

2009

Una comparación de noticias internacionales en las cadenas televisivas estadounidenses

Manuel Nicolás Cabrera Montiel
Universidad de Salamanca

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

Nicolás Cabrera Montiel, Manuel (2009) "Una comparación de noticias internacionales en las cadenas televisivas estadounidenses," *Global Media Journal México*: Vol. 6 : No. 11 , Article 13.
Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol6/iss11/13>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

UNA COMPARACIÓN DE NOTICIAS INTERNACIONALES EN LAS CADENAS TELEVISIVAS ESTADOUNIDENSES

Manuel Nicolás Cabrera Montiel Universidad de Salamanca

Resumen

Por muchos años, los medios de comunicación de habla inglesa han sido criticados por no emitir suficientes noticias internacionales durante sus telediarios. Aunque estudios previos se han enfocado solamente en las noticias que transmiten las cadenas establecidas (la ABC, la CBS y la NBC), este estudio incluye un análisis comprensivo y comparación con las cadenas de habla hispana (Telemundo y Univisión). La presente investigación se enfoca en las transmisiones de la semana que comprendió del lunes dos de octubre al viernes seis de octubre del 2006.

Palabras clave: noticias internacionales, noticiarios, telediarios, televisión, periodismo, medios de comunicación hispanos, cadenas estadounidenses, noticias en español e inglés.

Abstract

For many years, English-language media have been criticized for not airing enough international news during their nightly national newscasts. While previous studies have focused solely on the offerings of the major English-language networks (ABC, CBS and NBC), this study also includes a comprehensive analysis and comparison with the major Spanish-language networks (Telemundo and Univisión) in the United States. This study was conducted during the week of Monday 02 October 2006 through Friday 06 October 2006.

Los noticiarios que se transmiten a diario, o telediarios, llegan a millones de televidentes en los Estados Unidos, cada tarde. Estos programas televisivos reportan las noticias y acontecimientos más importantes del país y del mundo, en formatos de treinta minutos. Hay cinco cadenas principales que transmiten sus noticias por televisión abierta —dos en lengua española y tres en lengua inglesa—. Cada una de estas cadenas emite sus telediarios entre las cinco y las siete de la tarde, dependiendo del huso horario. Las tres redes de habla inglesa son la ABC (*American Broadcasting Company*), la CBS (antes llamada

Columbia Broadcasting System), y la NBC (*National Broadcasting Company*). Las dos redes de habla hispana son Telemundo y Univisión.

Estos telediarios son importantes porque tienen una historia larga de informar a sus audiencias. Desde 1963, el público ha dicho que la televisión es la fuente más común para recibir la mayoría de las noticias (Dominick, 1999). Antes de la existencia de cadenas de noticias que operaran las veinticuatro horas, las cadenas tradicionales eran la forma principal para transmitir titulares nacionales e internacionales a la población.

A pesar de la importancia de informar al público, muchos de los telediaros continúan comunicando pocas noticias extranjeras; en cambio, se enfocan en las noticias nacionales. Este fenómeno ha sido una de las grandes críticas a los medios de comunicación estadounidenses. Hamilton y Jenner (2003) han descrito que la crítica por no transmitir una cantidad suficiente de noticias internacionales empezó a finales de la Segunda Guerra Mundial. Los autores también han anotado que, después de la Guerra Fría, ha disminuido la cantidad de reporteros, corresponsales y periodistas asignados en el extranjero. También se reprocha la cantidad de espacio que dedican los periódicos y el tiempo de las cadenas a las noticias internacionales (con la excepción de las épocas de crisis). Las explicaciones que se tienen de estas tendencias —los altos gastos de mantener periodistas en el extranjero y el reto de tener presupuestos equilibrados de las compañías de medios de comunicación— sugieren que la situación no va a cambiar pronto. Hay una razón fundamental para que las audiencias estadounidenses tuvieran una mayor exposición a noticias internacionales, y es que Estados Unidos tiene un papel relevante en la escena internacional, con intereses de sus ciudadanos, empresarios, políticos, artistas, deportistas, en muchos países del mundo.

Según Neuendorf (2001), hay un gran número de estudios que han seguido el movimiento de las noticias internacionales y que encuentran que, generalmente, en países occidentales no es posible encontrar una cantidad importante de noticias acerca del resto del mundo. El mismo autor sugiere que esto es relevante dado que Occidente

toma decisiones que afectan a otros países, y los ciudadanos requieren de información para presionar a sus gobiernos respecto a las decisiones que potencialmente puedan afectar a otros Estados.

En este estudio se investiga la cantidad de noticias nacionales e internacionales transmitidas durante los telediaros de las cinco cadenas previamente mencionadas en una semana típica. El objetivo principal es comparar y contrastar la cantidad de tiempo dedicado a las noticias nacionales e internacionales en las cadenas de habla inglesa e hispana para ver qué grupo lingüístico ofrece mayor ó menor número de noticias.

La próxima sección de esta investigación revisa estudios previos de la trasmisión de noticias extranjeras en las redes anglo e hispanoparlantes. Dicha sección es seguida por una descripción del método empleado en el estudio y los resultados obtenidos. Las últimas secciones abarcan la discusión, conclusiones y recomendaciones pertinentes para el presente trabajo.

Revisión de literatura

Cadenas de habla inglesa

El Congreso de los Estados Unidos y la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, *Federal Communications Commission*) estipulan que todas las redes en los Estados Unidos tienen que operar sus cadenas en el interés, conveniencia o necesidad del público. Las cadenas tienen que establecer una programación para cumplir con las necesidades de la comunidad (Pember, 2003). Uno de los intereses principales del público es que las cadenas presten el servicio de dar noticias —locales, nacionales, e internacionales— durante

sus telediarios. No obstante, las cadenas tienen la libertad e independencia para decidir qué noticia se deber reportar.

Por muchos años, los telediarios en lengua inglesa han sido criticados por no reportar suficiente noticias internacionales. Se pueden citar tres razones principales que los medios de comunicación han brindado para explicar el poco espacio otorgado a las noticias extranjeras durante los telediarios:

- *Apatía por las noticias internacionales por parte del público* (Utley, 1997).
- *Acontecimientos que tienen poco o ningún enlace con los intereses de Estados Unidos* (Rodríguez, 1996; Tait, 2000; Lee, 2004).
- *Altos gastos para mantener reporteros en el extranjero* (Tait, 2000; Hamilton y Jenner, 2004).

Por estas razones, muchos de los medios de comunicación que se dedican a las noticias dan menos tiempo a acontecimientos internacionales. Las noticias que sí se reportan se han enfocado en historias nacionales, y las noticias internacionales merecen atención solamente si tienen algún lazo o conexión con los Estados Unidos. Lee plantea que los países con significados sociales más altos para un país meta — políticos, económicos y culturales—, recibirán más atención en la cobertura periodística de dicho país en comparación con los países con significados más bajos (Lee, 2004). El grado de atención que recibe cada país es algo fluido y cambia con los tiempos. Por ejemplo, en los años ochenta, el país que recibió más atención fue la Unión Soviética (Larson, 1984) y hoy en día es Iraq (Hellinger, 2004). Estos dos países tenían lazos importantes con Estados Unidos durante las épocas en que

dominaron las noticias.

Utley (1997) escribe que el público estadounidense nunca ha mostrado un interés sostenido en lo que sucede afuera de sus fronteras. Durante toda la historia de la nación, el sentido estadounidense de autocontención ha sido muy poco retado, y cuando sí sucede es solamente cuando hay intereses estadounidenses de por medio. El estudio de Lee encontró que existía una relación positiva entre los intereses estadounidenses directos en otro país, y la cantidad de historias de dicho país en los telediarios estadounidenses (Lee, 2004, p. 26).

Uno de los hallazgos de Larson (1984) fue que el 27 por ciento de las transmisiones de noticias extranjeras que se dio durante este periodo, se debió a que los contenidos eran violentos, por ejemplo, noticias sobre guerras, conflictos, terrorismo, tensiones sociales y desastres. Muchas de estas historias tenían lazos directos o indirectos con los Estados Unidos. En contraste, las cadenas de lengua española ofrecen historias de países extranjeros aun cuando no tengan lazos directos con intereses estadounidenses. Por ejemplo, Rodríguez (1996) dice que una renuncia forzada de un miembro del gabinete argentino es presentada de igual manera que la renuncia de un miembro del gabinete estadounidense.

Una consecuencia del consumo orientado hacia lo local es que las cadenas de habla inglesa reporten principalmente noticias nacionales. En su artículo “El futuro de las noticias internacionales en televisión” (*The Future of International News on Television*), Richard Tait ha escrito que en los Estados Unidos es claro que hay una disminución en las noticias internacionales por parte de las cadenas

principales. Muchas de las oficinas externas se han cerrado y la proporción de historias extranjeras ha caído desde que finalizó la primera Guerra del Golfo Pérsico. Las cadenas estadounidenses han sufrido mucho después de los recortes presupuestales en los años ochenta y noventa (Tait, 2000, p. 51). Los altos costos de posicionar y mantener empleados en oficinas extranjeras es una de las razones mencionadas con más frecuencia como causa de la baja cantidad de historias que vienen del extranjero. Hamilton y Jenner (2004) dicen que anualmente cuesta más de \$250,000 dólares estadounidenses el financiamiento de un solo periodista en el extranjero.

Se han publicado numerosos estudios y reportes sobre la cantidad de noticias internacionales emitidas en los telediaros estadounidenses, consistente con la preocupación sobre la cantidad de tiempo que la ABC, la CBS y la NBC le dedican a las noticias internacionales. El total de reportajes internacionales en los telediaros de estas redes ha disminuido, de 3,733 minutos en 1989, a 1,838 minutos en 1996 en la ABC, la líder; y de 3,351 minutos a 1,175 minutos en la NBC, que se ubica en tercera posición (Utle, 1997). Respecto de la cobertura internacional de la ABC, la CBS y la NBC, Hellinger (2004) dice que, de acuerdo con el *Tyundall's Report* de 2003, las tres redes juntas dedicaron 4,111 minutos de cobertura a noticias extranjeras, 28 por ciento del tiempo de sus telediaros diarios tomado en conjunto (Hellinger 2004, p. 7).

James F. Larson (1984) afirma que, en los años ochenta, las redes tenían el difícil reto de reportar los acontecimientos del mundo en diez minutos cada tarde en sus telediaros (p.

145). Actualmente el problema todavía existe, no obstante, se dedica menos de 10 minutos cada tarde a las noticias internacionales. El estudio de Larson sobre la cantidad de noticias internacionales transmitidas incluye como variables a) los reportes de naciones extranjeras durante los telediaros; b) las naciones reportadas con más frecuencia; c) el origen nacional de los reportajes de vídeo emitido; y d) la cobertura de regiones geográficas principales. Este trabajo es importante para comparar y evidenciar cómo las redes han cambiado en su forma de ofrecer las noticias internacionales desde los años ochenta hasta hoy. La investigación de Larson ofrece una base sólida para medir la cantidad y el carácter de noticias internacionales en las cadenas de habla inglesa de los Estados Unidos (Larson, 1984, p. 149).

En general, la cantidad de noticias del extranjero transmitidas en las tres cadenas que operan en inglés va en disminución porque se dedica menos tiempo a la cobertura extranjera.

Cadenas de lengua española

En comparación a sus homólogos de habla inglesa, las dos cadenas que usan la lengua española para comunicar a sus televidentes ofrecen más noticias internacionales. La razón principal por la que las noticias extranjeras han recibido más tiempo en las cadenas en español es que los televidentes hispanos tienen enlaces e intereses en sus países de origen (Delgado y Veraldi, 2004; Lee, 2004; Rodríguez, 1996, 1999).

Como se ha dicho antes, una de las críticas a las cadenas de habla inglesa es la falta de noticias extranjeras en sus telediaros (Hamilton y Jenner, 2003).

La escasez de noticias internacionales hace que la gente busque suplir esta carencia en otros medios de comunicación. Considérese una familia de Florida que empleaba las cadenas de habla inglesa para informarse. Esta familia habría cambiado a telediaros en español porque en esos programas encontraron las noticias estadounidenses más importantes, pero también las noticias más importantes de América Latina que se omiten en las otras cadenas (Delgado y Veraldi, 2004). Las redes de habla inglesa a menudo ignoran, o mantienen muy escasos, las noticias sobre Latinoamérica en sus telediaros (Larson, 1984; Rodríguez, 1996). Esto mueve a los televidentes a cadenas como Telemundo y Univisión.

Las noticias hispanas, al igual que las noticias de América Latina, no son consideradas noticias nacionales (Rodríguez, 1996) por los periodistas anglosajones establecidos. Según Rodríguez (1996), el mapa de los telediaros anglosajones se configura solamente con los Estados Unidos, Asia y Europa. En este caso, las noticias internacionales van en un eje Este-Oeste. En contraste, las cadenas en español tienen un mapa con un eje Norte-Sur, que inicia en los Estados Unidos y termina en Argentina. Es decir, las noticias en estas cadenas van de Norte a Sur.

Rodríguez (1996) comparó el *ABC World News Tonight with Peter Jennings* y el *Noticiero Univisión* para mostrar las diferencias entre estos dos telediaros. El noticiero de la ABC dedicó 79 por ciento de su tiempo a noticias nacionales. En comparación, Univisión dedicó 43 por ciento de su noticiero a los Estados Unidos y el resto a noticias de Latinoamérica. En el

mismo estudio, Rodríguez (1996) afirmó que 45 por ciento de las noticias del *Noticiero Univisión* son de América Latina, mientras que en los telediaros de la ABC se otorgó sólo el dos por ciento a la misma región.

La evolución de la televisión en español en los Estados Unidos empezó cuando las primeras cadenas comenzaron a organizarse en los años sesenta. Ya para los ochenta había telediaros locales y nacionales. Las noticias y medios de comunicación de México, importadas por Televisa, representaron el estándar por muchos años. Fue durante la década de 1980 que las cadenas de habla hispana en Estados Unidos empezaron a ser más independientes. Después de 1981, con el inicio de la programación por satélite, la SIN (*Spanish International Network*, actualmente Univisión) comenzó a producir un noticiero nacional diariamente, el *Noticiero SIN*, y aunque surgieron tensiones étnicas, creó una agenda de noticias hispanas nacionales (Rodríguez, 1999). La agenda hispana/latina de las noticias ha sido frecuentemente ignorada por las redes angloparlantes establecidas.

Sin embargo, hoy en día dicha agenda se puede ver a través de los reportajes extensos que llegan de Latinoamérica mediante las noticias de Telemundo y Univisión. Algunos periodistas de estas cadenas han considerado que la audiencia de los telediaros en español está interesada en el continente americano en general, de tal modo que un inmigrante mexicano está interesado en noticias de El Salvador casi de la misma manera que en noticias de México (Rodríguez, 1996).

Los hispanohablantes prefieren

recibir las noticias en “la lengua de su alma” (Rodríguez, 1999). Las redes Univisión y Telemundo son efectivas en satisfacer el deseo de la audiencia de obtener noticias de sus países de origen. Este interés está aumentado por la inmigración que viene de Latinoamérica y por los hijos nacidos de dichos inmigrantes. Gran parte de la audiencia y la mayoría de los periodistas que producen los telediarios en español son inmigrantes recién llegados y residentes estadounidenses de primera o segunda generación (Rodríguez, 1996). Delgado y Veralid (2004) han pronosticado que la televisión en lengua española continuará trayendo beneficios y mantenimiento de la lengua entre hispanos, tanto para los inmigrantes como para los hijos de los mismos. Estos autores también han afirmado que el español se continuará hablando en la casa porque dos tercios de los adultos hispanos en los Estados Unidos nacieron fuera del país. Además, consideran, la inmigración va a continuar, hay un interés por preservar identidades culturales, y hay una concentración geográfica que une a los hispanos con sus países de origen.

Hipótesis

La FCC ha dicho que la discrecionalidad en la presentación de las noticias e información pública es un concepto esencial de la libertad de prensa, garantizada en Estados Unidos por la Primera Enmienda de la constitución (Pember, 2003). Esto significa que los directivos de cada red tienen el derecho a presentar las noticias que estimen como las más importantes. En Estados Unidos no hay reglas que indiquen la cantidad de tiempo que es necesario dedicar a noticias nacionales e

internacionales, por lo que cada cadena toma estas decisiones en completa independencia.

En general, la hipótesis está relacionada con los datos ya mencionados. Las cadenas de habla inglesa dedicarán más tiempo a noticias nacionales y las cadenas de habla hispana dedicarán más tiempo a noticias internacionales. Esta hipótesis se puede enunciar de esta forma:

Hipótesis 1. Las cadenas en inglés contienen más noticias nacionales y menos reportajes internacionales. Las noticias internacionales que llegan a ser transmitidas son historias que tienen lazos directos con los Estados Unidos. Muy poco tiempo ha sido dedicado a las noticias extranjeras; la mayoría de los telediarios están dedicados a noticias nacionales.

Hipótesis 2. Las cadenas de lengua española reportan más noticias internacionales y menos noticias nacionales en comparación con las cadenas anglosajonas. Las noticias nacionales que sí lleguen a ser transmitidas serán las noticias más importantes del día originadas de los Estados Unidos. América Latina dominará las noticias internacionales y los países de esta región recibirán más atención y prioridad en vez de otros países como Iraq y Corea del Norte.

Método

Unidad de análisis

La unidad de análisis en este estudio es la historia periodística, sin distinguir el género periodístico. Es decir, se incluye en una misma unidad los géneros periodísticos de noticias y reportajes. En total, 314 historias fueron analizadas durante la semana del lunes 2 de octubre de 2006 al viernes 6 de octubre de 2006 en las cinco cadenas. Esta semana fue

escogida al azar; sin embargo, solamente los días laborales fueron estudiados porque no todas las cadenas emiten telediarios los sábados y domingos. Cada cadena emite su noticiero de 30 minutos entre las cinco y las siete de la tarde, dependiendo de la zona horaria.

En total se analizaron 25 telediarios, cinco de cada cadena de transmisión libre (tabla 1).

Tabla 1. Cadenas y telediarios analizados.

Cadena Televisiva	Título Del Noticiero	Hora De Emisión	Idioma Del Noticiero
ABC	<i>ABC World News with Charles Gibson</i>	05:30 pm 06:00 pm	Inglés
CBS	<i>CBS Evening News with Katie Couric</i>	05:00 pm 05:30 pm	Inglés
NBC	<i>NBC Nightly News with Brian Williams</i>	05:30 pm 06:00 pm	Inglés
Telemundo	<i>Noticiero Telemundo</i>	05:30 pm 06:00 pm	Español
Univisión	<i>Noticiero Univisión</i>	05:30 pm 06:00 pm	Español

Para este estudio, se definieron *historias nacionales* como aquellas que suceden en los cincuenta estados de la Unión americana, Washington DC y los otros territorios estadounidenses. Por *historias internacionales* se refiere a aquellas que suceden fuera de los cincuenta estados, Washington DC y los otros territorios estadounidenses.

Muestra

Cada telediario (todos duraron media hora) fue grabado en una cinta en formato VHS para facilitar su reproducción y registro. Después de grabar los 25 telediarios cada uno fue registrado. La información que se registró incluyó a) la duración de cada segmento; b) cuándo empezó y terminó cada elemento; c) el título de cada segmento; d) el tipo de

elemento (historia, *teaser*, publicidad); e) la ubicación de cada historia; f) el nombre del periodista; y g) un resumen breve de la historia. Los diferentes tipos de elementos incluyeron publicidad, avances (*teasers*), rellenos (*fillers*) e historias nacionales e internacionales. Historias con dos o más países fueron codificados con el país principal de la historia.

Las abreviaturas usadas para cada estado y territorio estadounidense son las abreviaturas usadas por el Servicio de Correos de los Estados Unidos (*United States Postal Service, USPS*). La abreviatura de cada país es la abreviatura común de la Organización de Estandarización (*Organization for Standardization, ISO*) de dos letras.

Los datos tales como el tiempo y hora que empezó y terminó cada elemento

fueron registrados empleando un programa de hoja de cálculo. Para calcular la duración de cada elemento, se restó el tiempo de terminación al tiempo de inicio de cada elemento. Luego, la duración de cada elemento fue calculado. Primero, el tiempo total de la duración de cada programa (*total running time*, TRT) y después, la duración de cada elemento fue sumado para calcular el porcentaje que cada elemento ocupó durante los telediarios. Se calcularon dos grupos de tiempos y porcentajes: uno con publicidad y otro sin publicidad. La razón para realizar dos cálculos, uno con anuncios y el otro omitiéndolos, fue el tener una mejor perspectiva de cómo se usa el tiempo durante los telediarios (tabla 2).

Luego se calcularon los tiempos de duración de cada noticiero y de todas las cadenas en conjunto. Se sumaron los cinco días para cada cadena. Más tarde, se sumaron los tiempos de las cadenas por idioma, inglés y español. Finalmente, las

cinco cadenas fueron sumadas en conjunto para obtener resultados totales.

Después de calcular los tiempos de cada segmento nacional e internacional, se calculó el tiempo destinado a cada estado y país. Este proceso se llevó a cabo sumando el tiempo que se empleó en un estado o país durante una historia. Por ejemplo, se sumó todo el tiempo en que Brasil era la ubicación de una historia en cada una de las cinco cadenas. Entonces, todas las referencias en que Brasil apareció fueron sumadas en las cadenas de habla inglesa y las cadenas de habla hispana, respectivamente. Este segmento fue muy útil cuando se comparó el tiempo dedicado a países y estados particulares entre las cadenas y los grupos lingüísticos. También se efectuó un análisis del tiempo dedicado a los estados y países en comparación al tiempo general de las emisiones con anuncios y sin anuncios.

Tabla 2. Detalles de la muestra

Estadísticas Totales Con Anuncios		
TRT Semanal-rellenos	0:47:10	6.49%
TRT Semanal-Nacional	5:41:46	47.03 %
TRT Semanal-Extranjera	2:23:21	19.73 %
TRT Semanal-Publicidad	3:14:21	26.75 %
TRT Semanal-Total	12:06:38	

Estadísticas Totales Sin Anuncios		
TRT Semanal-rellenos	0:47:10	8.86%
TRT Semanal-Nacional	5:41:46	64.21 %
TRT Semanal-Extranjera	2:23:21	26.93 %
TRT Semanal-Total	8:52:17	

Resultados

Resultados generales

Escritores y productores quieren proporcionar los productos más populares posibles, pues su tarea es atraer más audiencia a sus segmentos, evitando que la competencia lo haga.¹ A pesar de que

las noticias nacionales que se emiten son íntegras a esta investigación, los resultados de esta tarea se enfocarán en las noticias internacionales emitidas por las cinco cadenas. También veremos éstas cómo atraen a la audiencia con la cantidad de noticias nacionales e internacionales que emiten.

En general, los resultados siguen

¹ “Escritores y productores quieren proporcionar los productos más populares posibles, pues su tarea es atraer más audiencia a sus segmentos, evitando

que la competencia lo haga” (Christians, Fackler, Tozoll, McKee, 2001, p. 289).

siendo los mismos, de acuerdo con los otros estudios que se han analizado. Existen tendencias similares (Larson, 1984; Rodríguez, 1996) en el flujo de noticias internacionales en los Estados Unidos. Notablemente, las cadenas de la lengua inglesa emiten noticias nacionales de manera abrumadora (Larson, 1984), mientras que las cadenas de la lengua española emiten noticias nacionales e internacionales de forma más o menos equilibrada (Rodríguez, 1996).

Hipótesis 1

En la primera hipótesis se dice que las cadenas ABC, CBS y NBC tendrán menos historias internacionales y más historias nacionales. Los resultados de este estudio muestra que, colectivamente, estas cadenas dieron 54.57 por ciento de su tiempo (incluyendo anuncios) a las noticias nacionales y 11.99 por ciento del tiempo a las internacionales (tabla 3).

Al excluir la publicidad, las noticias nacionales ocuparon 75.49 por ciento del

tiempo y las internacionales, 16.58.

La duración (en horas, minutos y segundos) que las cadenas de habla inglesa dedicaron a las noticias, también es un factor importante a considerar. Incluyendo anuncios, éstas emitieron 3:55:08 de noticias nacionales y 0:51:39 de noticias internacionales. Es interesante también ver que el tiempo dedicado a los anuncios era 1:59:25, y a los *fillers* 0:24:41.

Los resultados de este estudio apoyan la Hipótesis 1 y muestran un modelo de noticias extranjeras. Ninguna de las cadenas de habla inglesa transmitió más de 20 minutos de noticias internacionales durante la semana estudiada. Esto significa que la duración observada de las noticias internacionales fue menor a la reportada en los años ochenta (Larson, 1984). Incluso, dos telediarios en las cadenas de habla inglesa no tenían un solo historia internacional, en contraste con las cadenas de habla hispana, que siempre tuvieron historias internacionales.

Tabla 3. Prueba de la hipótesis 1

Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:47:10	6.4 9%
TRT Semanal-Nacional		5:41:46	47.03 %
TRT Semanal-Extranjera		2:23:21	19.73 %
TRT Semanal-Publicidad		3:14:21	26.75 %
TRT Semanal-Total		12:06:38	

Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:47:10	8.8 6%
TRT Semanal-Nacional		5:41:46	64.21 %
TRT Semanal-Extranjera		2:23:21	26.93 %
TRT Semanal-Total		8:52:17	

Estadísticas totales con anuncios en inglés			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:2 4:4 1	5.73 %
TRT Semanal- Nacional		3:5 5:0 8	54.5 7%
TRT Semanal- Extranjera		0:5 1:3 9	11.9 9%
TRT Semanal- Publicidad		1:5 9:2 6	27.7 2%
TRT Semanal- Total		7:1 0:5 4	
Estadísticas totales con anuncios en español			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:2 2:2 9	7.60 %
TRT Semanal- Nacional		1:4 6:3 8	36.0 6%
TRT Semanal- Extranjera		1:3 1:4 2	31.0 1%
TRT Semanal- Publicidad		1:1 4:5 5	25.3 3%
TRT Semanal- Total		4:5 5:4 4	

Estadísticas totales con anuncios en inglés			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:2 4:4 1	7.92 %
TRT Semanal- Nacional		3:5 5:0 8	75.4 9%
TRT Semanal- Extranjera		0:5 1:3 9	16.5 8%
TRT Semanal- Total		5:1 1:2 8	
Estadísticas totales con anuncios en español			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:2 2:2 9	10.1 8%
TRT Semanal- Nacional		1:4 6:3 8	48.2 9%
TRT Semanal- Extranjera		1:3 1:4 2	41.5 3%
TRT Semanal- Total		3:4 0:4 9	

ABC Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:0 9:4 5	6.85 %
TRT Semanal- Nacional		1:1 1:4 9	50.4 6%
TRT Semanal- Extranjera		0:1 9:3 9	13.8 1%
TRT Semanal- Publicidad		0:4 0:5 6	28.7 6%
TRT Semanal- Total		2:2 2:0 9	

ABC Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:0 9:4 5	9.63 %
TRT Semanal- Nacional		1:1 1:4 9	70.9 5%
TRT Semanal- Extranjera		0:1 9:3 9	19.4 1%
TRT Semanal- Total		1:4 1:1 3	

CBS Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:0 9:0 4	6.31 %
TRT Semanal- Nacional		1:1 9:3 0	55.3 4%
TRT Semanal- Extranjera		0:1 5:2 8	10.7 7%
TRT Semanal- Publicidad		0:3 9:3 8	27.5 9%
TRT Semanal- Total		2:2 3:4 0	

CBS Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal- <i>Filler</i>		0:0 9:0 4	8.72 %
TRT Semanal- Nacional		1:1 9:3 0	76.4 2%
TRT Semanal- Extranjera		0:1 5:2 8	14.8 7%
TRT Semanal- Total		1:4 4:0 2	

NBC Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:0 5:5 2	4.04 %
TRT Semanal-Nacional		1:2 3:4 9	57.7 7%
TRT Semanal-Extranjera		0:1 6:3 2	11.4 0%
TRT Semanal-Publicidad		0:3 8:5 2	26.7 9%
TRT Semanal-Total		2:2 5:0 5	

NBC Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:0 5:5 2	5.52 %
TRT Semanal-Nacional		1:2 3:4 9	78.9 1%
TRT Semanal-Extranjera		0:1 6:3 2	15.5 7%
TRT Semanal-Total		1:4 6:1 3	

Telemundo Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:0 9:2 3	6.35 %
TRT Semanal-Nacional		0:5 0:2 9	34.1 4%
TRT Semanal-Extranjera		0:4 7:0 1	31.8 0%
TRT Semanal-Publicidad		0:4 0:5 8	27.7 1%
TRT Semanal-Total		2:2 7:5 1	

Telemundo Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:0 9:2 3	8.78 %
TRT Semanal-Nacional		0:5 0:2 9	47.2 3%
TRT Semanal-Extranjera		0:4 7:0 1	43.9 9%
TRT Semanal-Total		1:4 6:5 3	

Univisión Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:1 3:0 6	8.86 %
TRT Semanal-Nacional		0:5 6:0 9	37.9 7%
TRT Semanal-Extranjera		0:4 4:4 1	30.2 2%
TRT Semanal-Publicidad		0:3 3:5 7	22.9 6%
TRT Semanal-Total		2:2 7:5 3	

Univisión Estadísticas totales con anuncios			
TRT Semanal-Filler		0:1 3:0 6	11.5 0%
TRT Semanal-Nacional		0:5 6:0 9	49.2 8%
TRT Semanal-Extranjera		0:4 4:4 1	39.2 2%
TRT Semanal-Total		1:5 3:5 6	

Hipótesis 2

La segunda hipótesis enuncia que las cadenas de lengua española reportaron más noticias internacionales y menos noticias nacionales, en comparación a las de lengua inglesa. Las noticias internacionales son principalmente de países latinoamericanos y a menudo de otros, como Iraq o Corea del Norte.

Los resultados de este estudio comprueban la Hipótesis 2 (tabla 4). Durante la semana estudiada, Telemundo y Univisión concedieron 36.06 por ciento de su tiempo al aire (incluyendo publicidad) a las noticias nacionales y 31.01 a las internacionales. Excluyendo los anuncios, 48.29 por ciento de las noticias fueron nacionales y 41.53 internacionales.

En términos del tiempo total, 1:46:38 fueron noticias nacionales, 1:31:42 internacionales, 1:14:55 anuncios y 0:22:29 *filler*. A diferencia de las cadenas

de habla inglesa, Telemundo y Univisión transmitieron más noticias internacionales que anuncios.

Tabla 4. Frecuencia de noticias en español e inglés

Cantidad total de noticias nacionales en español	7 7	Cantidad total de noticias nacionales en inglés	1 2 6	Cantidad total de noticias nacionales en ambos idiomas	2 0 3
Cantidad total de noticias internacionales en español	7 9	Cantidad total de noticias internacionales en inglés	3 2	Cantidad total de noticias internacionales en ambos idiomas	1 1 1
Total noticias español	1 5 6	Total noticias inglés	1 5 8	Total noticias ambos idiomas	3 1 4

Discusión de los resultados

Según Rodríguez (1996), cada tarde las redes televisivas intentan aumentar su audiencia al producir telediarios que sean periodísticamente objetivos, profesionales y no ofensivos. Gracias al derecho de libertad de expresión garantizado por la Constitución de los Estados Unidos de América, las redes deciden independientemente qué recibe cobertura y qué no.

Es importante resaltar que en la semana estudiada, la NBC tuvo la cobertura internacional menos diversificada, al reportar solamente tres países: Brasil, Iraq y Corea del Norte. Comparado con la NBC, la CBS tenía aproximadamente un minuto más, dedicado a noticias extranjeras de Iraq, Líbano, Corea del Norte y el Reino Unido. La cadena ABC dedicó mayor tiempo a noticias internacionales, además de registrar la mayor diversidad en los países cubiertos. En general, la cantidad del tiempo dedicado a noticias internacionales que se observó en esta investigación, coincide con los estudios previos de Larson (1984) y Rodríguez (1996). Es necesario acotar que los hallazgos de este estudio son algo más limitados que los de Larson y Rodríguez,

debido a que se ha tomado una sola semana como marco muestral.

La alta proporción de historias de Iraq es consistente con estudios previos de naciones que tienen enlaces directos con Estados Unidos. Larson (1984) dice que en los años ochenta, la Unión Soviética, enemigo principal de los Estados Unidos en esa época, recibió la mayor parte de la cobertura extranjera. En la primera década del siglo veintiuno, el país que recibió mayor atención extranjera fue Iraq (Hellinger, 2004). Hellinger (2004) también afirma que en 2003, la cobertura de Iraq por parte de la ABC, la CBS y la NBC era de cuatro mil 47 minutos. Según los resultados del presente estudio, las cadenas en lengua española no dedicaron tanto tiempo a Iraq como las otras televisoras. Telemundo y Univisión decidieron que había otras noticias extranjeras más importantes por reportar.

Mientras las cadenas de habla inglesa son deficientes en sus historias sobre los acontecimientos extranjeros, las de habla hispana hacen ese trabajo un poco mejor, pues ofrecen un porcentaje de noticias nacionales e internacionales más equilibrado. Sin embargo, cuando se analiza más a profundidad cuáles son los

países que reciben la atención por parte de las cadenas hispanas, puede distinguirse una preferencia clara hacia los países de América Latina. Rodríguez (1996) encontró resultados similares al comparar los telediarios de Univisión y la ABC.

Los países extranjeros que recibieron la mayor exposición en los telediarios hispanos eran aquellos ubicados en América Latina, aunque otras regiones como Iraq, Italia y el Vaticano, también estuvieron presentes.

Las noticias internacionales que reportaron Telemundo y Univisión son exactamente las que Woo (2001) afirma que deben ser exhibidas. La manera de dar a los estadounidenses una comprensión acerca de cómo vive el resto del mundo, por qué lo hace y las razones por las que la situación llegó a ser así, es por medio de la cobertura de noticias internacionales. Pero para estas cadenas, si no es sobre guerra, la noticia no se cubre por no tener un lazo local.² Telemundo y Univisión, al preferir a los países latinoamericanos e ignorar a aquellos que tienen lazos directos con Estados Unidos (como Iraq y Corea del Norte), hacen lo contrario a sus homólogos anglosajones. Éste es el tipo de noticias extranjeras que, como Woo dice, deben ser reportadas.

En general los resultados no se equilibraron entre las cadenas anglosajonas e hispanohablantes. Al comparar la información, las diferencias entre ambos grupos es más que evidente.

El país que recibió la mayor cantidad de tiempo en las cinco cadenas fue México, con 33:20 (23.25 por ciento del tiempo internacional total). Le siguieron Iraq con 27:52 (19.44 por ciento del tiempo internacional total), y Colombia con 15:59 del tiempo (11.15 por ciento del tiempo internacional total). Estos resultados sorprenden porque ni la ABC, la CBS ni la NBC expusieron noticias de México o Colombia, sino que ambos países hispanohablantes, recibieron su atención exclusivamente de Telemundo y Univisión. Al contrario, Iraq fue la única nación que recibió tiempo en las cinco cadenas.

Al observar la cantidad de historias que los países ocuparon en lo particular, los resultados de tiempo son paralelos. Tal como describe la tabla 5, fueron 111 las historias internacionales transmitidas durante la semana en las cinco cadenas, de las cuales 22 eran sobre México (19.82 por ciento del tiempo total de las historias internacionales), 17 sobre Iraq (15.32 por ciento) y 14 referentes a Colombia (12.61 por ciento).

² “La manera de dar a los estadounidenses una comprensión acerca de cómo vive el resto del mundo, por qué lo hace y las razones por las que la situación llegó a ser así, es por medio de la cobertura de noticias internacionales. Pero para estas cadenas, si no es sobre guerra, la noticia no se cubre por no tener un lazo local. Nos faltan muchas historias importantes por estas razones” (Woo, 2001, p. 24).

Tabla 5

Nombre del país	Cantidad de historias del país	Tiempo total que recibió	Cantidad total de historias extranjeros	Porcentaje del tiempo internacional
Colombia	14	0:15:59	12.61%	11.15%
Iraq	17	0:27:52	15.32%	19.44%
México	22	0:33:20	19.82%	23.25%

Sin embargo, la cantidad del tiempo dada a Iraq no fue suficiente para rebasar la otorgada a México. Esto debido a que tanto Univisión como Telemundo, expusieron solo un historia de menos de 30 segundos sobre Iraq. Si las cadenas de habla hispana hubieran dedicado más historias o más tiempo a ese país del Medio Oriente, hubiera sido el más recurrente durante la semana estudiada. El que México haya destacado más, contrasta con el lugar importante y priorizado que tiene Iraq en los medios de comunicación de habla inglesa.

Hamilton y Jenner (2003) dicen que cuando existe una crisis en un país, la cantidad de noticias sobre éste aumenta. Con respecto a Iraq, esto resulta cierto en el caso de la ABC, la CBS y la NBC, pero no así en el de Telemundo y Univisión. Por ello, pudiera decirse que Telemundo y Univisión están dando un mal servicio a su audiencia al no incluir suficientes noticias sobre Iraq; pero a la vez, estas redes dan las noticias que su audiencia pide.

México recibió más tiempo que Iraq porque la audiencia de Telemundo y Univisión quiere noticias sobre México. Estos televidentes ven las cadenas de habla hispana porque en ellas se transmiten noticias de América Latina que no emiten las demás televisoras (Delgado y Veraldi, 2004). México, como una figura económica y política de suma importancia para los televidentes

hispanohablantes, obviamente merece noticias extensivas.

Conclusión

La libertad de prensa en Estados Unidos garantiza a las cadenas televisoras el derecho a transmitir la cantidad de noticias nacionales e internacionales que ellos decidan. El gobierno ejerce control limitado sobre el contenido de las emisiones de asuntos públicos (Pember, 2003).³

El hallazgo en este trabajo es comprobar la relación que existe entre el idioma y las noticias internacionales transmitidas, en la programación de las cadenas estadounidenses la ABC, la CBS, la NBC, Telemundo y Univisión. Asimismo, identificar cuáles son las noticias importantes para cada televisora. Los resultados presentados, coinciden con las hipótesis mencionadas previamente.

Las cadenas anglosajonas tienen menos noticias extranjeras que las hispanas, lo que ha llevado a una crítica constante por parte de eruditos, investigadores y comunicólogos. La tendencia a tener poca cobertura internacional es consistente con otros estudios (Larson, 1984; Rodríguez, 1996). En la semana analizada fue evidente que el interés de la audiencia estadounidense

³ “El gobierno ejerce control limitado sobre el contenido de las emisiones de asuntos públicos” (Pember, 2003, p. 580).

por noticias extranjeras es mínimo, debido a que tradicionalmente, este público no da importancia a lo que sucede fuera de sus fronteras (Utley, 1997). De hecho se encontraron dos telediarios que durante el tiempo estudiado, no presentaron ninguna noticia internacional: las cadenas CBS y NBC.

Por su parte, las televisoras hispanas tienen una cobertura más equilibrada de noticias nacionales, lo que les da oportunidad de satisfacer las peticiones

que sus televidentes hacen con respecto a noticias internacionales, especialmente de su país de origen (Delgado y Veeraldi, 2004). Este auditorio, contrasta con los televidentes anglohablantes, que no necesariamente quieren noticias del extranjero. Por otro lado, cabe destacar que la ausencia de noticias latinoamericanas, resalta en televisoras de otros países que dan preferencia a Iraq.

Referencias

- Bolon, D., Bolon, D. (1994). A Reconceptualization and Analysis of Organizational Culture. The Influence of Groups and Their Idiocultures. *Journal of Managerial Psychology*. 9 (5), 22-27.
- Christians, C., Fackler, M., Rotzoll, K., McKee, K. (2001). *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. New York: Longman.
- Delgado, H. y Veraldi, L. (2004). Is U.S. Television Ready to Learn Español? *Television Quarterly*, 35, (1).
- Dominick, J. R. (1999). *The Dynamics of Mass Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Hamilton, J. y Jenner, E. (2004) Foreign Correspondence: Evolution, Not Extinction. *Nieman Reports*, Fall, 98-100.
- , (2003). The New Foreign Correspondence. *Foreign Affairs*. 82, 5, 131.
- Hellinger, D. (2004). Tyndall Says Foreign Coverage Up, But Not Everywhere. *St. Louis Journalism Review*. February, 7.
- Larson, J. F. (1984). *Television's Window on the World: International Affairs Coverage on the U.S. networks*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Lee, S. (2004). *A Theoretical Model of National Image Processing and International Public Relations* (ponencia presentada en el encuentro anual de la Asociación Internacional de Comunicación - ICA). (EBSCOHOST, obtenido el 17 de junio de 2007).
- Neuendorf, K. A. (2001). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Pember, Don. (2003). *Mass Media Law*. New York: McGraw Hill.
- Rodríguez, A. (1999). Creating an Audience and Remapping a Nation: A Brief History of U.S. Spanish Language Broadcasting 1930-1980. *Quarterly Review of Film and Video*, 16, 3-4, 357-374.
- Rodríguez, A. (1996). Objectivity and Ethnicity in the Production of the Noticiero Univisión. *Critical Studies In Mass Communication*, 13, 59-81.
- Tait, R. (2000). The Future of International News on Television. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 20, 1.
- Utley, Garrick. (1997). The Shrinking of Foreign News: From Broadcast to Narrowcast. *Foreign Affairs*, 76, 2, 2-9.
- Woo, W. F. (2001). *Reporting international news in a serious way – coverage needs to reflect the 'same values that are given to reporting news at home'*. Nieman Reports.

Manuel Nicolás Cabrera (mncabrera@msn.com) es doctor en comunicación por la Universidad de Salamanca. Estudió la licenciatura en Periodismo y Comunicación de Masas en la Universidad de Nuevo México (EEUU), periodo durante el cual trabajó en la cadena de televisión pública universitaria. Su interés se enfoca en los medios de comunicación hispanoparlantes en los Estados Unidos.

Artículo recibido: 9 de junio de 2008

Dictaminado: 2 de mayo de 2009

Segunda versión: 9 de mayo de 2009

Aceptado: 15 de mayo de 2009

Revisado gramaticalmente: 28 de mayo de 2009