independencia para investigar libremente. Debe tener un interés por leer constantemente.		Un analista cotidiano con mayor entrenamiento en análisis de tema, conflicto, etc. Y en la base empírica de esos análisis ser capaz de leer signos.	El profesional debiera preocuparse por buscar la mayor cantidad de información posible sobre los hechos para permitir que la audiencia tome decisiones propias. Sin embargo, plantea que previo a las expectativas debe haber un sistema internacional para legitimar quién es periodista. Ello debido a inexistencia de la carrera en muchos países. Cualquier persona que puede escribir sus apreciaciones debiera poder publicar sus artículos en cualquier revista. Porque es un principio de la libertad de prensa.	
<b>3.5 PREPARACIÓN</b>					
<b>a. Personal</b>					
<b>b. Universitaria</b>	Egresan periodistas "en cantidades industriales". Los que egresan no		En general la formación de los periodistas no es muy buena en Chile.	Las exigencias universitarias son principios que no va acorde con la libertad de	

	cumplen con las exigencias mínimas de la profesión.		Los periodistas deben tener conocimiento de otras disciplinas. "Hay tres escuelas que tienen más oportunidades laborales, la Católica, la Portales y la Chile".	expresión. No debiera existir restricción alguna.
--	---	--	--	---

## SOBRE EL PÚBLICO CHILENO

PREGUNTAS	EL MERCURIO			
	LUIS ALBERTO PINO	PABLO SOTO	TAMARA AVETIKIAN	ALBERTO ROJAS
<b>4.1</b> <b>Caracterización del chileno como lector general:</b>	El público que lee es minoría. Ha habido un avance significativo del consumidor de informaciones de la prensa escrita chilena más allá de cierto nivel intelectual - analistas, políticos, y académico -	"como el 0,1% es el tipo que lee el diario todos los días"		"El chileno standard u Homo chilensis vulgaris, no invierte en medios". No lee, es poco culto y desinformado. El tema internacional le es indiferente
<b>4.2</b> <b>Caracterización del lector de noticias internacionales chileno:</b>	Una mayor demanda de calidad se asociaría con la asignación de mayores recursos. Es el que quiere estar un poco más informado que el público de masas o de la televisión	Prefieren medios nacionales porque informarse se hace más fácil y rápido.		

PREGUNTAS	LA NACIÓN		LA TERCERA		
	MARIA EUGENIA DURÁN	LEONARDO MIRANDA	JUAN PAULO IGLESIAS	PEDRO SCHWARZE	CRISTIAN BOFILL
<b>4.1</b> <b>Caracterización del chileno como lector general:</b>	Visión de mundo localista.	No se dan cuenta que el "factor proximidad" puede ser relativo.		El Mercado chileno es bien flojo de cabeza. El lector de diarios en Chile es muy escaso. Esta más interconectado y se ve afectado por la globalización para bien o para mal.	Cuando vas a escribir un artículo sobre las relaciones de Kadafi con Toni Blair yo no creo que estés pensando en un lector común
<b>4.2</b> <b>Caracterización del lector de noticias</b>	No está preparada para exigir noticias más profundas.	Aquel que quiere saber más que lo que dan en televisión. Un lector que quiere	De nivel cultural más alto.		Yo tengo la impresión de que la sección de internacional, al igual que

<b>internacionales chileno:</b>		antecedentes, que le gusta saber más y que quiere conocer a los personajes e historias			la sección de opinión va a los lectores más cultos, a los lectores de mayor nivel.
---------------------------------	--	--	--	--	--

PREGUNTA	TELEVISIÓN		RADIO
	AMARO GÓMEZ PABLOS	ALBERTO PANDO	JUAN PABLO CÁRDENAS
<b>4.1 Caracterización del chileno como lector general:</b>	Conciencia de la vulnerabilidad que implica vivir en una aldea global.	Gran inequidad educacional que es más importante que la económica. Heterogéneo socialmente.	Un personaje que cada vez viaja más Falta de educación. Falta de comprensión. Déficit en formación intelectual. Falta de interés. No dan paso a la globalización. Somos un país chico y atrasado. País que vive de miedo. Menos insertos en el mundo que nuestros padres y abuelos.
<b>4.2 Caracterización del lector de noticias internacionales chileno:</b>			ABC1 Formación cultural más amplia. Pero excluye de esto a los empresarios y especialistas.

PREGUNTA	ANÁLISTAS POLÍTICOS, ESPECIALISTAS Y EXPERTOS EN COMUNICACIÓN		
	GUARANÍ PEREDA	ROBERTO MÉNDEZ	CLAUDIO FUENTES
<b>4.1 Caracterización del chileno como lector general:</b>	Vive aislado Tienen mentalidad "parroquial". No se compagina el interés de la ciudadanía con las responsabilidades internacionales que tiene el país. Falta de exigencia de información internacional por parte de la ciudadanía. Tendencia a cierta apertura. Factores del desinterés: - "cultura política desinterés nacional, creada (dictadura) y se retroalimenta". - la matriz cultural, el sentido que se le da a la educación. Falta una "comprensión compleja" por parte del chileno de su entorno cotidiano, una comprensión integral de los hechos	"Estudios que hemos hecho, indican que durante los noventa hubo un descenso en el interés de las personas por la noticia internacional (...) Lo que se decía es que los chilenos no estaban interesados en los temas internacionales a menos que afectara de alguna manera a Chile". "Yo creo que en general la gente no tiene mucha capacidad de integrar estos cambios con su propia vida, pero justamente ahí está el papel de los medios, de los periodistas de hacer fácil esos temas." "Decir que no hay interés no es justo, no es correcto. No es un público aislado o atontado... ese sería un diagnóstico que no toma en cuenta los aspectos más profundos.	"Europocéntricos" Problema estructural: mala educación. Baja capacidad analítica, de reacción, de comprensión y de lectura. Problema coyuntural: Visión poco pluralista. Sociedad poco tolerante. No buscan informarse.

	<p>aplicada a la vida del chileno. La visión del chileno es ego centrista, tiene un fuerte factor nacionalista que lo limita en su visión de mundo. Se necesita un desarrollo de la base cultural en los factores mencionados.</p>	<p>Hay que pensar en las otras instituciones que tampoco han podido cambiar a la velocidad de las transformaciones sociales, los políticos por ejemplo, la iglesia, que tampoco llegan a la gente.”</p>	
<p><b>4.2</b> <b>Caracterización del lector de noticias internacionales chileno:</b></p>			<p>No profundiza y no conoce.</p>

<b>PREGUNTA</b>	<b>ANALISTAS POLITICOS, ESPECIALISTAS Y EXPERTOS EN COMUNICACION</b>	
	<b>CRISTOBAL MARÍN</b>	<b>ANDREW RADOLPH</b>
<p><b>4.1</b> <b>Caracterización del chileno como lector general:</b></p>	<p>Sólo lee la elite, es decir, el 20% de los chilenos. La gente común y corriente no lee diarios, ve televisión. En general, hay poco interés en los temas económicos, políticos e internacionales. “El que no sabe no está informado, y ello se debe a la escasez o inexistencia de la información, o bien porque al lector simplemente no le interesa”. La sociedad chilena, está experimentando un cambio importante en términos políticos, económicos y culturales. Las comunicaciones y la revolución de la información, del acceso masivo al teléfono, a internet ha generado otra dinámica que hace que Chile esté más conectado al mundo. La sociedad chilena ha sido más lenta de lo que debiera ser en entender las necesidades de manejar lo que está pasando en el mundo. Debe haber algo de interés por otros temas y eso se da a través de la educación y de la socialización, ello tanto en hogares como empresas. La cultura es el ámbito donde más se refleja la globalización.</p>	<p>Donde hay más libertad de expresión y más libertad de prensa hay también más participación cívica. Ya que personas informadas buscan información de mayor calidad. (Círculo virtuoso). Permitiría a la gente distinguir y saber mejor lo que quiere. Hoy la gente se siente excluida del proceso social de desarrollo, ya que el gobierno y los medios lo asumen como suyo pero sin ellos.  El ejercicio de sus derechos cívicos, no sólo de sus derechos sino también de participación cívica han hechos muchos cambios en el país.</p>
<p><b>4.2</b> <b>Caracterización del lector de noticias internacionales chileno:</b></p>	<p>Lee diarios sobre los cuales no hay datos de lectoría. A mucha gente le interesa, pero a lo mejor le interesa los términos de imagen, de la narrativa televisiva no en términos de profundizar mucho más leyendo</p>	



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME:  
<http://www.archivochile.com>

Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.)

Envía a: [archivochileceme@yahoo.com](mailto:archivochileceme@yahoo.com)

**NOTA:** El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#)..

© CEME web productions 2003 -2007 