



LA UNIFORMIDAD TEMÁTICA EN LAS SECCIONES DE INTERNACIONAL DE LOS DIARIOS MADRILEÑOS FRENTE A LAS SECCIONES LOCALES

The thematic uniformity in international sections of newspapers of Madrid in front of local sections

Autor: IZQUIERDO ABELLA, Luis

Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Carlos III de Madrid

luis.izquierdo@uc3m.es

Resumen

Los medios de comunicación avanzan de forma progresiva hacia la uniformidad en la elección de las noticias que integran sus espacios informativos. Pero mientras algunas secciones como internacional lo hacen en mayor medida, otras como las secciones locales mantienen un mayor grado de variedad temática. Mediante el análisis de las secciones de internacional y local de los cuatro principales diarios madrileños, esta investigación clarifica que el grado de coincidencia temática de las primeras duplica al que presentan las segundas.

A pesar de las redes de corresponsales propias de los diarios, factores como las agencias internacionales de noticias y los medios de comunicación de los países que son referencia para España llevan a las secciones de internacional a conformar una agenda temática más limitada por el elevado grado de coincidencia. En el ámbito local, sin embargo, la menor influencia exterior permite a los diarios expresar una mayor variedad de noticias ofreciendo mayor amplitud a la agenda temática local.

Palabras clave

Agenda temática; uniformidad; actualidad; noticias.

Abstract

The media move forward a progressive uniformity on the selection of the news. But while some sections as international does it strongly other sections as local does it with more thematic variety. Through the analysis of international and local sections of four most important newspapers of Madrid this research clarify that the coincidence rate of international sections is double than the local sections rate.

Despite the correspondent networks of the newspapers, some factors like international press agencies and the media of the reference countries for Spain drive international sections to offer a limited agenda setting because of the important rate of coincidence.

However in local areas the limited influence of other cities or countries let the newspapers offer a wider variety of news and a wider agenda setting.

Key words

Agenda setting; uniformity; latest news; news.

1. Introducción

La información está a punto de desbordar la capacidad humana de ordenarla. O tal vez lo haya hecho ya. Pero, de forma paradójica, a medida que el volumen de información crece, los espectadores/oyentes/lectores tenemos cada vez más la sensa-

ción de que los contenidos informativos que nos ofrecen los medios de comunicación se parecen más unos a otros cuando no son los mismos.

El propósito de esta investigación es contrastar en qué medida existe una coincidencia entre las noticias de

las que informan los diarios y qué diferencia existe cuando los periodistas seleccionan las noticias para la sección internacional y para la sección local. El objetivo es, por tanto, demostrar que a pesar del fenómeno de la globalización la agenda temática internacional de los diarios madrileños es muy limitada, especialmente frente a la agenda temática de sus secciones locales, donde tenemos la sensación de disfrutar de una variedad temática más amplia. El trabajo establecerá una mecánica matemática para buscar respuestas concretas a esas preguntas.

El problema de una investigación de estas características nace de la dificultad de matematizar cuestiones que no son sencillas de cuantificar. No todos los diarios dedican las mismas páginas a sus diferentes secciones, ni tienen un mismo concepto de lo que es más relevante para sus lectores. Ni siquiera tienen un número estable de páginas que repiten cada día de la semana. Además, algunos días hay asuntos de actualidad que prácticamente monopolizan la atención internacional como podría ser el caso del inicio de una guerra –situación que no se da en este trabajo– mientras que muchos otros días no hay ninguna noticia que sea la clara referencia informativa.

La importancia de este trabajo nace de la posibilidad de cuantificar hasta qué punto el esfuerzo por generar una red internacional de corresponsales extranjeros con el importante coste que ello conlleva no es una garantía de conseguir a través de ellos una visión de la actualidad internacional más adaptada al perfil de las demandas de los lectores del medio. Y, de comprobarse que la sección local consigue una agenda temática de mayor amplitud, se demostraría que la uniformidad no depende de la variedad de información disponible para elegir sino de la mentalidad y marco referencial de los selectores de la información.

“Todos los periodistas del mundo pueden observar sólo una pequeña fracción de las situaciones y hechos que se producen cada día. Incluso con la exclusión por rutina de muchos tipos de acontecimientos de muchos lugares, siguen sin haber suficientes periodistas para cubrir todos los aspectos de los principales asuntos de las noticias diarias” McCombs (2006: 197). La imposibilidad de abarcar todas las noticias que se producen en el mundo aquí expuesta por uno de los padres de la teoría de la agenda setting explica la esencia del fenómeno de la selección cotidiana.

Es ésta una labor que se ve dificultada por la constante presencia de agentes que quieren influir en ella. “La confección de la agenda temática representa un proceso complejo porque cada medio intenta asumir un rol que lo convierta en actor, que le posibilite influir en el discurso de la sociedad con un protagonismo más destacado. En este sentido, como dice Héctor Borrat, “cada periódico produce una actualidad periodística que le es propia, característica, autónoma e irreplicable”” González Borjas (2000).

Sí, la actualidad de cada periódico es irreplicable porque la exactitud del contenido total es materialmente imposible. Lo es incluso en los compartimentos más o menos estanco que son las secciones, donde lo más que podemos encontrar es la coincidencia temática, lo cual no dibuja necesariamente una misma visión de la actualidad.

La selección está pues condicionada por los agentes que quieren influir en la agenda. Y de entre ellos, no podemos obviar a quienes ejercen una mayor presión. “Los vínculos entre información y poder son algo habitual. Las relaciones entre los medios de comunicación y los gobiernos son necesarias porque la Administración genera la mayor parte de las noticias, muchas de ellas con un claro interés social. Pero esas relaciones se convierten en algo perverso cuando existen intereses oscuros por alguna de las dos partes. Las subvenciones a los medios de comunicación, muchas veces disfrazadas como ayudas a las empresas para mantener la pluralidad, derivan luego en fórmulas coercitivas que permiten controlar el enfoque de los contenidos” Soengas (2008: 7).

Es ésta una presión que se acrecienta a medida que se mejora la capacidad de quienes la ejercen. Porque “la profesionalización de las fuentes ha mejorado la canalización de las informaciones oficiales, especialmente aquellas que interesan a los gobernantes, mientras en algunos casos ha creado nuevos filtros que dificultan el contacto directo de los periodistas con los principales actores locales para recabar información en todo momento. El resultado del nacimiento de gabinetes de comunicación en la mayoría de las corporaciones, en las principales empresas y en las principales organizaciones políticas y sindicales ha tenido consecuencias en el flujo de mensajes informativos en los escenarios locales, aunque no siempre han favorecido que los ciudadanos de esos territorios de proximidad estén

mejor informados” López García y Maciá (2007: 109).

Y es lógico que así sea, pues “in addition to informing the public, however, media coverage of politics has consistently been shown to have a wide range of more subtle influences on what or how citizens think about political issues” Sei-Hill y otros (2005: 1) tal y como han demostrado numerosas investigaciones referenciadas por estos mismos autores.

Todos esos factores convierten en más compleja la selección cotidiana. Ya no es sólo un proceso de elección, sino una especie de carrera de obstáculos sorteando las presiones que son bien en diferente en función de la ideología que sustenta cada medio de comunicación. Y, sin embargo, “la coincidencia en la agenda propuesta por los medios no hace más que ratificar la existencia de una estructura debajo de ésta de producción de la información que provoca la hegemonía y la concentración de la información. Este fenómeno fue habitual a lo largo de la historia de los medios de comunicación y se potencia en la época actual no sólo a través del control de los contenidos sino, y sobre todo, a partir de la concentración de las fuentes de información” López Lita (2005: 510).

Al margen de todas las presiones, la gran pregunta que nos hacemos es cuáles son los temas que interesan a los audiencias. O deberíamos decir a los medios... “Los temas más referidos, de audiencia más masiva y que ocupan más tiempos y espacio de los media (por ejemplo, la televisión y la prensa) son los que ofrecen una posibilidad de una dieta explosiva más sistemática (cultivo) y que más pueden contribuir a crear una visión limitada del mundo”, afirman los profesores Gaitán y Piñuel (2007: 37)

Porque lo que en el fondo parece importar no es otra cosa que hacer que la máquina de la información siga funcionando. “As the lines between news and entertainment continue so blur, some media observers have asserted that the vast majority of news is, in fact, entertainment (sometimes called infotainment). Sensational murder cases or the bizarre behavior of celebrities often crowd out news that may be truly relevant to audience members”, Bryant y Vorderer, (2006: 86). Porque la industria de los medios es un industria provechosa. Es por eso por lo que, al calor de las nuevas tecnología y el abaratamiento de los costes han surgido innumerables competidores.

La oferta informativa es ahora inimaginable hace sólo unos años. A pesar de lo cual, “la abundancia de medios de comunicación no tiene por qué significar un mayor pluralismo informativo, dado que en la práctica los criterios de producción de informaciones no sólo siguen las pautas de la agenda setting en cuanto a las temáticas que se consideran relevantes, sino que también siguen, en la inmensa mayoría de los casos, las mismas fuentes y los mismos datos, presentados de la misma manera en la estructuración de las noticias, según la pauta marcada por las agencias informativas” López García (2006: 45).

Regresamos pues al principio: más información y, al mismo tiempo, más uniformidad. Todos estos indicios nos llevan a proponer la hipótesis de que la globalización, lejos de tener un efecto multiplicador sobre los contenidos internacionales que reproducen los medios, ha sostenido un elevado grado de uniformidad en las secciones internacionales de los principales diarios madrileños. El mismo fenómeno no se ha trasladado al plano local, a Madrid, donde los periodistas más pegados a la calle tienen siempre muchas más opciones que seleccionar y ofrecer a sus jefes.

2. Metodología

La fórmula de trabajo que ha guiado esta investigación no puede ser otra que la derivada de las líneas de análisis de contenido. El método escogido ha sido el que propone Laurence Bardin en su libro que lleva justamente ese mismo título, *El análisis de contenido* y que nos permite valorizar lo que, a priori, resulta difícil de cuantificar.

En primer lugar vamos a definir el campo de trabajo. Serán los cuatro diarios madrileños de mayor tirada en 2010: *El País*, *El Mundo*, *Abc* y *La Razón*. Han sido éstos los escogidos porque, por su capacidad, son los que disponen de una mayor red de correspondencias en el extranjero y comparten una misma ciudad como sede, que es Madrid. Esto último es absolutamente esencial, pues es la única forma de establecer comparaciones entre sus secciones locales.

Estos cuatro diarios integran, junto con La Vanguardia y El Periódico de Cataluña lo que podemos considerar el tronco de la prensa nacional española, pues entre los seis venden la mitad de los algo más de tres millones de diarios que se compran cada mañana en España.

Explica Guillermo López García tras analizar la presencia de los medios digitales y como refrendo a nuestra elección lo siguiente: “El paradigma de la agenda setting sigue siendo operativo en lo fundamental: siguen siendo los medios de comunicación de masas los encargados de configurar un escenario de la actualidad que resulte convincente para el público, por más que las interpretaciones derivadas de ese escenario se encuentren cada vez más dispersas” López García (2006: 51).

Puesto que lo que tratamos de demostrar es hasta qué punto la globalización no ha incrementado la amplitud de la agenda temática internacional hemos de escoger necesariamente la sección internacional de los cuatro diarios madrileños, considerados por muchos como los nacionales. Y, como contraste más claro con respecto a la primera, oponemos la sección local, aquella en que los periodistas están más vinculados al terreno.

A la hora de escoger el periodo hemos adoptado un criterio aleatorio en cuanto a la elección de las fechas, pero completo, en cuanto al hecho de que éstas tienen que tener una continuidad que dé sentido a la elección de las noticias. Esto es, los selectores han realizado elecciones de noticias en días consecutivos. El proceso de elección nos llevó a centrar nuestro análisis en los 31 días de octubre de 2010. La elección se realizó con anterioridad al 1 de octubre, lo que garantizaba que los resultados no podían ser manipulados.

Una vez concluido el mes, se procedió a contabilizar las temáticas recogidas por cada diario cada día en las dos secciones elegidas. La primera labor de recuento era sencilla. Lo complejo venía a la hora de establecer el grado de coincidencia de la información. Porque algunos diarios recogían ciertos días dos o tres gran-

des noticias y algunos breves, mientras que otros incluían hasta 12 noticias. En términos generales puede decirse que mientras que *Abc* y *La Razón* imponen una mayor restricción de espacio a ambas secciones, *El País* y *El Mundo* tienen secciones más extensas, lo que permite incluir mayor cantidad de noticias y con un tratamiento más amplio.

Pero puesto que la investigación no trataba de establecer la amplitud, sino la selección buscamos siguiendo los consejos de Bardin una fórmula que diera coherencia al recuento. Así, establecimos porcentajes de coincidencia: 0% si no había ninguna coincidencia o ésta era en asuntos de escaso recorrido tales como breves o medias columnas; 25% cuando había alguna coincidencia pero no muy marcada, esto es, no era el principal tema del día ni tenía un amplio desarrollo; 50% cuando al menos dos de los grandes temas del día estaban en las páginas de los cuatro diarios; 75% cuando la coincidencia era todavía mayor y el lector apreciaba la sensación de haber leído todo el contenido de un diario en el resto; y, por último, 100% en el supuesto teórico de que la coincidencia fuera total, lo cual es característico de jornadas en que una sola noticia eclipsa al resto hasta hacerlas desaparecer.

El siguiente paso fue valorizar el porcentaje de coincidencia. Así, establecimos un valor 0 para el 0%, un valor 1 para el 25%, un valor 2 para el 50%, un valor 3 para el 75%; y un valor 4 para el 100%.

La herramienta se desarrolló de la forma expuesta por dos motivos. El primero es que permitía establecer con claridad una comparación entre las dos secciones, internacional y local, sometidas a un mismo tipo de análisis. Lo segundo es que nos permitía establecer el grado de coincidencia de los diarios sobre un máximo razonable y sobre un mínimo saludable. Es decir, la asignación numérica nos permitía alcanzar una valoración máxima y una mínima, de tal forma que los resultados nos indicasen hasta qué punto están las secciones más cerca de unas o de otras.

3. Resultados

El trabajo de análisis expuesto en el apartado de metodología arrojó los resultados que resume de una forma muy concreta el siguiente cuadro.

Lo primero que podemos destacar es que en las secciones internacionales no hubo ni un solo día de todo el mes en que no existiese entre todos los diarios un grado de coincidencia prácticamente nulo. Es sin-

tomática la ausencia de días que arrojen un 0% en el caso de Internacional, por hasta 8 días en que las secciones locales prácticamente no presentaron ninguna similitud.

En cuando a la aparición de un día en que la coincidencia fue total, 100%, en la sección internacional, ésta tiene que ver con el rescate de 33 mineros atrapados durante más de un mes en la mina San José, en el desierto de Atacama de Chile. El rescate era tan esperado que se convirtió en una noticia planetaria, con casi tantos seguidores o más que el Mundial de fútbol de Sudáfrica de 2010. No es por eso extraño que se haya producido un grado total de coincidencia al ser ésta un tipo de noticia que eclipsa al resto de la actualidad internacional.

Fig. 1. Resultados de la explotación de los diarios analizados

	Internacional	Madrid
Grado de coincidencia		
0%	0 días	8 días
25%	6 días	14 días
50%	10 días	6 días
75%	14 días	3 días
100%	1 día	0 días
Resultado final	72 puntos	35 puntos

También hubo, no obstante, en la actualidad de Madrid, una jornada en que una sola noticia parecía destinada a marcar la omnipresencia en la sección local. Nos referimos a la votación de las elecciones primarias para dirimir quién sería el candidato socialista a la Presidencia de la Comunidad de Madrid entre el secretario general del Partido Socialista Madrileño, Tomás Gómez, y la ministra de Asuntos Exteriores, Trinidad Jiménez. Y, sin embargo, ni tan siquiera un

día como ese el grado de coincidencia en las secciones locales fue lo suficiente como para que la pudiéramos considerar como del 100%.

Por lo que se refiere a la comparación entre la sección de internacional y la de local, los números son elocuentes. El grado de coincidencia en la sección de internacional duplicó al de la sección local. A pesar de que el universo informativo de la sección de internacional es inmensamente mayor que el de la actualidad de una gran ciudad como Madrid, el grado de coincidencia de sus selectores duplicó a quienes ejercen esa misma labor en las secciones locales.

Con respecto a las puntuaciones máximas y mínimas, en el caso de internacional la puntuación fue de 72 sobre un máximo de 120, mientras que en el caso de local fue de 35 sobre un mínimo que teóricamente podría ser 0.

Si, en aras de una mejor comprensión, excluimos las puntuaciones máximas y mínimas, obtendríamos una horquilla que iría desde los 31 puntos que originaría 31 días con un 25% de coincidencia hasta los 93 puntos de otras tantas jornadas con una 75% de similitudes. Vemos en esta segunda hipótesis de análisis que mientras la sección de internacional se aproxima a este segundo máximo, la sección local está muy cerca de este segundo mínimo.

Podemos asegurar, por tanto, que mientras la sección de internacional presenta un elevado grado de coincidencia, la sección local presenta un grado muy reducido.

4. Discusión

Cuando uno se interna en el complicado terreno de la uniformidad de la agenda temática internacional no tiene más remedio que tratar de aproximarse al papel que juegan las agencias internacionales de noticias. El profesor Muro Benayas ha realizado un importante trabajo en este sentido y alcanzado algunas conclusiones. Él nos explica que “al tiempo que se internacionalizan las empresas y las instituciones, se globalizan los hechos informativos, es decir, se globalizan la economía, la ciencia, la tecnología, el ocio y el deporte” Muro (2006: 30).

Muro expone también que “hace muchas décadas que las agencias -las grandes agencias- son organizaciones

globales, pero adosadas a un estado-nación. Y eso significa que tiñen de un color singular y nacional la mirada desde la que observan el mundo y que se financian desde un mercado natural que coincide con el área de influencia cultural y lingüística de sus estados de origen...cuando no de sus presupuestos” Muro (2006: 31), lo cual explicaría un visión muy sesgada y, en nuestro caso, occidentalizada de la información.

Pero lo que más nos interesa en esta discusión es la función de las agencias. “Una utilidad básica atribuida a las agencias en los grandes medios es la de alertar sobre acontecimientos y levantar noticias. De esta forma, facilita las primeras respuestas hasta que el

medio obtiene nuevos datos fruto de iniciativas de sus propios recursos. O de otras agencias” Muro (2006: 71). Eso cuando la noticia no es un exclusiva o está remitida desde un lugar inaccesible para los corresponsales de los diarios. El propio Muro recoge información sobre la presencia de la agencias y nos relata que Associated Press declara una red de 240 oficinas en más de 120 países; France Presse, una organización basada en cinco centros regionales y oficinas en 165 países; Reuters en 200 ciudades de 94 países; DPA oficinas y redactores en más de 100 países; la italiana ANSA 83 oficinas en 78 países.

Las cifras expuestas se nos antojan impensables para cualquier medio de comunicación por sí mismo, lo que da prueba fehaciente de la importancia que las agencias internacionales de noticias tienen en la conformación de la actualidad internacional y cómo ejercen la tarea como primer selector.

Una investigación de Chris Paterson en Norteamérica más reciente nos ayuda a comprender mejor la tendencia del sector y como afecta a los medios en Internet. “Trough of analysis of the International news agency sector, this chapter posits the later, alarming, possibility. Comparative content research indicates that as Web news providers increase in quantity and scope, the original source of consequential international news stories are few. Global multimedia information conglomerates are Associated Press and Reuters dominate Internet news, but do so in mostly inconspicuous ways” Paterson (2005: 145).

Por lo que se refiere al grado de influencia de los diarios españoles que utilizamos en este trabajo en la opinión pública internacional no está de más señalar que, “dejando claro que son líderes en el panorama español, estos diarios están muy lejos de los líderes mundiales, de las redacciones que superan los mil periodistas como The New York Times, pero no dejan de ser por ello la cabeza de ratón que es España en este terreno”, Izquierdo (2010: 20). Porque los me-

dios españoles están sin duda influidos por las referencias de los principales países del planeta.

Los grandes diarios españoles miran a los medios de referencia internacional y, a través de los corresponsales, amplifican los mensajes que proceden de esos países. Los grandes diarios españoles tienen corresponsales en Washington, Londres o París, pero ninguno lo tiene en Nairobi, Ulan Bator o incluso sitios considerados más occidentales como Sidney.

En el otro lado de la balanza, en el área local, explica el catedrático de la Universidad de Santiago de Compostela Xosé López que “el periodista de proximidad tiene, entre sus cometidos, la consecución de la sintonía de la agenda de su medio con la agenda de los usuarios de la información. Los contenidos deben atender sus necesidades, sus inquietudes, sus aspiraciones. Y esa agenda temática, que debe reflejar la variedad y pluralidad de la sociedad, se completa con una agenda de servicios que debe ofrecer datos precisos y exactos” López García (2004: 71).

Efectivamente, el cometido del periodista local es otro, pues debe proveer al lector de la información que necesita en su quehacer diario. “Elecciones que en algunos casos son de tipo práctico en cuanto a qué calles utilizar cuando existen cortes de tráfico o el traslado de algunas oficinas por obras... Y elecciones algo más complejas como si es el mejor momento para comprarse una casa o incluso la decisión a la que, desde el punto de vista político, se le otorga una mayor trascendencia, cual es depositar el voto cuando somos convocados a unas elecciones” Izquierdo (2010: 14).

De todo ello deducimos que el interés de una y otra sección es bien distinto y por eso los temas que se escogen bien diferentes. Y, sin embargo, tampoco eso justifica por sí mismo que el grado de coincidencia sea mucho mayor en el caso de la sección internacional frente a la sección local, donde los agentes políticos que intervienen son, sin lugar a dudas, muchos menos que en el panorama internacional.

5. Conclusiones

El fenómeno de la globalización o internacionalización de la información debería haber ampliado el campo de noticias de interés para los públicos. Eso, a su vez, debería haber tenido consecuencias sobre la amplia-

ción de las opciones con las que los medios elaboran la agenda temática y, en buena lógica, se debería haber traducido en una ampliación de los asuntos contenidos en la aludida agenda temática internacional.

Frente a un mundo cada vez más pequeño, es en la sección local, donde los agentes políticos son menos y el campo de juego más reducido, donde debería producirse una mayor coincidencia en las informaciones que publican los diferentes diarios.

Y, sin embargo, a pesar de los planteamientos teóricos expuestos, la coincidencia de los contenidos en la sección internacional de los cuatro diarios madrileños de mayor tirada duplica a la que se produce en la sección local. La agenda temática es, por tanto, mucho más amplia.

Los resultados de la investigación muestran de esta forma cómo los selectores de noticias que trabajan en el área internacional están más influidos por factores externos tales como las agencias internacionales de noticias o los medios internacionales de referencia. Y, por el contrario, los selectores de noticias de la sec-

ción local se comportan de una forma más libre a la hora de escoger las noticias que formarán cada día el contenido de sus secciones.

Tan es así que los responsables de las secciones de internacional demostraron un criterio compartido que podemos considerar como muy elevado, frente a los selectores de la sección local, que demostraron un criterio más variable.

Pudiera argumentarse que la causa de estos resultados es que los diarios vuelcan una mayor carga ideológica en las secciones locales que en las internacionales, pues ofrecen un sesgo determinado en función de su línea editorial. Pero eso no varía el resultado final: los lectores encuentran en los cuatro principales diarios madrileños mucha menor variedad en la información que publican sus secciones internacionales que la que publican sus secciones locales.

Referencias

- Bardin Laurence (1986): El análisis de contenido. Madrid: Ediciones Akal
- Bryant, Jennings y Vorderer, Peter (2006): Psychology of entertainment. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Gaitán Moya, Juan Antonio y Piñuel Raigada, José Luis (2007): “La agenda temática sobre educación, las TIC entre otros temas”; Revista interuniversitaria de formación del profesorado, pags 35-61
- Gonzalez Borjas, Antonia (2000): “Producción del temario periodístico local”, Revista Latina de Comunicación, 30 junio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/150antonia.html>
- Izquierdo Labella, Luis (2010): Manual de Periodismo Local. Madrid: Fragua
- López García, Guillermo (2006): “Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la agenda setting”; Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, N°4, pags 37-58
- López García, Xosé y Maciá Mercadé, Juan (2007): Periodismo de proximidad. Madrid: Editorial Síntesis
- López García, Xosé (2004): Desafíos de la comunicación local: guía para la práctica de la información. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones.
- López Lita, Rafael; Fernández Beltrán, Francisco y Durán Mañés, Ángeles (eds) (2005): La comunicación local por Internet, Castellón, Universitat Jaume I
- McCombs, Maxwell (2006): Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica
- Muro Benayas, Ignacio (2006): Globalización de la información y agencias de noticias. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica
- Paterson, Chris (2005): “News Agency Dominance in International News on the Internet”. En Skinner, David; Compton, James R. y Gasher, Michael: Covering Media, diverging politics: a political economy of news media in United States and Canada. Oxford: Lexington Books
- Sei-Hill Kim, Dielram A. Scheufele, and James Shanahan (2002): “Think about it attribute agenda-setting function of the press and public’s evaluation of a local issue”. Journalism and Mass Communication Quarterly, volume 79, number 1, pp. 7–25.
- http://74.125.155.132/scholar?q=cache:Q5yWoI0o0BUJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0
- Soengas, Xosé (2008): “Los vínculos entre la información y el poder en la sociedad actual”, Revista Icono 14, número 12
<http://www.icono14.net/articulos/vinculos>

Forma de Citación

IZQUIERDO ABELLA, Luis: La uniformidad temática en las secciones de internacional de los diarios madrileños frente a las secciones locales. *Revista Communication Papers*, N° 1, páginas 97 a 104. Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de Girona. Recuperado el ____ de ____ de 2____ de: <http://www.communicationpapers.es>