

La selección de contenidos y la política de traducción en BBC Mundo y BBC Brasil: un análisis estadístico descriptivo¹



Sara de Albornoz-Domínguez
saradealbornoz@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-5688-8369>
Universidad de Oviedo, España

Resumen

La evolución de las tecnologías de la comunicación y los procesos de globalización de las últimas décadas han supuesto la consolidación de una industria de la comunicación dominada por un número limitado de productores de noticias, cuyo poder en el mercado no deja de aumentar. Se trata, a menudo, de grandes grupos mediáticos, que ofrecen contenido digital en diferentes lenguas, adaptado para las audiencias de distintas regiones. En este sentido, es paradigmático el caso de la BBC, dado que su financiación está constituida en gran parte por dinero público. El objetivo del presente artículo es comprender de qué forma se materializa la política de selección de contenidos (*gatekeeping*) y de traducción de la BBC en las versiones en español y portugués para América Latina, cuál es la vinculación de estas con la página web inglesa y en qué medida son independientes en cuestión de contenidos o cómo adaptan la información al público objetivo. El estudio se hizo mediante análisis de contenido estadístico descriptivo, a partir de una muestra recopilada entre el 14 de noviembre de 2016 y el 1 de enero de 2017. Los resultados indican que los sitios web del Servicio Mundial de la BBC para Sudamérica tienen una política propia de selección de contenidos o *gatekeeping*, y se percibe una cierta intención de adaptar los contenidos a la especificidad del lector meta.

Palabras clave: América Latina, análisis de contenido, Brasil, selección de contenidos (*gatekeeping*), traducción periodística.

Gatekeeping and Translation Policies in BBC Mundo and BBC Brazil: An Analysis Using Descriptive Statistics

Abstract

The evolution of technologies and the globalization processes of the last few decades have consolidated a communication industry dominated by a small number of news producers with an ever growing power. These great media conglomerates usually offer digital content in several languages, adapted to regional audiences. In this context, the case of the BBC is paradigmatic, as it is in part publicly funded. This article aims to understand how the gatekeeping and translation policies of the Spanish and

¹ La investigación aquí presentada forma parte de la tesis doctoral de la autora, titulada “La traducción en BBC Mundo y BBC Brasil” y desarrollada en el marco del programa de Doctorado en Investigaciones Humanísticas de la Universidad de Oviedo, España.

Portuguese versions of the BBC for Latin America are put into action, what is their connection to the English website, and how independent are those versions in terms of content or adaptation to the target audience. It consists of a descriptive statistical content analysis of BBC Mundo and BBC Brasil websites, from a sample collected between the 14th of November 2016 and the 1st of January 2017. Results seem to show that the BBC World Service websites for South America have their own gatekeeping policies and adapt their contents to the target audiences.

Keywords: news translation, gatekeeping, content analysis, Latin America, Brazil

La sélection de contenus et la politique de traduction à la BBC Mundo et à la BBC Brasil : une analyse statistique descriptive

Résumé

L'évolution des technologies de la communication et les processus de mondialisation des dernières décennies ont conduit à la consolidation d'une industrie de la communication dominée par un nombre limité de producteurs de nouvelles, dont le pouvoir sur le marché ne cesse de croître. Il s'agit souvent de grands groupes de médias, qui proposent des contenus numériques dans différentes langues, adaptés aux publics de différentes régions. À cet égard, le cas de la BBC est paradigmatique, car son financement est en grande partie constitué de fonds publics. L'objectif de cet article est de comprendre comment la politique de sélection de contenus (*gatekeeping*) et de traduction de la BBC se matérialise dans les versions espagnole et portugaise pour l'Amérique Latine, comment celles-ci sont liées au site anglais et dans quelle mesure elles sont indépendantes en termes de contenu ou comment elles adaptent l'information au public cible. L'étude a été réalisée par une analyse statistique descriptive des contenus, sur la base d'un échantillon recueilli entre le 14 novembre 2016 et le 1er janvier 2017. Les résultats indiquent que les sites web du *BBC World Service* pour l'Amérique du Sud ont leur propre politique de sélection des contenus ou de contrôle d'accès, et une intention d'adapter les contenus à la spécificité du lecteur cible est perceptible.

Mots clés : Amérique latine, analyse des contenus, Brésil, sélection des contenus (*gatekeeping*), traduction journalistique

1. Introducción

Los medios de comunicación, como los conocemos hoy en día, tienen sus orígenes en la segunda mitad del siglo XIX, con la expansión del telégrafo (Bielsa y Bassnett, 2009, p. 33), el primer medio de comunicación eléctrico, que cambió para siempre la relación entre lo presente y lo ausente (Rantanen, 2005, p. 24). Las recién creadas agencias de noticias aprovecharon este nuevo medio de comunicación, pero no se limitaron a ser usuarias de dicha tecnología, sino que contribuyeron a su perfeccionamiento y desarrollo (Bielsa y Bassnett, 2009, pp. 41-44).

Lo mismo sucedió en la segunda mitad del siglo XX con el avance de la informática y de las comunicaciones por satélite (Bielsa y Bassnett, 2009, pp. 44-45). De esta forma, los medios de comunicación tuvieron un papel activo en el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, que hacen posible la superación de las barreras espaciotemporales propia de la globalización. Pero no fue este su único rol: los medios de comunicación también han tenido y tienen una labor activa en los acontecimientos que han configurado el sistema socioeconómico actual.

Las agencias de prensa supusieron un refuerzo de los Estados nación, pues eran organismos nacionales de las potencias imperiales, que trabajaban mediante vínculos con agencias de otros países (Bielsa y Bassnett, 2009, p. 34). Igualmente, es conocido el papel que tuvieron los medios y, en particular, los nuevos canales de televisión, en acontecimientos históricos como la caída del bloque comunista o la primera guerra del Golfo (Hjarvard, 2001, pp. 7-8).

Por todo esto, se puede hablar de una *globalización mediatizada* (Rantanen, 2005), puesto que una de las características de la globalización es que se produce a través de los medios de comunicación. Esta globalización mediatizada se caracteriza, además, por una concentración de poder mediante procesos comerciales de

concentración, desregulación y privatización de empresas, y por la creación de grandes conglomerados mediáticos que controlan las industrias del cine, la música, la televisión, la edición e internet (Cronin, 2003, p. 57). La prevalencia de estos grandes conglomerados, de tradición occidental y anglófona, implica asimismo la expansión del modelo occidental de periodismo y la homogeneización de la información (Bielsa y Bassnett, 2009, p. 35).

En este contexto, resulta paradigmático el caso de la BBC, por su gran audiencia a nivel mundial y por su condición de medio público, que la diferencia de otras corporaciones similares de financiación privada, puesto que, a pesar de ser independiente, actúa como una herramienta para mantener y reforzar la imagen internacional y la influencia cultural del Reino Unido.

Por otra parte, la BBC goza, a nivel internacional, de un prestigio que se extiende al Servicio Mundial (Cheesman y Nohl, 2011, p. 218). Sin embargo, la calidad no es necesariamente la misma en todas las versiones, ya que cada servicio tiene sus propias estrategias para localizar las noticias, a pesar de que hay un esfuerzo institucional por parte del Servicio Mundial de la BBC para mantener cierta armonía (Cheesman y Nohl, 2011, pp. 230-231).

Aunque existen algunos estudios sobre el papel de la BBC como medio de comunicación global (Hänska, 2018), así como en determinados acontecimientos políticos actuales (Gillespie *et al.*, 2017; Hänska-Ahy y Shapour, 2013) o en acontecimientos históricos como la Segunda Guerra Mundial (Seul y Ribeiro, 2015), no es habitual que en ellos se tenga en cuenta el rol de la traducción. La excepción es un número especial de *Journalism* publicado en 2011, que forma parte del proyecto *Tuning In: Researching Diasporas at the BBC World Service* (Baumann *et al.*, 2011a; Tuning In, 2020).

Desde el punto de vista teórico, este estudio resulta un poco confuso, ya que los autores dividen las prácticas traductivas en cuatro

conceptos: *transporting*, *translating*, *transposing/trans-editing* y *transmitting* (Baumann *et al.*, 2011b, p. 137; Jaber y Baumann, 2011), y reservan el término “traducción” para la traducción literal, es decir, con una visión muy limitada del concepto. Aun así, este número especial tiene su importancia como intento de acercarse a la traducción desde otras disciplinas, ya que sería la primera vez que la traducción periodística se trata desde los estudios de la comunicación (Valdeón, 2014, p. 54). Por otro lado, dichos autores aportan información interesante sobre los procesos y las políticas de traducción en distintos servicios del Servicio Mundial de la BBC.

En lo que respecta a los estudios de traducción, destacan las investigaciones de Valdeón (2005, 2008) sobre la traducción en BBC Mundo, donde se analizan las estrategias de traducción utilizadas en este medio y sus implicaciones ideológicas.

De esta manera, el objetivo del presente artículo es comprender de qué forma se materializa la política de selección de contenidos (*gatekeeping*) y de traducción de la BBC en las versiones en español y portugués para América Latina, cuál es la vinculación de estas con la página web inglesa y en qué medida son independientes en cuestión de contenidos o cómo adaptan la información al público objetivo. Se trata, pues, de responder a las preguntas sobre qué se traduce en BBC Mundo y BBC Brasil, y qué implicaciones tiene esta selección de contenidos (*gatekeeping*) en el papel de la BBC como institución, es decir, qué uso hace la corporación de estas estrategias para establecer una agenda determinada, crear un discurso e influir en la opinión pública en la cultura meta.

Para responder a estas preguntas, a continuación, tras una descripción de los principales aspectos teóricos, se plantea un análisis estadístico descriptivo de los contenidos de las portadas y del uso de la traducción en BBC Mundo y BBC Brasil, en lo que respecta tanto a los temas tratados como a los países o los

ámbitos geográficos que tienen representación, puesto que la presencia o ausencia de ciertos temas “influye en el grado de normalización de determinadas presentaciones, en particular, de personas, acontecimientos o países” (Van Doorslaer, 2012, p. 1051).² Asimismo, se averigua qué proporción de los contenidos está elaborada de forma independiente por las redacciones de cada región y cuál corresponde a contenido traducido de la casa matriz.

2. Traducción periodística y selección de la información (*gatekeeping*)

La traducción de noticias, como subdisciplina que se sitúa en la periferia de la traductología, ha planteado siempre muchos interrogantes en cuanto a su definición y su campo de estudio (Davier, 2019, p. 70). Debido a la falta de correspondencia entre el texto original y el texto meta que la caracteriza, este tipo de reescritura cuestiona muchos de los principios tradicionales de la traducción, como la equivalencia, la autoría o el propio concepto de *texto fuente* (Bielsa, 2016). Por otra parte, ya desde sus inicios, los estudios sobre traducción periodística han demostrado gran interés por los factores políticos e ideológicos que la determinan, y se inscriben en “una larga tradición dentro de los estudios de comunicación de preguntarse de qué forma los acontecimientos se convierten en historias y cómo se trasladan las historias de un lugar a otro” (Conway, 2015, p. 524).³ Por todo ello, se ha formulado la necesidad tanto de recurrir a planteamientos interdisciplinarios y cercanos a otras ciencias sociales, como el periodismo, los estudios culturales o los estudios sobre la globalización (Bielsa y Bassnett, 2009; Song, 2017; Van Doorslaer, 2012),

2 “impacts on the degree of normalization of certain representations, particularly of people, events or countries”. Todas las traducciones de las citas son de la autora del artículo.

3 “a long tradition in communication studies of asking how events become stories and how stories move from one place to another”.

como de alejarse de enfoques metodológicos basados en el análisis textual de corpus paralelos de textos fuente y textos meta (Caimotto y Gaspari, 2018; Davier, 2019; Davier y Van Doorslaer, 2018).

En este sentido, un concepto clave que el estudio de la traducción periodística ha adoptado del periodismo y los estudios de la comunicación es el de *gatekeeping* o selección de la información. En una definición sencilla, esta consistiría en

[...] una serie de puntos de decisión en los que las noticias continúan o se paran en su trayecto por los canales de noticias desde la fuente, pasando por los reporteros y hasta una serie de editores (Shoemaker *et al.*, 2001, p. 233).⁴

Sin embargo, el término *gatekeeping* hace referencia a un proceso más complejo que la simple selección de contenidos,

[...] que involucra decisiones sobre la cantidad de tiempo/espacio dedicado a un acontecimiento noticioso, dónde se sitúa la historia dentro de una publicación o un programa de noticias, el uso de gráficos y el número de historias sobre el acontecimiento en un día o a lo largo de varios días, así como si la historia vuelve siguiendo un patrón cíclico (Shoemaker *et al.*, 2009, p. 75).⁵

Es decir, no solo afecta a la selección de la información, sino también a cómo esta se presenta y al contenido de los mensajes (Shoemaker y Vos, 2009, p. 1).

El *gatekeeping* es el proceso por el que se construye la realidad social que transmiten los medios (Shoemaker *et al.*, 2001, p. 233). La información que supera todas las barreras puede convertirse en parte de la realidad social del público, del mismo modo que la información que no llega a los medios de comunicación no forma parte de la visión de la mayoría del público (Shoemaker y Vos, 2009, pp. 3-4).

En un contexto de producción de noticias multilingüe, si entendemos la traducción periodística como una práctica institucional, “vinculad[a] a instituciones sociales —los periódicos, en este caso— que son las que determinan la selección, producción y distribución de la traducción” (Hernández Guerrero, 2012, p. 973), resulta imprescindible tomar en cuenta la teoría del *gatekeeping* a la hora de estudiar el proceso institucional de traducción periodística, dado que “esta es la etapa inicial mediante la cual tiene lugar la intervención ideológica” (Song, 2017, p. 2).⁶ En este sentido, algunos autores llegan a definir la traducción periodística como *gatekeeping* (Chen, 2009; Hursti, 2001; Vuorinen, 1997), una interpretación que es excesiva, a pesar de que la traducción periodística “contribuye a la publicación selectiva de noticias” (Valdeón, 2016, p. 39).

Por otro lado, aunque varios trabajos han abordado el estudio de la traducción periodística desde la teoría del *gatekeeping* (Bani, 2006; Cheesman y Nohl, 2011; Van Doorslaer, 2009), no es frecuente el uso de análisis cuantitativos; en este sentido, el estudio de Song (2017) sería una excepción.

Analizar los procesos de selección de la información y, en este caso, comparar estos procesos en las distintas versiones de un servicio de noticias multilingüe es importante, por el efecto que puede tener en los lectores, puesto que, de acuerdo con la teoría del establecimiento de la agenda o *agenda-setting* (McCombs y Shaw, 1972),

4 “a series of decision points at which news items are either continued or halted as they pass along news channels from source to reporter to a series of editors”.

5 “involving decisions about the amount of time/space allotted to a news event, where within a publication or news program the story is placed, the use of graphics, and number of stories about the event on one day or across days, and whether the story returns in a cyclical pattern”.

6 “this is the initial stage through which ideological intervention occurs”.

cuanta más cobertura recibe una noticia, más importante la considera el público:

El establecimiento de la agenda es el proceso por el cual los medios de comunicación presentan determinados temas de forma frecuente y destacada, lo que tiene como resultado que amplios sectores del público lleguen a percibir dichos asuntos como más importantes que otros (Coleman *et al.*, 2009, p. 147).⁷

De esta forma, la agenda de los medios de comunicación influye en la opinión pública y tiene consecuencias de tipo político (Coleman *et al.*, 2009, p. 151). Sin embargo, no se trata de un proceso sencillo, ya que el público selecciona diferentes medios de comunicación y recibe influencias de todos ellos. En las últimas décadas, desde la aparición de internet, este panorama es cada vez más complejo, ya que la diversidad de medios de comunicación y la facilidad de acceso multiplica las agendas disponibles (McCombs, 2005, p. 544).

En el caso que nos ocupa, dado que la BBC —y, en particular, su Servicio Mundial— goza de amplia libertad editorial, no puede hablarse de una intención de influir de forma directa en la agenda mediática, por parte del Estado, en las distintas regiones geográficas en las que está presente; sin embargo, entendemos que el esfuerzo económico que aquel hace para financiar el Servicio Mundial de la BBC se debe al interés por mantener una reputación de credibilidad, lo que lo convierte en una herramienta de *soft power*,⁸ ya que contribuye a crear una cierta imagen del Reino Unido y una sensación de valores compartidos que sobrepasan las fronteras (Wright *et al.*, 2020, p. 608). Al fin y al cabo, apoyar la credibilidad de los periodistas

y permitir incluso que los medios estatales sean críticos con el Estado, sin intervenir editorialmente, es uno de los aspectos que distingue el *soft power* de la propaganda (Nye, 2008). Por otro lado, sabiendo la influencia que tiene la agenda de los medios de comunicación en la opinión pública, es interesante conocer a qué contenidos da prioridad la corporación en cada territorio.

3. El Servicio Mundial de la BBC

El Servicio Mundial de la BBC se creó en 1932, con el nombre de BBC Empire Service, como un servicio destinado a los ciudadanos británicos establecidos en los distintos territorios del Imperio. Poco después, en 1938, el Reino Unido se dio cuenta del potencial de los medios de comunicación como herramienta de política exterior y comenzó a ofrecer servicios en otros idiomas para contrarrestar la propaganda radiofónica de las potencias del Eje, en lo que se conoció como la “guerra de la radio” (Jaber y Baumann, 2011, p. 172).

En 2016, la BBC ofrecía servicios de radio, televisión y en línea en 28 idiomas, y anunciaba la próxima apertura de otros 12 (BBC, 2017, p. 4).

El Servicio Mundial de la BBC tiene su sede en Londres, donde se producen la mayoría de los contenidos, y contaba, en 2106, con 44 oficinas en el extranjero, además de corresponsales en otras 71 ciudades. En 2015, alrededor del 35 % del personal con contrato indefinido estaba en el extranjero (BBC, 2016, p. 14). En 2017, se le dio un nuevo impulso económico y se anunció su mayor expansión desde la década de los cuarenta del siglo XX, en un intento por llevar su periodismo independiente a más millones de personas en todo el mundo (BBC, 2017, p. 2). En 2017 tenía una audiencia de 269 millones (BBC, 2017, p. 19) y pretende llegar a 500 millones en 2022 (BBC, 2017, p. 20). Las áreas de mayor audiencia son África, Oriente Medio y Asia (BBC, 2016, p. 5).

BBC Mundo y BBC Brasil tienen su origen en el Servicio Latinoamericano de la BBC, un servicio de radio que se creó en 1938 y que retransmitía en español y portugués para América

7 “Agenda-setting is the process of the mass media presenting certain issues frequently and prominently with the result that large segments of the public come to perceive those issues as more important than others”.

8 En el apartado “5. Resultados”, en específico, en el subapartado “5.1.2. Temática de las noticias” se define este término.

Latina (Martins, 2018). En 1943, se separaron las emisiones en las dos lenguas, dando lugar a dos servicios diferentes (Martins, 2018). Entre 1939 y 1981 existió también un servicio de radio para España (Ortega, 1981). Además, hubo un servicio de radio para Portugal, entre 1939 y 1957, y para los países africanos lusófonos, hasta 2011 (BBC em português, 2011).

Los sitios web BBC Mundo y BBC Brasil aparecieron en 1999 (BBC World Service Publicity, 2008), y poco a poco se fueron abandonando las emisiones de radio y toda la actividad se fue concentrando en los servicios en línea, orientados a todos los hablantes de español y portugués en el mundo, aunque con una clara orientación latinoamericana en ambos casos. Los dos servicios tienen su sede principal en Londres, pero BBC Mundo cuenta con oficinas en Miami, México y Buenos Aires, y corresponsales en Los Ángeles, Cuba, Caracas y Bogotá, del mismo modo que BBC Brasil tiene oficinas en São Paulo y corresponsales en Washington, Brasilia y Río de Janeiro.

El Servicio Mundial de la BBC es una importante herramienta de *soft power* para el Reino Unido, dedicado a mantener y reforzar la influencia cultural. Por eso, la corporación se preocupa por dar una imagen de calidad informativa e imparcialidad. De acuerdo con sus propias afirmaciones,

[...] la BBC es valorada sistemáticamente como uno de los proveedores de noticias internacionales más fiables y el Servicio Mundial sigue siendo una valiosa fuente de noticias y de información para audiencias de todo el mundo (BBC, 2017, p. 19).⁹

Cheesman y Nohl (2011), por su parte, confirman esta reputación y afirman que “el Servicio Mundial de la BBC, a pesar de la heterogeneidad de sus retransmisiones, está reco-

nocido ampliamente, si no de forma universal, como un proveedor de noticias imparciales y de gran calidad” (p. 218).¹⁰ Esta reputación puede resultar sorprendente en un medio que depende de la financiación estatal, en particular cuando el Reino Unido ha estado implicado en conflictos internacionales; sin embargo, dicha reputación se debe en parte a su capacidad para ajustarse a distintos tipos de audiencias en cada zona geopolítica, así como al uso que hace de un estilo particular, con una estética sofisticada y un lenguaje elegante (Bulić, 2011, p. 186).

3.1 Selección de contenidos y traducción en el Servicio Mundial de la BBC

Aunque la intención de la BBC es transmitir una voz corporativa única, esto no siempre ocurre, porque cada departamento del Servicio Mundial tiene sus propias normas y su propio modo de evaluar las expectativas del público al que se dirige. Así pues, “la ‘melodía’ sigue siendo esencialmente la misma, pero orquestada de forma distinta por cada departamento” (Cheesman y Nohl, 2011, p. 217).¹¹

En los inicios de su andadura, los servicios de la BBC en los distintos idiomas traducían la información producida por una unidad centralizada y tenían muy poca independencia editorial, en particular en situaciones políticas complicadas, como la Segunda Guerra Mundial (Baumann *et al.*, 2011, p. 136), cuando los traductores eran objeto de suspicacia. En la actualidad, los periodistas gozan de una libertad editorial mucho mayor y trabajan con personal nativo de las regiones a las que se dirigen, tanto en Londres como en las diferentes sedes del Servicio Mundial de la BBC.

Los periodistas internacionales que laboran para el Servicio Mundial de la BBC recurren a

9 “the BBC is consistently rated one of the most trusted international news providers and the World Service continues to be an invaluable source of news and information for audiences around the globe”.

10 “the BBC ws, in spite of the heterogeneity of its broadcasts, is widely, if not universally, seen to provide high quality, impartial news”.

11 “the melody remains essentially the same, but it is orchestrated differently by each department”.

sus propias fuentes o a la información de la redacción principal en inglés, con su amplia red de corresponsales (Cheesman y Nohl, 2011, p. 218). La mayoría de los servicios en idiomas distintos del inglés se valen de la traducción de los contenidos del Servicio Mundial de la BBC en inglés, aunque algunos tienen recursos propios y pueden informar de manera independiente sobre los acontecimientos locales (Cheesman y Nohl, 2011, p. 219).

Cheesman y Nohl (2011) explican el funcionamiento del Servicio Mundial de la BBC mediante lo que ellos denominan “procesos de globalización y localización”: la globalización consistiría en adaptar las noticias de modo que sirvan para una audiencia global y la localización consistiría en adaptar estas noticias globales a un contexto determinado (pp. 219-220). En su comparación de varios servicios de la BBC, en árabe, persa, tamil y turco, Cheesman y Nohl (2011) concluyen que las estrategias de unos y otros no son comunes y que cada servicio parece tener cierta independencia en la forma en que localiza las noticias, por lo que no habría necesariamente una homogeneidad (pp. 2030-231).

Esto no siempre ha sido así. Hasta la década de los noventa del siglo pasado, la corporación desconfiaba de que los periodistas nativos de los distintos idiomas pudieran dar una versión sesgada de algunos temas, y establecía un control jerarquizado de los contenidos (Podkalicka, 2011, p. 145). Además, recurría a traductores, más que a periodistas que supieran idiomas. En los primeros años del siglo XXI, este modelo cambió: se empezó a dar prioridad a los contenidos propios, se descentralizó al personal y muchos de los traductores se reciclaron como periodistas (Podkalicka, 2011, p. 146). Se establecieron también modelos incipientes de diálogo con el público, que derivaron más adelante en un modelo más participativo, dirigido a una audiencia digital que ya no comparte necesariamente una identidad lingüística, sino unos intereses comunes (Podkalicka, 2011, pp. 145-147). En los últimos años, se da

prioridad a un modelo en red, en el que se insta a los distintos servicios a producir contenido de relevancia global y se favorece el debate multilingüe y la información basada en contribuciones de los usuarios (Podkalicka, 2011, p. 148). Sin embargo, la fuente principal de información para los servicios *online* sigue siendo la versión inglesa, debido a la falta de recursos de muchos de ellos (Podkalicka, 2011, p. 149).

La traducción en BBC Mundo ha sido estudiada en forma amplia por Valdeón (2005, 2007, 2011, 2019). Valdeón (2005) considera que, a pesar de que la página web pretende ser un servicio concebido específicamente para el público hispanohablante, es muy dependiente de BBC News, pues una gran mayoría de los contenidos son traducciones de esta (pp. 210-215). Dicha dependencia afecta también a las estrategias de traducción utilizadas, pues ni las estructuras textuales ni los titulares se alejan mucho de la versión original en inglés (Valdeón, 2005b, pp. 201-202). Por todo ello, el autor cuestiona la necesidad de un servicio en español de la BBC en el siglo XXI, sobre todo, teniendo en cuenta que no se adapta al público para el que está pensado (Valdeón, 2005, p. 216), y sostiene que la corporación aprovecha su reputación de periodismo imparcial y de calidad para proyectar esa imagen en su versión en español (Valdeón, 2005, p. 218).

En un estudio posterior, Valdeón (2008) analiza las estrategias de selección de contenidos y los sesgos ideológicos de la traducción, y concluye que esta no está adaptada a los intereses del público hispanohablante y que se ofrece una visión anglófona de la actualidad. Esto podría deberse a que las traducciones se encargan desde la cultura de origen y no desde la cultura de destino, como suele ser habitual (p. 322). De esta forma, el medio “construye el mundo según normas, intereses y, probablemente, agendas ideológicas anglófonas” (Valdeón, 2005, p. 323).¹²

¹² “constructs the world according to Anglophone norms, interests and, most likely, ideological agendas”.

Por último, no se han encontrado estudios relevantes sobre políticas de traducción o selección de contenidos en BBC Brasil.

4. Método

4.1. Selección de la muestra

Para responder a las cuestiones planteadas en los objetivos, se ha diseñado un análisis de contenido temático de las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil. Entendemos por *análisis de contenido* el

[...] conjunto de procedimientos interpretativos de *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados y que, basados en técnicas de medida, a veces *cuantitativas* (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces *cualitativas* (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (Piñuel Raigada, 2002, p. 2).

La selección de los contenidos a los que el medio de comunicación da más relevancia se examina por medio de un análisis de contenido de tipo descriptivo, que tiene “por objeto, en un marco de estudio dado, la simple identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos” (Piñuel Raigada, 2002, p. 9).

Para la selección de la muestra, se recurrió a la técnica de la *semana artificial* o *construida*, frecuente en los análisis periodísticos y de estudios de comunicación (Luke *et al.*, 2011, p. 78). Su uso en el estudio de la traducción periodística no es habitual, aunque algunas excepciones son los trabajos de Van Doorslaer (2009) y Valdeón (2019). Esta técnica de muestreo aleatorio consiste en la recopilación de textos una vez por semana, durante un periodo de siete semanas, de lunes a domingo. De esta forma, permite obtener una muestra en la que estén

representados, en igual medida, todos los días de la semana, lo que la hace más eficaz que otros métodos de muestreo para el análisis de contenido (Riffe *et al.*, 1993).

Para este estudio se ha seleccionado una muestra correspondiente a una semana construida o artificial, recopilada entre el 14 de noviembre de 2016 y el 1 de enero de 2017, con un intervalo entre fechas de ocho días naturales, de modo que se obtiene una semana artificial con las siguientes fechas:

- Lunes 14 de noviembre de 2016
- Martes 22 de noviembre de 2016
- Miércoles 30 de noviembre de 2016
- Jueves 8 de diciembre de 2016
- Viernes 16 de diciembre de 2016
- Sábado 24 de diciembre de 2016
- Domingo 1 de enero de 2017.

En las fechas indicadas, se descargaron las páginas de inicio de los sitios web de BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News, almacenadas en formato pdf, así como cada una de las noticias publicadas en cada una de las portadas.

La *portada* o *página de inicio* es el espacio donde se ubica el contenido más importante, en donde el medio de comunicación destaca la información que juzga que el lector debe conocer. Como explica Le (2012),

Como puerta de entrada a las noticias seleccionadas para su presentación en la edición impresa o en línea completa, las portadas y las páginas de inicio ofrecen las noticias del día “que merecen más atención”. Lo hacen dentro de un “macromarco” que se caracteriza por tres componentes: el diseño de la página, la selección de noticias y el uso del lenguaje (verbal y visual). Con su presentación multimodal de “resumen de noticias”, las portadas y las páginas de inicio pretenden atraer al público y guiarlo en un mundo de noticias (p. 32).¹³

13 “As gateways to the news selected for presentation in the entire print or online news issue, front pages and home pages offer the day’s news items ‘most worthy of attention’. They do

Así pues, son el mejor ejemplo de la aplicación de la teoría del establecimiento de la agenda (McCombs y Shaw, 1972), ya que dirigen la atención del público a temas determinados, seleccionados por el medio de comunicación. Dicho de otra forma, “el grado de énfasis puesto en los temas por las informaciones influye en la prioridad que les concede a dichos temas el público” (Odriozola-Chéné, 2012, pp. 283-284).

En el caso de las páginas de inicio de los medios de comunicación en línea, aunque pudiera parecer lo contrario, la importancia de la selección de noticias de portada no disminuye con respecto a las ediciones en papel. A pesar de su aparente capacidad ilimitada, lo cierto es que la capacidad de atención del público y el tiempo disponible limitan dicha capacidad (Odriozola-Chéné 2012, p. 284). Así, “en términos de cobertura de noticias, nuevamente al contrario de lo que se podría esperar, los periódicos en línea no ofrecen más información e historias que sus homólogos en papel” (Le, 2012, p. 33).¹⁴

4.2. Análisis de contenido

Como unidades de análisis, se han contemplado todos los textos de la categoría principal de noticias, descartando aquellas noticias que aparecían bajo cabeceras correspondientes a secciones determinadas, así como la publicidad. Esto supone un total de 197 noticias, 61 de BBC Mundo, 51 de BBC Brasil y 85 de BBC News.

Para identificar y catalogar la información objeto de estudio a partir de la extracción de los datos de dichas unidades de análisis, se creó

una base de datos en una hoja de cálculo, en la que las filas indican las unidades de análisis, es decir, las noticias, y las columnas registraban las variables a analizar. En primer lugar, se tuvo en cuenta una serie de elementos de información contextual, como son el sitio web en el que se halla la noticia, el día de la semana, la fecha en que se publicó y la fecha en que aparece en la portada, así como la posición que ocupa en esta. A continuación, se estableció un sistema de categorías de análisis que combina variables cualitativas (como la temática o el ámbito geográfico) y cuantitativas (como el número de días de permanencia en la portada o la posición que ocupa la noticia).

4.2.1 Categorías de análisis

A la hora de analizar las portadas, este artículo se centra en diversos aspectos, que son: el tiempo de permanencia de cada noticia (diferencia entre la fecha de la portada y la fecha de publicación de la noticia, que es anterior), la posición que ocupa en la portada, la temática de la noticia, el ámbito geográfico del que trata y la firma de la noticia.

Para la clasificación temática de las noticias se ha recurrido a los códigos del International Press Telecommunications Council (IPTC) (s. f.), un consorcio internacional que agrupa a las principales agencias de noticias y empresas del sector, y que ofrece la clasificación que se muestra en la Tabla 1.

Para la clasificación por ámbito geográfico, se ha optado por indicar el país, si la noticia se refiere a un ámbito concreto; el continente o la zona, si el ámbito es más amplio, o se ha categorizado como “mundial”, si su contenido no se refiere a ninguna localización concreta, de tal forma que se obtienen los porcentajes presentados en el subapartado “5.1.3. Ámbito geográfico”, del apartado “5. Resultados”. Tras evaluar qué países aparecen más representados, se ha procedido a una clasificación en áreas geopolíticas.

so within a ‘macro-frame’ characterized by three components: page design, selection of news items, and language use (verbal and visual). With their multimodal presentation of ‘news at a glance’, front pages and home pages purport to attract an audience and lead it into a world of news”.

14 “in terms of news coverage, again contrary to what one might expect, online newspapers do not offer more information and stories than their offline counterparts”.

Tabla 1. Códigos temáticos del International Press Telecommunications Council y sus definiciones

Código	Definición
Arte, cultura y espectáculos	Asuntos pertinentes al avance y el refinamiento de la mente humana, intereses, habilidades, gustos y emociones
Asuntos sociales	Aspectos del comportamiento humano que afectan la calidad de vida
Catástrofes y accidentes	Accidentes humanos y eventos de la naturaleza resultantes en pérdida de vidas o daños a criaturas vivientes
Ciencia y tecnología	Todos los aspectos relacionados con la interpretación humana de la naturaleza y el mundo físico, y el desarrollo y la aplicación de este conocimiento
Deporte	Ejercicio competitivo, que involucra esfuerzo físico. Organizaciones y cuerpos involucrados en dichas actividades
Disturbios, conflictos y guerra	Actos de protesta o violencia motivados por conflictos sociales o políticos
Economía, negocios y finanzas	Todos los asuntos concernientes a la planificación, producción e intercambio de riqueza
Educación	Todas las formas de lograr conocimiento desde el nacimiento hasta la muerte de las personas
Estilo de vida y tiempo libre	Competencias que generalmente entretienen
Interés humano	Cosas acerca individuos, grupos, animales u objetos
Mano de obra	Aspectos sociales, organizaciones, reglas y condiciones que afectan el empleo y la generación de riqueza o provisión de servicios. Soporte económico a los desempleados
Medio ambiente	Todos los aspectos de protección, daño y condiciones del ecosistema del planeta Tierra y sus alrededores
Meteorología	El estudio, el informe y la predicción de fenómenos meteorológicos
Policia y justicia	Establecimiento o tratados de las reglas de comportamiento en la sociedad, el fortalecimiento de estas reglas, quiebres de las reglas y penas de los ofensores. Organizaciones y personas involucradas en estas actividades
Política	Ejercicio o lucha local, regional, nacional e internacional por el poder, y relaciones entre las entidades rectoras y los estados
Religión y credos	Todos los aspectos de la existencia humana que involucran teología, filosofía, ética y espiritualidad
Salud	Todos los aspectos pertinentes al bienestar psicológico y mental de los seres humanos

Fuente: Con modificaciones, de International Press Telecommunications Council (s. f.).

Por último, se ha tenido en cuenta si la noticia está o no firmada y, en caso de estarlo, si la firma corresponde a un departamento de la BBC o al nombre propio del periodista. En esta última circunstancia, se ha tratado de relacionar este dato con el idioma de redacción, para averiguar si, en las noticias en las que ha habido algún tipo de presencia de traducción, firma la noticia el periodista que redacta la noticia original o quien elabora la versión en la lengua meta.

4.3 Uso de la traducción periodística

En una segunda etapa, tras el análisis de contenido, se ha determinado la presencia de traducción en la muestra objeto de estudio.

Cuantificar la presencia de traducción en la muestra de noticias de BBC Mundo y BBC Brasil no resulta fácil, como sucede a menudo en los textos periodísticos, debido a la falta de *marcas de traducción*, entendidas como “todos esos ele-

mentos que permiten reconocer un texto traducido como tal” (Hernández Guerrero, 2008, p. 3), como podría ser el nombre del traductor, el nombre del periodista que redactó la noticia original o alguna alusión a la procedencia de esta. La ausencia de estos elementos paratextuales “dificulta en gran medida la visibilidad de las traducciones, que suelen pasar por originales, pues la ausencia de marcas específicas impide que estas cumplan su papel contextualizador” (Hernández Guerrero, 2009, p. 107).

Para cuantificar el uso de la traducción en las redacciones de BBC Mundo y BBC Brasil, se ha recurrido, en primer lugar, a las fuentes mencionadas en el texto de la noticia. De acuerdo con este criterio, las noticias de la muestra se pueden dividir en tres grupos: aquellas noticias que únicamente mencionan fuentes en el mismo idioma en que están redactadas, las que nombran al menos una fuente en otro idioma y las que no enuncian ningún tipo de fuente. El hecho de que se utilicen fuentes en otro idioma indicaría que existe presencia de traducción en algún momento del proceso. No obstante, el uso de la traducción en el periodismo es complejo y se manifiesta de formas variadas, que pueden ir desde un corresponsal que elabora una noticia en su idioma a partir de informaciones que recibe en otra lengua, o un periodista que redacta un texto a partir de noticias de agencia en varios idiomas, hasta una noticia traducida de forma íntegra.

Sin embargo, lo que interesa en este caso es comprobar el grado de dependencia de BBC Mundo y BBC Brasil con respecto a la casa matriz, y no tanto el uso de la traducción periodística en otros contextos. Por ello, tras haber identificado aquellas noticias en las que hay presencia de traducción, se buscó distinguir las que estuvieran elaboradas directamente por el periodista en español o en portugués, a partir de fuentes en otro idioma (corresponsales, agencias de prensa, fuentes institucionales, expertos, etc.), de aquellas que son una traducción, total o parcial, de informaciones publicadas por otro servicio de la BBC.

Para llevar a cabo esta clasificación, se procedió en todos los casos a una búsqueda de las posibles noticias originales en el sitio web de BBC News y otros sitios web de la BBC. A partir de esta búsqueda, se clasificaron las noticias de la muestra en tres grupos: noticias en las que la traducción no interviene en el proceso, noticias que parecen redactadas por periodistas de BBC Mundo o BBC Brasil a partir de fuentes en otro idioma, y noticias que son una traducción, parcial o total, de otra publicada en otro servicio de la BBC.

5. Resultados

En los apartados siguientes se presentan los resultados obtenidos en el análisis de contenido, tanto en lo que respecta a la distribución temática como geográfica de las informaciones, y de la presencia de traducción en las páginas de inicio de los sitios web de BBC Mundo y BBC Brasil.

5.1. Análisis de contenido

5.1.1. Disposición de las noticias en las portadas

Las páginas de inicio de BBC News, BBC Mundo y BBC Brasil se organizan en una estructura de columnas y filas, similar en los tres servicios, aunque no idéntica.¹⁵ La página de inicio se compone de una categoría principal, con un número variable de noticias, y de categorías secundarias, que suelen ir precedidas de encabezados, como “Must see”, “Más noticias”, “Destacados e Análisis”, etc.

En el caso de BBC News, la categoría principal de noticias se dispone en una distribución de cinco columnas, en la parte superior de la página, que se corresponde con el área que se puede ver al abrirla, sin necesidad de moverse con el ratón, mientras que las categorías secundarias ocupan las filas inferiores, de forma que es necesario desplazarse hacia abajo para verlas.

¹⁵ Este apartado describe la disposición de las páginas de inicio de los sitios web de BBC News, BBC Mundo y BBC Brasil en el momento en que se llevó a cabo el estudio (2016-2017). El diseño de las portadas no se corresponde necesariamente con el actual.

BBC Mundo y BBC Brasil, en cambio, recurren a una disposición más vertical, organizada en cuatro columnas, de las cuales tres están dedicadas a la categoría principal de noticias y la cuarta, a la derecha, se destina a una sección secundaria. Esta última columna tiene, además, un fondo gris, que la diferencia del resto de las noticias de la página. En este caso, la categoría principal de noticias no puede apreciarse en su totalidad al primer vistazo, sino que hay que desplazarse hacia abajo en la página para ver todas las noticias que engloba.

En los tres servicios, la noticia más destacada suele ocupar un ancho de tres columnas, seguida, en BBC Mundo, de tres noticias con foto en la siguiente fila, dispuestas en tres columnas, y cuatro noticias en la fila siguiente, con foto más pequeña, dispuestas en dos columnas. En un caso, entre la segunda y la tercera fila se intercalan dos noticias sin foto.

En BBC Brasil, la primera noticia abarca también el ancho de tres columnas y, por lo general, en la fila siguiente, dos de las tres columnas están ocupadas cada una por una noticia con foto, y la tercera, por tres noticias sin foto, dispuestas en vertical. En la fila siguiente hay un número variable de noticias sin foto, entre 0 y 3.

En BBC News, la disposición es más variable. En general, hay una noticia principal que ocupa tres columnas y, debajo, en la fila siguiente, hay tres columnas, dos ocupadas cada una por una noticia con foto y la tercera por tres noticias sin foto, dispuestas en sentido vertical. En ocasiones, entre la primera y la segunda fila hay una franja dedicada a un tema destacado. En otros casos, la disposición consiste en una noticia principal que ocupa tres columnas, seguida de tres noticias de una columna cada una; en la fila siguiente, dos noticias que ocupan una columna cada una, con foto, y una tercera columna que contiene tres noticias sin foto, y más abajo tres noticias sin foto.

5.1.2. Tiempo de permanencia en la portada

El tiempo de permanencia de las noticias en la portada varía entre los tres sitios web. En BBC News, la casi totalidad de las noticias de la muestra, 82 de 85 (el 96,47 %), están publicadas ese mismo día. Además, los tres casos en los que la noticia tiene fecha del día anterior a la portada se dan el sábado 24 de diciembre, por lo que es probable que esta falta de actualización se deba a las fechas navideñas, en las que la información no se actualiza con la misma frecuencia (véase Figura 1).

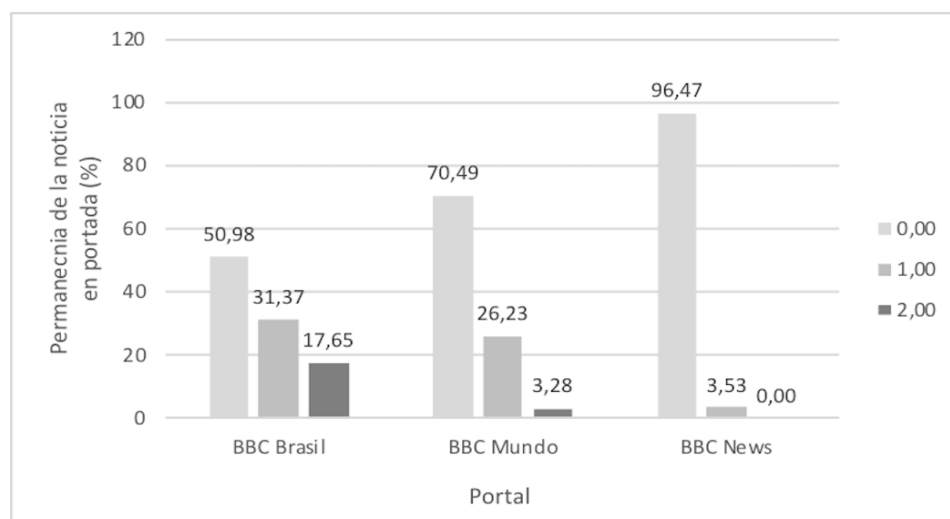


Figura 1. Permanencia de las noticias en la página de inicio, en días

Tabla 2. Diferencia entre la fecha de la noticia y la fecha de la portada, por días

Días de diferencia entre la fecha de la portada y la de la noticia	Fecha de la portada							Total general
	Noviembre de 2016			Diciembre de 2016			Enero de 2017	
	14	22	30	8	16	24	1	
BBC Brasil	6	6	8	8	8	9	6	51
0 días	2	6	6	2	3	3	4	26
1 día	3	0	0	3	5	3	2	16
2 días	1	0	2	3	0	3	0	9
BBC Mundo	8	10	9	8	8	9	9	61
0 días	7	8	8	3	7	4	6	43
1 día	1	1	1	5	1	4	3	16
2 días	0	1	0	0	0	1	0	2
BBC News	12	12	12	12	13	12	12	85
0 días	12	12	12	12	13	9	12	82
1 día	0	0	0	0	0	3	0	3

Sin embargo, en BBC Mundo y en BBC Brasil, es más frecuente encontrar noticias de días anteriores en la portada.

El porcentaje de noticias publicadas el mismo día en la página de inicio de BBC Mundo es del 70,49 % (43 de 61 noticias), y de solo el 50,98 % (26 de 51) en BBC Brasil.

Además, encontramos un porcentaje bastante alto de noticias con fecha del día anterior (26,23 y 31,37 %, respectivamente) e incluso hay noticias con fecha de dos días antes, en mayor número en BBC Brasil (9 noticias, el 17,65 %).

Por lo tanto, en BBC Brasil, prácticamente la mitad de las noticias (25 de 51) que aparecen en portada no son actuales. Esta proporción es algo menor en BBC Mundo, aunque también es importante, puesto que supone casi un 30 % (18 noticias de 61).

En estos dos casos, no parece que dicha falta de actualización se deba a las fechas navideñas, pues parece que las noticias con uno y dos días de diferencia respecto a la fecha de portada no se concentran en dichas fechas.

En la Tabla 2 se muestra la distribución de las noticias según su antigüedad, en cada uno de los días de la semana construida.

Por lo tanto, los datos parecen indicar que la actualización de las noticias en la página de inicio es mucho más reducida en BBC Mundo y BBC Brasil con respecto a BBC News, lo que indicaría que en esta última se da más relevancia al valor informativo de la actualidad (Bednarek, 2016).

5.1.3. *Temática de las noticias*

Al aplicar a la muestra la clasificación por temas que propone el IPTC, se obtiene la distribución que se ve en la Figura 2. Como se puede observar, tanto en BBC Mundo como en BBC Brasil la categoría que predomina es la de 'Política', que supone en ambos casos más del 25 % del total de los contenidos, con un 29,51 % (14 noticias de 51) y un 27,45 % (18 de 61) respectivamente.

En BBC Brasil, la segunda categoría con más peso es 'Policía y justicia', que supone casi un 20 % del contenido (10 noticias). Estas dos

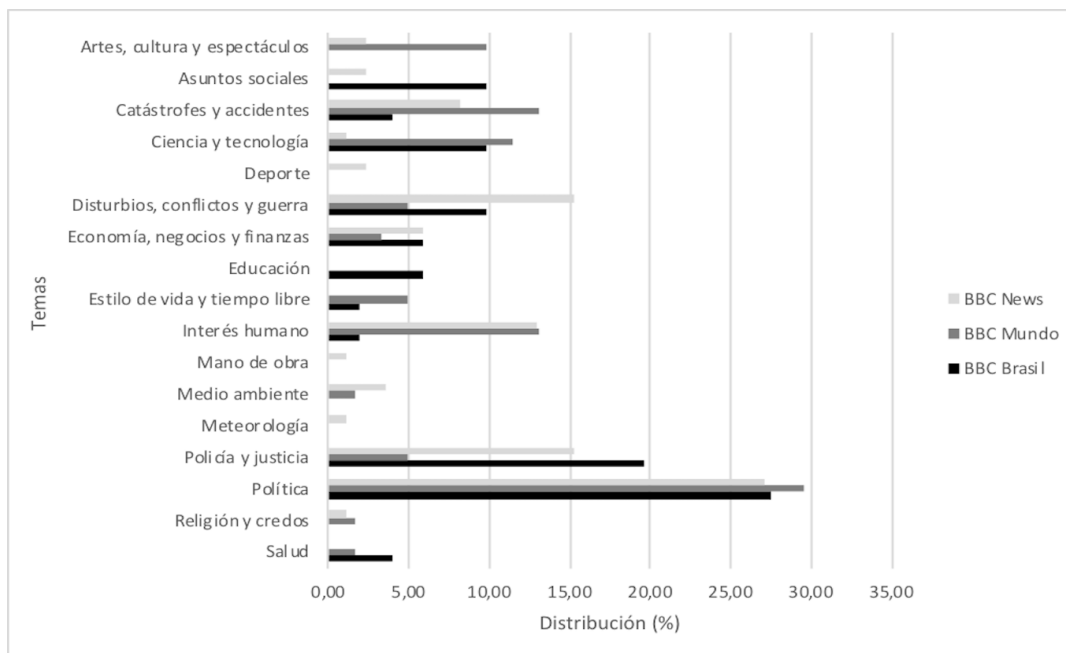


Figura 2. Distribución por temas

categorías, ‘Política’ y ‘Policía y justicia’, son las únicas cuya presencia es superior al 10 %, y juntas suponen un 47 % del total. A continuación estarían ‘Disturbios, conflictos y guerra’, ‘Ciencia y tecnología’ y ‘Asuntos sociales’, tres categorías con una presencia del 9,80 % (5 noticias).

En BBC Mundo, en cambio, las categorías que tienen mayor presencia tras ‘Política’ son ‘Catástrofes y accidentes’ e ‘Interés humano’, ambas con una presencia del 13,11 % (8 noticias en cada caso). La cuarta categoría sería ‘Artes, cultura y espectáculos’, justo por debajo del 10 % (6 noticias).

En BBC News, también aparece ‘Política’ como la única categoría que supera el 20 %, con 23 noticias de 85. En segundo lugar están ‘Policía y justicia’ y ‘Disturbios, conflictos y guerra’, ambas con una presencia del 15,48 % (13 noticias). En cuarto lugar se encuentra ‘Interés humano’, con 11 noticias.

Para tener una visión más clara del tipo de contenidos que prioriza cada uno de los sitios web, en español y en portugués, y poder comparar-

los con el contenido de BBC News, es interesante recurrir a los conceptos de *hard news* y *soft news*, una dicotomía utilizada con frecuencia en los estudios de periodismo. A pesar de que no hay un consenso en cuanto a su definición, para la mayoría de los autores, el criterio principal para asignar las noticias a una u otra categoría es la temática (Reinemann *et al.*, 2012). De acuerdo con este criterio, *hard news* serían aquellas noticias sobre acontecimientos “presuntamente importantes para la capacidad de comprensión y respuesta de los ciudadanos ante el mundo de los asuntos públicos” (Patterson, 2000, p. 3).¹⁶ Por lo tanto, “la política internacional y nacional, la economía y las finanzas suelen verse como *hard news*. Las noticias sobre deportes, famosos, familias reales, delitos, escándalos y servicios se consideran *soft news*” (Reinemann *et al.*, 2012, p. 231).¹⁷

16 “presumably important to citizens’ ability to understand and respond to the world of public affairs”.

17 “foreign and domestic politics, economy and finance are usually regarded as *hard news*. News about sports, celebrities, royal families, crime, scandals and service are regarded as *soft news*”.

Aunque la presencia de *hard news* es mayoritaria en todos los sitios web, esta parece mayor en BBC Brasil (donde categorías típicamente “duras” como son ‘Política’, ‘Policía y justicia’, ‘Disturbios, conflictos y guerra’ y ‘Economía, negocios y finanzas’ suman el 62,68 % del total) que en BBC Mundo (donde estas mismas categorías suponen el 40,18 %).

Por otro lado, en BBC Mundo hay una presencia mayor de categorías típicamente “blandas”, como ‘Interés humano’, ‘Catástrofes y accidentes’, ‘Artes, cultura y espectáculos’ y ‘Estilo de vida y tiempo libre’, que suman en total el 40,62 %. En BBC Brasil, estas categorías suponen el 7,84 %.

Si se comparan ambos casos con BBC News, donde las categorías consideradas “duras” suman el

63,62 % y las “blandas” el 23,53 %, se podría concluir que BBC Brasil tiene un perfil bastante más duro, mientras que en BBC Mundo hay una tendencia mayor hacia las *soft news*.

5.1.4 Ámbito geográfico

El siguiente punto de análisis consistió en ver qué países y qué ámbitos geopolíticos tienen presencia en cada uno de los sitios web de la BBC. A pesar del número total de países sobre los que se informa, solo unos pocos tienen una presencia superior al 5 % en cada caso.

Así, en BBC Brasil aparece un total de 11 países y dos zonas geográficas, de los que solo 3 (Brasil, Estados Unidos y Siria) tienen una presencia superior al 5 %, además de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún país concreto (véase Figura 3).

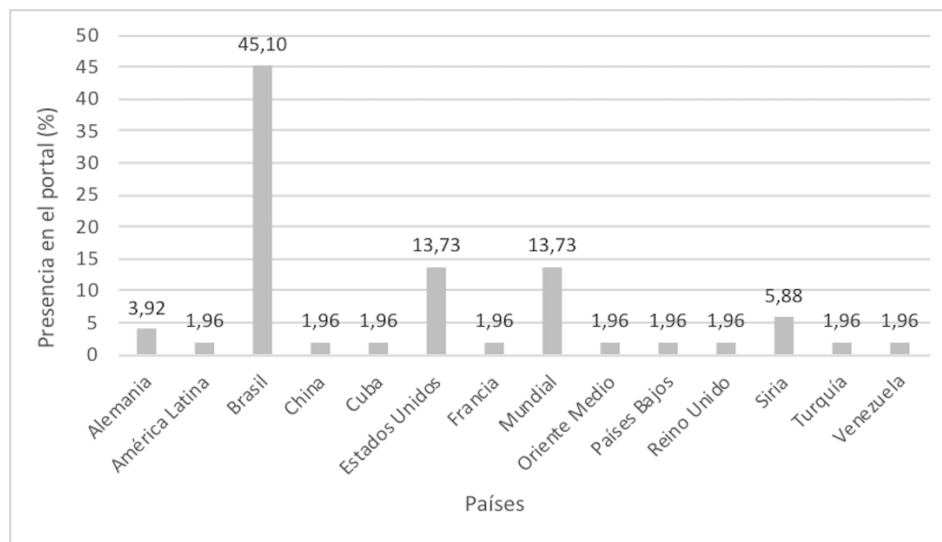


Figura 3. Presencia por países en BBC Brasil

En BBC Mundo, la variedad es mayor, con 20 países, de los que solo Estados Unidos y América Latina tienen una presencia superior al 5 %, aparte de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún país concreto. La presencia de Colombia y de Brasil se queda justo por debajo, con el 4,92 % (véase Figura 4).

En BBC News, la diversidad de países y zonas geográficas representados es aún mayor (29 países y 6 zonas), y hay 3 con una presencia superior al 5 %, Estados Unidos, Reino Unido y Francia, además de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún país en concreto (véase Figura 5).

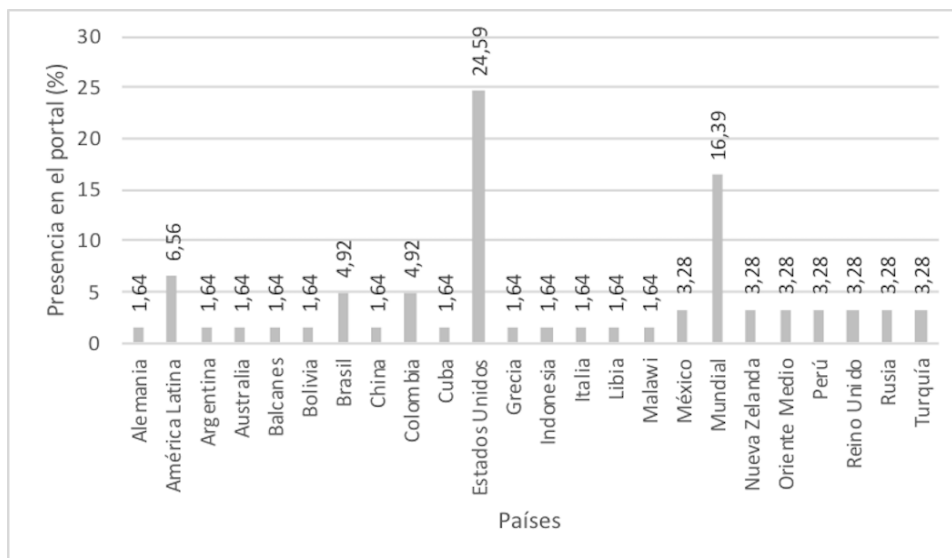


Figura 4. Presencia por países en BBC Mundo

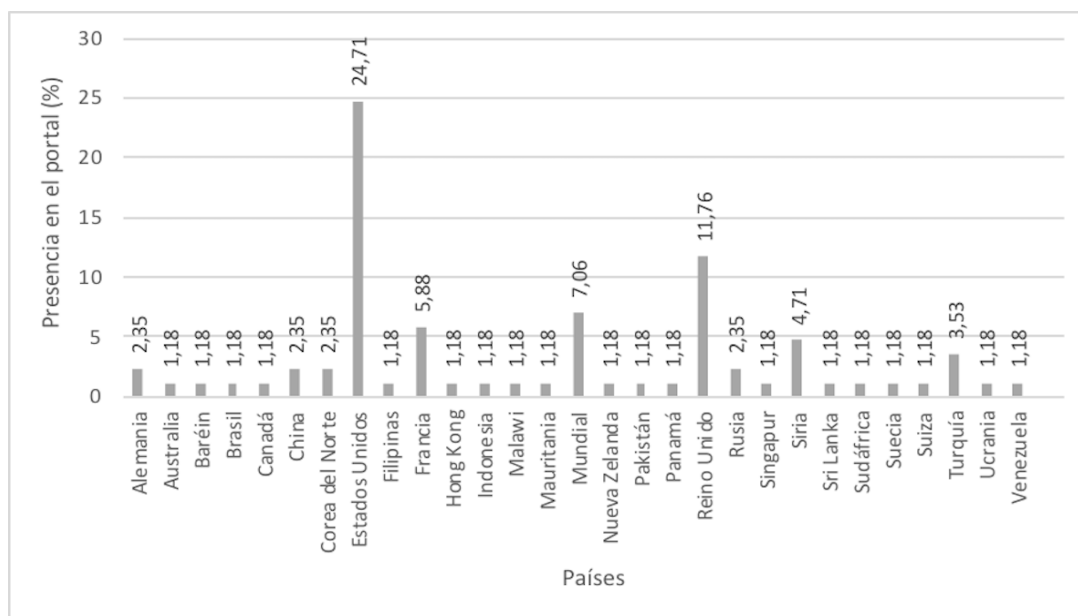


Figura 5. Presencia por países en BBC News

Para tener una imagen más clara de las zonas sobre las que se informa, se han agrupado los datos en las siguientes áreas geopolíticas: África, América Latina, Asia, Brasil, Estados Unidos y Canadá, Europa, Oceanía, Oriente Medio, Reino Unido, Rusia y Mundial. Se han mantenido separadas las áreas de América Latina y Brasil, por tratarse de los ámbitos a los que se dirigen respectivamente BBC Mundo y BBC Brasil. De la misma forma, se ha separado

el Reino Unido del resto de Europa, por tratarse del país de origen de la corporación (véase Figura 6).

En BBC Brasil, casi la mitad de las noticias (45,10 %) son de carácter nacional. Después, las zonas con más presencia serían Estados Unidos y Canadá (13,73 %) y Europa (9,80 %). Con el mismo porcentaje que Estados Unidos y Canadá estarían las noticias de ámbito mundial o que

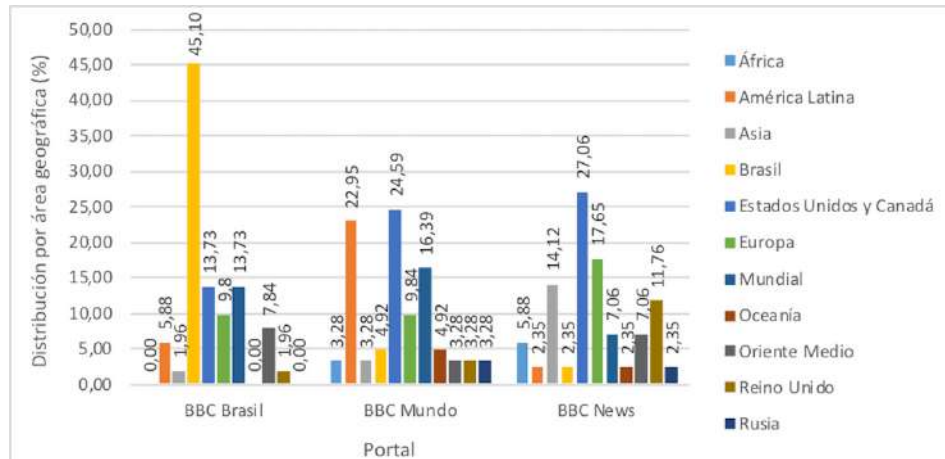


Figura 6. Distribución por áreas geopolíticas

no corresponden a ninguna zona en particular (13,73 %) y, a continuación, Oriente Medio (7,84 %). América Latina tiene una presencia del 5,88 %.

En BBC Mundo, las noticias de América Latina y de Estados Unidos y Canadá aparecen con un porcentaje muy parecido, un 22,95 y un 24,59 % respectivamente. A continuación estarían las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ninguna zona en particular (16,39 %), Europa (9,84 %) y Oceanía y Brasil (ambos con un 4,92 %).

En BBC News, las noticias sobre Estados Unidos y Canadá representan el 27,06 % del total,

las de Europa suponen el 17,65 %, mientras que un 11,76 % son noticias sobre Reino Unido. A continuación se hallan Asia (14,12 %), Oriente Medio (7,06 %), las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ninguna zona en particular (7,06 %) y las noticias sobre África (5,88 %).

Estos datos muestran la diferente cobertura que reciben las distintas zonas en unos y otros sitios web de la BBC, así como la proporción respectiva de noticias nacionales e internacionales. Mientras que en BBC Brasil la presencia de noticias nacionales está por encima del 45 %, en BBC Mundo, el porcentaje de noticias sobre los países hispanohablantes de Améri-

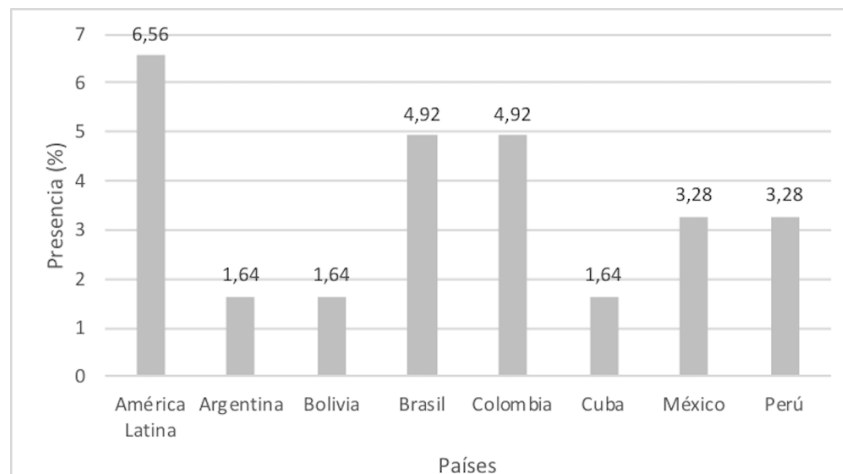


Figura 7. Presencia de países de América Latina y Brasil en BBC Mundo

ca Latina es bastante menor, por debajo del 25 %, y con una presencia muy similar a la de Estados Unidos. De este porcentaje, un 6,56 % son noticias que se refieren a la región en su conjunto. Cuando se trata de países concretos, Colombia es el país que más veces aparece (4,92 %), seguido de Perú y México (3,28 % cada uno). En total, están presentes 6 países (véase Figura 7).

Resulta llamativa la escasa presencia de cada una de las dos zonas de Sudamérica en el sitio web correspondiente a la otra zona, a pesar de la cercanía geopolítica. Las noticias sobre Brasil en BBC Mundo representan apenas un 4,92 % (Figura 7), y las noticias sobre América Latina en BBC Brasil, un 5,88 % (véase Figura 6). Las noticias sobre Brasil y América Latina en BBC News suponen un porcentaje del 4,70 %.

En todos los casos, la mayor presencia de determinadas áreas geográficas podría explicarse por los valores de proximidad y de elitismo (Bednarek, 2016, p. 3). En el caso de Brasil, parece primar el criterio de proximidad, dada la gran prevalencia de noticias de ámbito nacional. En BBC Mundo, la proximidad explica la presencia de noticias sobre América Latina y, en parte, la de noticias sobre Estados Unidos, dada la cercanía geográfica y la importancia de la política estadounidense para la zona, aunque podría explicarse también por el valor del elitismo, debido a que se trata de un Estado poderoso. El elitismo explicaría también la presencia relativamente alta de noticias sobre Europa en ambos sitios web.

5.2 Presencia de traducción

Una vez determinada la diferenciación de cada uno de los sitios web con respecto de BBC News en lo que se refiere a la selección de los contenidos, el objetivo de esta segunda parte

Tabla 3. Uso de fuentes según idioma en BBC Mundo y BBC Brasil

	BBC Brasil	BBC Mundo	Total
Mismo idioma	21	9	30
Otro idioma	29	47	76
No menciona fuentes	1	5	6
Total general	51	61	112

del análisis consiste en cuantificar la presencia de traducción en la muestra de noticias del estudio, para determinar el grado de dependencia de BBC Mundo y BBC Brasil con respecto al sitio web de la corporación en inglés, en lo que se refiere a la selección de contenidos para traducir y a su capacidad de elaborar contenido propio a partir de fuentes externas.

En primer lugar, se clasificaron las noticias según su uso o no de fuentes en otro idioma (véase Tabla 3).

A partir de estos datos, podemos deducir que en aquellos casos en que se mencionan fuentes en otro idioma, 29 en BBC Brasil y 47 en BBC

Mundo, ha habido presencia de traducción en algún momento del proceso de elaboración de la noticia. Dentro de este grupo, se encontraron posibles noticias originales en el sitio web de BBC News y otros sitios web de la BBC para 19 de las 29 noticias con fuentes en otros idiomas de BBC Brasil y para 27 de las 47 noticias con fuentes en otros idiomas de BBC Mundo. En otros 17 casos, 7 de BBC Brasil y 10 de BBC Mundo, se encontraron noticias similares o sobre el mismo tema, pero cuya redacción se diferencia lo suficiente como para considerar que son noticias elaboradas de forma independiente.

Con estos datos, se han clasificado las noticias de la muestra en tres grupos: noticias en las que

Tabla 4. Origen de las noticias

	BBC Brasil	BBC Mundo	Total general
BBC	17	27	44
Fuentes externas – mismo idioma	21	9	30
No menciona fuentes	0	3	3
Fuentes externas – otro idioma	13	22	35
Total general	51	61	112

la traducción no interviene en el proceso, noticias que parecen redactadas por periodistas de BBC Mundo o BBC Brasil a partir de fuentes en otro idioma, y noticias que son resultado de una traducción parcial o total de otra publicada en otro sitio web de la BBC (véase Tabla 4).

5.2.1 Noticias sin presencia de traducción

Como se observa en las Tablas 3 y 4, la presencia de noticias elaboradas en forma exclusiva a partir de fuentes en el mismo idioma en el que están redactadas es muy diferente en uno y otro sitio web. Esta diferencia es mucho más acusada en BBC Mundo (9 noticias con fuentes en español, de un total de 61, es decir, el 14,75 %), que en BBC Brasil (21 noticias con fuentes en portugués, de 51, esto es, el 41,18 %). En ambos casos, se trata de noticias sobre América Latina y Brasil respectivamente y, en BBC Brasil, la proporción es muy parecida a la proporción total de noticias nacionales que, como se explicaba en el apartado “5.1.4. Ámbito geográfico”, es ligeramente superior al 45 %. En BBC Mundo, en cambio, el porcentaje de noticias sobre América Latina (véase Figura 6) es superior al porcentaje de noticias que no utilizan fuentes en otro idioma, lo que indicaría que, en algunos casos, la redacción habría recurrido a la traducción para tratar temas de la propia región.

Dado que se trata de noticias elaboradas a partir de fuentes propias, cabría esperar que fueran firmadas con el nombre del periodista. Esto ocurre en BBC Brasil, donde 18 de las 19 noticias están firmadas y solo en un caso no aparece ningún tipo de firma. En BBC Mundo,

en cambio, solo 4 de las 9 noticias están firmadas por el periodista; las otras 5 están firmadas por Redacción.

5.2.2 Noticias redactadas a partir de fuentes externas en otros idiomas

En este grupo de noticias redactadas a partir de fuentes en otro idioma, se incluyen aquellas noticias que, por los elementos paratextuales y por las fuentes citadas, parecen haber sido elaboradas por BBC Mundo y BBC Brasil, sin recurrir al archivo de noticias de la casa matriz, y para las que, además, no se ha encontrado ningún tipo de correspondencia en otro sitio web de la BBC. Se han incluido también, en esta categoría, una serie de noticias para las que se han hallado noticias similares en otra página de la BBC, pero cuya redacción es lo suficientemente alejada como para considerar que se han elaborado de forma independiente.

Como se puede ver en la Tabla 5, corresponden a esta categoría 13 noticias de BBC Brasil y 22 de BBC Mundo, lo que supone, respectivamente, el 25,49 y el 36,07 % del total de noticias de la muestra de cada página web.

Conviene recordar, como se ha explicado en un apartado anterior, que, a pesar de que los servicios de la BBC en otros idiomas dependen en gran medida de la traducción de contenidos de la versión inglesa, en los últimos años se ha hecho un esfuerzo por dar prioridad a los contenidos propios (Podkalicka, 2011, pp. 145-149) y que tanto BBC Mundo como BBC Brasil tienen corresponsales propios en distintos lugares del mundo. En este grupo de noticias, la mayoría

no están firmadas con el nombre propio del periodista, sino que aparecen sin firma (8 en BBC Brasil y 1 en BBC Mundo) o firmadas por Redacción (19 en BBC Mundo). Solo en 5 casos en BBC Brasil y 2 en BBC Mundo se registra el nombre del periodista que redactó la noticia.

5.2.3 Noticias traducidas de otros sitios web de la BBC

Nos ocupamos ahora de las noticias que tienen como fuente noticias publicadas en otros

sitios web de la BBC. Se trata de 17 noticias en el caso de BBC Brasil y 27 en el de BBC Mundo (véase Tabla 4). Esto supone el 33,33 % del total de noticias de BBC Brasil y el 44,26 % de BBC Mundo.

En la mayoría de los casos, estas noticias mencionan explícitamente la fuente (véase Tabla 5), ya sea en la firma o en el contenido del texto, e incluso en una ocasión se incluye un enlace a la noticia original. Sin embargo, también se han encontrado casos (6 en BBC Brasil y

Tabla 5. Indicación de la fuente original

	BBC Brasil	BBC Mundo
En el texto	0	9
En la firma	10	13
Enlace al original	1	0
No se menciona	6	5

5 en BBC Mundo) en los que no se hace ningún tipo de mención a la BBC como fuente.

Normalmente, las noticias traducidas proceden de BBC News (23 en BBC Mundo y 13 en BBC Brasil), pero se han encontrado también 4 casos, en cada uno de los sitios web de noticias, procedentes de otros sitios web de la BBC, como *BBC Autos*, *BBC Culture*, *BBC Earth*, *BBC Newsday*, *BBC Three* o *BBC Worklife*. Una de las noticias de BBC Mundo procede de BBC Brasil. En la mayoría de los casos, el formato original es texto, aunque hay 3 noticias cuyo original está en formato de vídeo o de audio.

En lo que respecta a los idiomas desde los que se traduce, en la casi totalidad de los casos, los textos originales encontrados están en inglés. Solo en un caso se ha hallado una coincidencia en portugués para una noticia en español (de temática relacionada con Brasil). Sin embargo, en otros casos, las noticias sobre América Latina publicadas en BBC Brasil son traducciones del inglés, e incluso aparece una noticia sobre Argentina, publicada en BBC Mundo, cuyo original parece ser una noticia en inglés.

Si se observan los días de diferencia entre la publicación del texto original y la traducción, se ve que, en BBC Mundo, dos tercios son traducciones de noticias del mismo día o del día anterior. En BBC Brasil, sin embargo, las traducciones no parecen tan inmediatas: en más de la mitad de los casos, el original se publicó en la semana anterior a la publicación de la traducción, pero solo hay 5 noticias en las que la diferencia entre original y traducción es como máximo de un día.

Es importante comentar un grupo de noticias cuya fuente se habría publicado con más de quince días de antelación, llegando en algún caso a sobrepasar los cien días de diferencia. Se trata de un grupo de 5 noticias (3 de BBC Brasil y 2 de BBC Mundo), todas ellas correspondientes a categorías calificadas como *soft news*, en las que, por lo tanto, la actualidad no es un valor informativo importante.

En lo que respecta a la rúbrica, las noticias traducidas van firmadas con nombre propio en 10 ocasiones en BBC Brasil y en 14 ocasiones en BBC Mundo. Salvo en 3 ocasiones en BBC Mundo, lo habitual es que, si la noticia lleva el nombre

propio, sea el nombre del periodista que tradujo la noticia original, y no el nombre del traductor. En el resto de los casos, las noticias no llevan rúbrica o están firmadas por Redacción.

6. Conclusiones

Dadas las diferencias en la selección de contenidos entre los tres sitios web analizados, los resultados parecen indicar que los sitios web del Servicio Mundial de la BBC para Sudamérica tienen una política propia de selección de contenidos o *gatekeeping*, y que, contrariamente a lo que afirma Valdeón (2005, 2008) con respecto a BBC Mundo, sí se percibe una cierta intención de adaptar los contenidos a la especificidad del lector meta.

Así pues, mientras que, en BBC Brasil, se aprecia una tendencia a priorizar los contenidos de tipo político y de ámbito nacional, BBC Mundo parece inclinarse por los temas de entretenimiento o de corte sensacionalista, y tener una preferencia por las noticias de ámbito latinoamericano y estadounidense. No obstante, esta prevalencia de las noticias sobre Estados Unidos podría explicarse por la gran influencia que sus políticas, tanto interiores como exteriores, tienen en América Latina. En este sentido, al tratarse de un medio dirigido a lectores de países tan diversos, esta presencia de la política estadounidense podría responder a una búsqueda del interés común de todas las posibles audiencias, a quienes no necesariamente les interesaría la política interior del resto de los países de la zona. En todo caso, el hecho de que se trate de un medio de origen británico también se refleja en la selección de contenidos, en particular, en la presencia relativamente alta de noticias sobre Europa y, en especial, sobre el Reino Unido, lo que se explica igualmente por la alta dependencia de la traducción de contenidos de la matriz inglesa.

No obstante, a pesar de que BBC Mundo y BBC Brasil, como medios traducidos, dependen en gran medida de los contenidos del sitio web en inglés, lo cierto es que la muestra analizada parece indicar que hay una proporción

relativamente alta de noticias de elaboración propia. En particular, parece deducirse que las noticias sobre temas que afectan a las regiones a las que está destinada la publicación estarían elaboradas por las redacciones locales de los servicios para Sudamérica. Por otra parte, estas redacciones se ocuparían también de una parte importante de los contenidos internacionales, ya sea al acudir a contenido de agencias, instituciones u otros medios, o a través de corresponsales propios. Con todo, no se puede negar que la dependencia de la publicación inglesa es alta, ya que un tercio de los contenidos, en el caso de BBC Mundo, y más de un 40 %, en el de BBC Brasil, son traducciones de noticias aparecidas en BBC News o en otros servicios de la BBC en inglés.

En general, los resultados del análisis parecen indicar una cierta independencia en las estrategias de *gatekeeping* y una voluntad de adaptar los contenidos al público meta, tanto en lo que respecta al análisis de contenido como en lo relativo a la presencia de traducción y la proporción de contenidos de elaboración propia. Estos datos, en contraposición a las conclusiones obtenidas por Valdeón hace quince años (2005), parecen indicar un cambio de modelo similar al que describe Podkalicka (2011, pp. 145-148) para otros servicios de la BBC, en el que los contenidos propios adquieren mayor relevancia. Esto indicaría una cierta independencia de las redacciones a la hora de establecer su propia agenda y, por lo tanto, un cierto grado de independencia editorial. De esta forma, se contribuiría a mantener la imagen de fiabilidad, calidad e imparcialidad que caracteriza a la corporación, a la vez que se asegura la presencia de la marca en la región.

Referencias

- Bani, S. (2006). An analysis of press translation process. En K. Conway y S. Bassnett (Eds.), *Translation in Global News. Proceedings of the conference held at the University of Warwick* (pp. 35-45). University of Warwick, Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.

- Baumann, G., Gillespie, M. y Sreberny, A. (2011a). *Journalism*, 12(2).
- Baumann, G., Gillespie, M. y Sreberny, A. (2011b). Transcultural journalism and the politics of translation: Interrogating the BBC World Service. *Journalism*, 12(2), 135-142. <https://doi.org/10.1177/1464884910388580>
- BBC em português (2011). *72 anos de história*. http://www.bbc.co.uk/portugueseafrika/highlights/story/2011/03/110301_historybbcportuguese-tl.shtml
- BBC World Service Publicity (2008). *BBC Brasil celebrates 70 years of broadcasting with four special debates*. http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2008/02_february/28/brasil.shtml
- BBC. (2017). *BBC Annual Report and Accounts 2016/17*. <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/bbc-annualreport-201617.pdf>
- BBC. (2016). BBC World Service. *Report by the comptroller and auditor general presented to the bbc Trust Value for Money Committee*. http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/world_service/bbc_world_service.pdf
- Bednarek, M. (2016). Voices and values in the news: News media talk, news values and attribution. *Discourse, Context & Media*, 11, 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.11.004>
- Bielsa, E. (2016). News translation: Global or cosmopolitan connections? *Media, Culture & Society*, 38(2), 196-211. <https://doi.org/10.1177/0163443715613635>
- Bielsa, E. y Bassnett, S. (2009). *Translation in global news*. Routledge.
- Bulić, K. (2011). The aesthetic alchemy of sounding impartial: Why Serbs still listen to “the BBC conspiracy”. *Journalism*, 12(2), 183-197. <https://doi.org/10.1177/1464884910388587>
- Caimotto, M. C. y Gaspari, F. (2018). Corpus-based study of news translation: Challenges and possibilities. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 205-220. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.4>
- Cheesman, T. y Nohl, A.-M. (2011). Many voices, one BBC World Service? The 2008 us elections, gatekeeping and trans-editing. *Journalism*, 12(2), 217-233. <https://doi.org/10.1177/1464884910388589>
- Chen, Y. M. (2009). Quotation as a key to the investigation of ideological manipulation in news trans-editing in the Taiwanese press. *TTR: traduction, terminologie, rédaction*, 22(2), 203-238. <https://doi.org/10.7202/044830ar>
- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D. y Weaver, D. (2009). Agenda setting. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 147-160). Routledge.
- Conway, K. (2015). What is the role of culture in news translation? A materialist approach. *Perspectives*, 23(4), 521-535. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1026833>
- Cronin, M. (2003). *Translation and globalization*. Routledge.
- Davier, L. (2019). The moving boundaries of news translation. *Слово. ру: балтийский акцент*, 10(1), 69-86. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2019-1-5>
- Davier, L. y Van Doorslaer, L. (2018). Translation without a source text: Methodological issues in news translation. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 241-257. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.6>
- Gillespie, M., Sattar, N. A. y Lami, M. (2017). Social media and political participation: BBC World Service and the Arabic Spring. En N. Manning (Ed.), *Political (dis)engagement: The changing nature of the “political”* (pp. 77-103). Policy Press. <https://doi.org/10.1332/policypress/9781447317012.003.0004>
- Hänksa, M. (2018). International journalism and the emergence of transnational publics: Between cosmopolitan norms, the affirmation of identity and market forces. *Global Media and Communication*, 14(1), 103-121. <https://doi.org/10.1177/1742766518759796>
- Hänksa-Ahy, M. T. y Shapour, R. (2013). Who’s reporting the protests? Converging practices of citizen journalists and two BBC World Service newsrooms, from Iran’s election protests to the Arab uprisings. *Journalism Studies*, 14(1), 29-45. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2012.657908>

- Hernández Guerrero, M. J. (2008). La traducción periodística en los diarios españoles de información general. En L. Pegenaute *et al.* (Eds.), *Actas del III Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI*. 22-24 de marzo de 2007. Barcelona.
- Hernández Guerrero, M. J. (2012). La traducción al servicio de una línea editorial: la primavera árabe en el diario *El País*. *Meta*, 57(4), 960-976. <https://doi.org/10.7202/1021227ar>
- Hernández Guerrero, M. J. (2009). *Traducción y periodismo*. Peter Lang.
- Hjarvard, S. (2001). Introduction. En S. Hjarvard (Ed.), *News in a globalized society* (pp. 7-17). Nordicom.
- Hursti, K. (2001). An insider's view on transformation and transfer in international news communication: An English-Finnish perspective. *Helsinki English Studies: Electronic Journal*, 1(1), 1-15. <https://blogs.helsinki.fi/hes-eng/volumes/volume-1-special-issue-on-translation-studies/an-insiders-view-on-transformation-and-transfer-in-international-news-communication-an-english-finnish-perspective-kristian-hursti/>
- International Press Telecommunications Council (s. f.). *Select and show IPTC NewsCode taxonomies as tree diagram*. <http://show.newscodes.org/index.html?newscodes=subj&lang=es&startTo=Show>
- Jaber, M. y Baumann, G. (2011). The bbc World Service in the Middle East: Claims to impartiality, or a politics of translation? *Journalism*, 12(2), 171-182. <https://doi.org/10.1177/1464884910388585>
- Le, E. (2012). Gateways to the news: Headlines on *Le Monde's* home page and front page. *Discourse, Context & Media*, 1(1), 32-44. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2012.05.004>
- Luke, D. A., Caburnay, C. A. y Cohen, E. L. (2011). How much is enough? New recommendations for using constructed week sampling in newspaper content analysis of health stories. *Communication Methods and Measures*, 5(1), 76-91. <https://doi.org/10.1080/19312458.2010.547823>
- Martins, A. (2018). *¡Cumplimos 80 años!: cómo nació el Servicio Latinoamericano de la BBC y qué papel jugó la Segunda Guerra Mundial en su creación*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43133020>
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557. <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1): 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Odrizola-Chéné, J. (2012). Análisis de contenido de los cibermedios generalistas españoles. Características y adscripción temática de las noticias principales de portada. *Comunicación y Sociedad*, 25(2), 279-304.
- Ortega, A. (1981, diciembre 3). Peticiones parlamentarias en favor de los programas de BBC en español. *El País*. https://elpais.com/diario/1981/12/04/radiotv/376268402_850215.html
- Patterson, T. E. (2000). *Doing well and doing good*. Harvard University, John F. Kennedy School of Government.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
- Podkalicka, A. (2011). Factory, dialogue, or network? Competing translation practices in BBC transcultural journalism. *Journalism*, 12(2), 143-152. <https://doi.org/10.1177/1464884910388583>
- Rantanen, T. (2005). *The media and globalization*. SAGE.
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S. y Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239. <https://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Riffe, D., Aust, C. F. y Lacy, S. R. (1993). The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. *Journalism & Mass*

- Communication Quarterly*, 70(1), 133-139. <https://doi.org/10.1177/107769909307000115>
- Seul, S. y Ribeiro, N. (2015). Revisiting transnational broadcasting: The BBC's foreign-language services during the Second World War. *Media History*, 21(4), 365-377. <https://doi.org/10.1080/13688804.2015.1091721>
- Shoemaker, P. J. y Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Shoemaker, P. J., Eichholz, M., Kim, E. y Wrigley, B. (2001). Individual and routine forces in gatekeeping. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(2), 233-246. <https://doi.org/10.1177/107769900107800202>
- Shoemaker, P., Vos, T. y Reese, S. (2009). Journalists as gatekeepers. En K. Wahl-Jorgensen y Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 73-87). Routledge.
- Song, Y. (2017). Impact of power and ideology on news translation in Korea: A quantitative analysis of foreign news gatekeeping. *Perspectives*, 25(4), 658-672. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2017.1312067>
- Tuning In. (2020). *Intruding Tuning In*. <http://www.open.ac.uk/researchprojects/diasporas>
- Valdeón, R. A. (2005). The "Translated" Spanish Service of the BBC. *Across Languages and Cultures*, 6(2), 195-220. <https://doi.org/10.1556/Acr.6.2005.2.3>
- Valdeón, R. A. (2007). Ideological independence or negative mediation: BBC Mundo and CNN en Español's (translated) reporting of Madrid's terrorist attacks. En M. Salama-Carr (Ed.), *Translating and interpreting conflict* (pp. 97-118). Brill Rodopi. https://doi.org/10.1163/9789401204385_008
- Valdeón, R. A. (2008). Anomalous news translation: Selective appropriation of themes and texts in the internet. *Babel*, 54(4), 299-326. <https://doi.org/10.1075/babel.54.4.01val>
- Valdeón, R. A. (2011). Embedding anglocentric perceptions of the world: The Falklands-Malvinas binomial in the news. *Meta*, 56(1), 63-80. <https://doi.org/10.7202/1003510ar>
- Valdeón, R. A. (2014). From adaptation to appropriation: Framing the world through news translation. *Linguaculture*, (1), 51-62. <https://doi.org/10.1515/lincu-2015-0019>
- Valdeón, R. A. (2016). Traducción periodística y gatekeeping. En M. R. Martín Ruano y A. Vidal Claramonte (Eds.), *Traducción, medios de comunicación, opinión pública* (pp. 35-51). Comares.
- Valdeón, R. A. (2019). Ad hoc corpora and journalistic translation research: BBC News and BBC Mundo's coverage of Margaret Thatcher's death and funeral. *Across Languages and Cultures*, 20(1), 79-95. <https://doi.org/10.1556/084.2019.20.1.4>
- Van Doorslaer, L. (2009). How language and (non-)translation impact on media newsrooms: The case of newspapers in Belgium. *Perspectives*, 17(2), 83-92. <https://doi.org/10.1080/09076760903125051>
- Van Doorslaer, L. (2012). Translating, narrating and constructing images in journalism with a test case on representation in Flemish tv news. *Meta*, 57(4), 1046-1059. <https://doi.org/10.7202/1021232ar>
- Vuorinen, E. (1997). News translation as gatekeeping. En M. Snell-Hornby, Z. Jettmarová y K. Kaindl (Eds.), *Translation as intercultural communication. Selected papers from the EST Congress - Prague 1995* (pp. 161-172). Benjamins Translation Library.
- Wright, K., Scott, M. y Bunce, M. (2020). Soft power, hard news: How journalists at state-funded transnational media legitimize their work. *The International Journal of Press/Politics*, 25(4), 607-631. <https://doi.org/10.1177/1940161220922832>

Como citar este artículo: de Albornoz-Domínguez, S. (2021). La selección de contenidos y la política de traducción en BBC Mundo y BBC Brasil: un análisis estadístico descriptivo. *Mutatis Mutandis Revista Latinoamericana de Traducción*, 14(1). 142-166. <https://doi.org/10.17533/udea.mut.v14n1a06>