



Universidad de Oviedo

**Programa de Doctorado en Investigaciones
Humanísticas**

**Selección de contenidos, usos de la
traducción y estrategias de
 encuadre en BBC Mundo y BBC
Brasil: la agenda del Servicio
Mundial de la BBC en América
Latina**

Sara de Albornoz Domínguez



Universidad de Oviedo

Programa de Doctorado en Investigaciones Humanísticas

Selección de contenidos, usos de la traducción y estrategias de encuadre en BBC Mundo y BBC Brasil: la agenda del Servicio Mundial de la BBC en América Latina

Gatekeeping, translation and framing strategies in BBC Mundo and BBC Brasil: the agenda of the BBC World Service in Latin America

Sara de Albornoz Domínguez



RESUMEN DEL CONTENIDO DE TESIS DOCTORAL

1.- Título de la Tesis	
Español/Otro Idioma: Selección de contenidos, usos de la traducción y estrategias de encuadre en BBC Mundo y BBC Brasil: la agenda del Servicio Mundial de la BBC en América Latina	Inglés: Gatekeeping, translation and framing strategies in BBC Mundo and BBC Brasil: the agenda of the BBC World Service in Latin America

2.- Autor	
Nombre: Sara de Albornoz Domínguez	DNI/Pasaporte/NIE:
Programa de Doctorado: Investigaciones Humanísticas	
Órgano responsable: Centro Internacional de Posgrado	

RESUMEN (en español)

Esta tesis pretende averiguar la estrategia comunicativa del Servicio Mundial de la BBC para América Latina a través de sus versiones en español y portugués, BBC Mundo y BBC Brasil. Se plantearon tres objetivos: comprender qué selección de contenidos se hace en cada uno de los servicios y qué efecto se consigue con ello, averiguar de qué forma se usa la traducción en dichos medios y cómo esta contribuye a la creación de un discurso nuevo y estudiar qué estrategias de encuadre se utilizan en los titulares y qué efecto se consigue con ello.

Para responder a dichas cuestiones, se diseñó una metodología que abordara el problema desde un punto de vista interdisciplinar, recurriendo a teorías del periodismo o los estudios de la comunicación, además de las propias de la traductología. De esta forma, se recopilaron las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil a lo largo de un periodo de mes y medio, mediante la técnica de la semana construida, entre noviembre de 2016 y enero de 2017.

A partir de estos datos se llevó a cabo, en primer lugar, un análisis de contenido de las páginas de inicio de ambos medios para analizar las estrategias de selección de información en cada uno de ellos, comparando las temáticas y los ámbitos geográficos sobre los que se informa. Este análisis reveló, para BBC Brasil, una clara preferencia por los contenidos de ámbito nacional, así como por las categorías temáticas consideradas *hard news*. En BBC Mundo, en cambio, se observó un protagonismo importante de las noticias de entretenimiento y una distribución geográfica menos concreta, aunque con importante presencia de EE. UU. y de América Latina.

En segundo lugar, se observaron aquellos aspectos que pudieran indicar si hay presencia de traducción en el proceso de elaboración de las informaciones y, en particular, la dependencia de estos medios con respecto a la versión de la BBC en inglés. Ello permitió concluir que ambas redacciones se encargan de producir una parte importante de las informaciones con recursos propios, a pesar de una amplia presencia de noticias traducidas de BBC News. Estas últimas, además, suelen incluir marcas de traducción que permiten reconocerlas como tal, lo que indicaría una consideración diferente a la de otras noticias en las que participa la traducción.

Por último, se observaron las estrategias de encuadre y reencuadre utilizadas en los titulares de las páginas de inicio de ambos medios, a partir de distintos planteamientos sobre el encuadre periodístico formulados tanto desde el periodismo como desde los estudios de traducción. Esto reveló, tanto en BBC Mundo como en BBC Brasil, una preferencia por los encuadres episódicos, el uso de lenguaje evaluativo y las estrategias de anticipación, lo que denota una preferencia por encuadres de tipo "blando", incluso en temáticas consideradas *hard news*. Se estudiaron además las estrategias de reencuadre en el caso de los titulares traducidos de noticias de otros departamentos de la BBC, lo que permitió ver cómo dichos encuadres blandos se refuerzan en los procesos de traducción.

Los resultados parecen indicar que ambos medios gozan de una cierta independencia



con respecto a la corporación a la hora de seleccionar y elaborar contenidos, lo que les permite adaptar tanto las informaciones ofrecidas como su enfoque a lo que consideran más adecuado para el público de llegada. No obstante, dependen en parte de la traducción de contenidos de la versión inglesa, sin que parezca que haya un reconocimiento explícito de los traductores o del propio proceso de traducción, como sí parece haberlo de los periodistas que elaboran contenidos de otro tipo. Por último, se observa una tendencia, particularmente en BBC Mundo, a los contenidos de entretenimiento y a los encuadres de tipo sensacionalista, algo que resulta llamativo para un medio de financiación pública como la BBC, dado que esta estrategia comercial choca de manera frontal con la imagen de prestigio e imparcialidad de la corporación.

RESUMEN (en Inglés)

The aim of this study is to analyse the communication strategy of the BBC World Service in Latin America through their Spanish and Portuguese language services, BBC Mundo and BBC Brasil. This aim was presented as three questions: what is the gatekeeping strategy in each service and what consequences does it have, what is the use of translation and how does it contribute to creating discourse and what framing mechanisms are used in the headlines and what effects do they have.

To answer these questions, an interdisciplinary methodology was designed, based on theories from journalism and communication studies, in addition to translation studies. BBC Mundo and BBC Brasil home pages were selected and collected according to the constructed week technique, for a period of one month and a half from November 2016 to January 2107.

Based on these data, a content analysis was performed to evaluate the gatekeeping strategies used by each of the websites, comparing main topics and geographical areas present on the content that appeared on each of the homepages. The results indicated that BBC Brasil has a preference for domestic news as well as for hard news. BBC Mundo, on the other hand, has a tendency to feature soft news and entertainment, and the regional focus is not so clear, with a high presence of contents on the US and Latin America.

Secondly, the analysis searched for features that could show translation was present in the editorial process, and particularly, how these services were dependent on the translation of BBC content in English. It turned out that both services create a significant part of their news based on their own resources, although the presence of news translated from BBC News is high. These translated news usually include translation marks that identify them as such, which would mean their status is different from other news items where translation is present.

Finally, a framing and reframing analysis of the headlines was performed, drawing on different news framing theories developed by media and translation studies. This analysis showed that both BBC Mundo and BBC Brasil prefer episodic framing, use evaluative language and forward references, which indicates a tendency to soft news framing, even in topics that would be classified as hard news. The reframing strategies in translated headlines were also studied, showing how this soft framing is reinforced by translation processes.

Results seem to show that both BBC Mundo and BBC Brasil have a certain degree of independence from the corporation when it comes to choosing and producing content, allowing them to adapt the information and frames to the expectations of their audiences. However, they depend in part on the translation of content from the English version. Regarding visibility, translators seem highly invisible compared to journalists that produce other types of content.

Lastly, both services, but BBC Mundo in particular, seem to favour entertainment and soft news contents and frames, a preference that seems to go against the reputation of impartiality and high quality news of the corporation.

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a mi director, Roberto Valdeón, que aceptó dirigir esta tesis sin tener apenas información sobre mí, con el único requisito de que debía comprometerme a llegar hasta el final. Le agradezco también su supervisión durante todo el proceso y su paciencia ante un estudio que se alargó más de lo esperado.

También quiero mostrar mi agradecimiento a María José Álvarez Faedo, mi tutora durante los primeros años, por su cercanía y su disponibilidad para resolver cualquier tipo de problema, así como por sus palabras de ánimo y apoyo durante todo el proceso y su entusiasmo a la hora de organizar los seminarios predoctorales y otras actividades de formación. Hago extensivo este agradecimiento a Carmen Pérez Ríu, tutora en el último año lectivo, con quien el trato ha sido más limitado en el tiempo, pero que fue de gran ayuda con los trámites finales.

Por otra parte, quiero agradecer a Jesús Negro García sus correcciones ortotipográficas y de estilo, así como sus lecturas en profundidad de los distintos borradores de esta tesis y las numerosas conversaciones al respecto.

Además, agradezco a Ana Domínguez y a Susana de Albornoz sus explicaciones de conceptos estadísticos y su ayuda con el manejo de bases de datos y hojas de cálculo.

Finalmente, doy las gracias a todos aquellos colegas, compañeros y profesores con los que me he ido encontrando a lo largo de este proceso en distintos eventos, congresos y escuelas de verano, por las conversaciones informales, consejos y aportaciones.

Índice

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	PROPÓSITO DEL ESTUDIO Y OBJETO DE INVESTIGACIÓN	2
1.2	OBJETIVOS	3
1.3	PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO	7
1.4	RELEVANCIA DEL ESTUDIO	8
1.5	ESTRUCTURA DEL TRABAJO	9
2	EL ESTUDIO DE LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA: ORIGEN, CONTEXTO Y PARTICULARIDADES	12
2.1	LA EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE TRADUCCIÓN Y EL SURGIMIENTO DE LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA	13
2.1.1	TRADUCCIÓN Y GLOBALIZACIÓN	16
2.1.2	LOS ESTUDIOS DE TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA	19
2.1.3	¿QUÉ ES LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA?	22
2.1.4	EL CONCEPTO DE TRANSECCIÓN	24
2.1.5	LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA COMO REESCRITURA	26
2.1.6	LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA COMO LOCALIZACIÓN	29
2.1.7	LA TRADUCCIÓN VISTA DESDE EL PERIODISMO	31
2.1.8	CONCLUSIÓN	33
2.2	LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES TRADUCIDOS	35
2.2.1	LA INFRAESTRUCTURA GLOBAL DE LA INFORMACIÓN EN EL SIGLO XXI	35
2.2.2	CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN	40
2.2.2.1	Valor comercial de la información	40
2.2.2.2	Entretenimiento	41
2.2.2.3	Inmediatez	42
2.2.2.4	Multimodalidad	43
2.2.2.5	Homogeneidad	45
2.2.3	LOS MEDIOS DIGITALES MULTILINGÜES	47
2.2.4	LAS ESTRATEGIAS DE DOMESTICACIÓN EN LA REESCRITURA PERIODÍSTICA	49
2.2.5	VISIBILIDAD Y AGENCIA DEL PERIODISTA TRADUCTOR	54
2.2.6	TRANSPARENCIA Y MEDIACIÓN EN LA TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA	57
2.2.7	CONCLUSIÓN	60
3	EL SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC: ESTUDIOS PREVIOS SOBRE BBC MUNDO Y BBC BRASIL	61
3.1	EL SERVICIO MUNDIAL DE LA BBC	62
3.2	LA TRADUCCIÓN EN BBC WORLD SERVICE	65
3.3	LA TRADUCCIÓN EN BBC MUNDO Y BBC BRASIL	68
3.4	CONCLUSIÓN	72
4	METODOLOGÍA	73
4.1	MARCO TEÓRICO	74
4.1.1	EL ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA O AGENDA-SETTING	75
4.1.2	LA SELECCIÓN DE INFORMACIÓN O GATEKEEPING	78
4.1.3	LA TEORÍA DEL ENCUADRE O FRAMING	82
4.1.4	CONCLUSIÓN	85
4.2	RECOGIDA Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA DE ESTUDIO	86
4.2.1	LAS PÁGINAS DE INICIO Y LOS TITULARES COMO ELEMENTO DE INVESTIGACIÓN	87

4.2.2	RECOPIACIÓN DE LA MUESTRA Y TÉCNICA DE LA SEMANA CONSTRUIDA	90
4.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	93
4.3.1	ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS PÁGINAS DE INICIO	93
4.3.1.1	Tiempo de permanencia	95
4.3.1.2	Temática de la noticia	96
4.3.1.3	Localización geográfica	98
4.3.2	ANÁLISIS DEL USO DE LA TRADUCCIÓN	99
4.3.3	ANÁLISIS DEL ENCUADRE DE LOS TITULARES	100
4.3.3.1	El encuadre en los titulares	101
4.3.3.2	Encuadres temáticos y encuadres episódicos	102
4.3.3.3	Lenguaje evaluativo	103
4.3.3.4	Estrategias de anticipación	105
4.3.4	ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE REENCUADRE EN LA TRADUCCIÓN DE TITULARES	106
4.3.4.1	Encuadre temporal y espacial	107
4.3.4.2	Apropiación selectiva del material textual	108
4.3.4.3	Labelling o etiquetado	108
4.3.4.4	Reposicionamiento de los participantes	109
4.4	CONCLUSIÓN	110
5	ANÁLISIS	112
5.1	LA SELECCIÓN DE CONTENIDOS EN LAS PÁGINAS DE INICIO DE BBC MUNDO, BBC BRASIL Y BBC NEWS	113
5.1.1	TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA PÁGINA DE INICIO	114
5.1.2	TEMÁTICA DE LAS NOTICIAS	116
5.1.3	ÁMBITO GEOGRÁFICO	120
5.1.4	CONCLUSIÓN	125
5.2	USO DE LA TRADUCCIÓN EN BBC MUNDO Y BBC BRASIL	128
5.2.1	NOTICIAS SIN PRESENCIA DE TRADUCCIÓN INTERLINGÜÍSTICA	130
5.2.2	NOTICIAS REDACTADAS A PARTIR DE FUENTES EXTERNAS EN OTROS IDIOMAS	131
5.2.2.1	Noticias redactadas a partir de varias fuentes	133
5.2.2.2	Noticias de corresponsales extranjeros	135
5.2.2.3	Noticias elaboradas a partir de una sola fuente	136
5.2.3	NOTICIAS TRADUCIDAS DE OTROS SITIOS WEB DE LA BBC	137
5.2.3.1	Tipo de traducción	139
5.2.4	CONCLUSIÓN	142
5.3	EL ENCUADRE Y REENCUADRE EN LOS TITULARES DE LAS NOTICIAS DE LAS PÁGINAS DE INICIO	144
5.3.1	ESTRATEGIAS DE ENCUADRE EN LOS TITULARES DE BBC MUNDO Y BBC BRASIL	144
5.3.1.1	Uso de encuadres episódicos	145
5.3.1.2	Uso del lenguaje evaluativo	148
5.3.1.3	Anticipación	156
5.3.1.4	Conclusión	161
5.3.2	ESTRATEGIAS DE REENCUADRE EN LA TRADUCCIÓN DE TITULARES	163
5.3.2.1	Encuadre temporal y espacial	163
5.3.2.2	Apropiación selectiva del material textual	165
5.3.2.3	Labelling o etiquetado	170
5.3.2.4	Reposicionamiento de los participantes	174
5.3.2.5	Conclusión	176
6	DISCUSIÓN	179
6.1	BBC MUNDO Y BBC BRASIL Y SU RELACIÓN CON LA CORPORACIÓN	179
6.2	LA VISIBILIDAD DE LA TRADUCCIÓN	183

6.3	LA ADAPTACIÓN DE NOTICIAS AL PÚBLICO META	185
6.4	LA AGENDA DE LA BBC EN AMÉRICA LATINA	188
6.5	<i>HARD NEWS</i> Y <i>SOFT NEWS</i> EN BBC MUNDO Y BBC BRASIL	190
6.6	CONCLUSIÓN	192
7	CONCLUSIONES	195
7.1	CONTRIBUCIONES	196
7.2	LIMITACIONES	197
7.3	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS	198
8	REFERENCIAS	200

Índice de tablas y figuras

TABLA 1: DISTRIBUCIÓN DE LAS NOTICIAS POR DÍAS DE LA SEMANA	95
TABLA 2: DIFERENCIA ENTRE LA FECHA DE LA NOTICIA Y LA FECHA DE LA PORTADA, POR DÍAS	116
TABLA 3: DISTRIBUCIÓN DE LAS NOTICIAS EN <i>HARD NEWS</i> Y <i>SOFT NEWS</i>	120
TABLA 4: CLASIFICACIÓN SEGÚN EL IDIOMA DE LAS FUENTES	128
TABLA 5: ORIGEN DE LAS FUENTES MENCIONADAS	129
TABLA 6: FIRMA DE LAS NOTICIAS	130
TABLA 7: ORIGEN DE LAS FUENTES	133
TABLA 8: MENCIÓN DE LA FUENTE DE LA NOTICIA	137
TABLA 9: TIPOS DE COINCIDENCIA EN LAS NOTICIAS TRADUCIDAS DE LA BBC	140
GRÁFICO 1: PERMANENCIA DE LAS NOTICIAS EN LA PÁGINA DE INICIO, EN DÍAS	115
GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN POR TEMAS.....	117
GRÁFICO 3: PRESENCIA POR PAÍSES EN BBC BRASIL.....	121
GRÁFICO 4: PRESENCIA POR PAÍSES EN BBC MUNDO.....	122
GRÁFICO 5: PRESENCIA POR PAÍSES EN BBC NEWS.....	122
GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS GEOPOLÍTICAS	123

1 Introducción

En las últimas décadas, hemos asistido a importantes cambios sociales y tecnológicos que han supuesto la aparición de un modelo de comunicación nuevo, debido, por una parte, a la irrupción de una economía global, caracterizada por una concentración de poder que derivó en el surgimiento de las grandes corporaciones mediáticas transnacionales, y, por otra, al desarrollo de las nuevas tecnologías, que han supuesto la eliminación de las barreras físicas para la producción y distribución de la información.

En este contexto, surgen los medios digitales multilingües que se pueden leer desde cualquier parte, de forma inmediata y aparentemente sin restricciones económicas ni físicas. Estos desempeñan un papel fundamental a la hora de crear y legitimar determinados discursos. Según Hernández Guerrero, los medios funcionan como «una maquinaria que procesa, analiza e interpreta, dando como resultado final un relato» y, de esta forma, «los medios de comunicación crean y conforman la opinión pública» (2012: 971).

La traducción supone una parte integral de este sistema global de comunicaciones, a pesar de su relativa invisibilidad (Bielsa, 2016). De este modo, se encuentra en la base de la producción de noticias y su transmisión internacional, y funciona como herramienta política que contribuye a implantar una agenda determinada. Así, la relación entre traducción y periodismo resulta incuestionable, y está presente desde el mismo momento de la aparición de los medios de comunicación hasta el desarrollo de la infraestructura actual (Valdeón, 2020c). Y su

papel es cada vez más fundamental y más complejo a medida que las tecnologías van haciendo cada vez más inmediatas las comunicaciones.

Por este motivo, el estudio de la traducción periodística surge en las últimas décadas del siglo XX y se consolida como subdisciplina dentro de la traductología en las primeras del XXI, en particular en los últimos años (Valdeón, 2015, 2020c).

En este contexto, el presente trabajo pretende contribuir a profundizar en el conocimiento de la interrelación entre periodismo, traducción y globalización y, en particular, al conocimiento del papel de las grandes corporaciones mediáticas en la sociedad actual, mediante un estudio sobre las políticas de selección de contenidos, traducción y encuadre en las versiones digitales de la BBC en español y en portugués (BBC Mundo y BBC Brasil, respectivamente).

A continuación, se presenta el objeto de estudio y se justifica su relevancia, se plantean los objetivos e hipótesis de los que se parte, se resume el planteamiento teórico y metodológico y se describe la estructura del trabajo.

1.1 Propósito del estudio y objeto de investigación

En el panorama actual de los medios de comunicación, el Servicio Mundial de la BBC es uno de los grandes productores y difusores de noticias a nivel internacional, y se caracteriza por su condición de medio público, dada la cual, a pesar de ser independiente del Gobierno británico, actúa como una herramienta para mantener y reforzar la imagen internacional y la influencia cultural del Reino Unido.

Por otra parte, es una de las corporaciones mediáticas con mayor reputación, percibida por el público como rigurosa y objetiva, hasta el punto de representar casi

el paradigma del rigor en el periodismo. El Servicio Mundial comparte con la BBC la fama de medio riguroso y de calidad: «The BBC WS, in spite of the heterogeneity of its broadcasts, is widely, if not universally, seen to provide high-quality, impartial news» (Cheesman y Nohl, 2011: 218). Sin embargo, la calidad no es necesariamente la misma en todas las versiones, ya que cada servicio tiene unas estrategias propias para localizar las noticias, a pesar de que haya un esfuerzo institucional por parte del Servicio Mundial de la BBC para mantener una cierta armonía (*ibid.*: 230-31). Así pues,

while the BBC's corporate aim is to provide a univocal service across its multilingual output, this aim is in tension with widely differing journalistic norms and differing assumptions about audience knowledge and needs, in each of the World Service's language departments. The 'melody' remains essentially the same, but it is orchestrated differently by each department (*ibid.*: 217).

En esta tesis, se propone estudiar la estrategia comunicativa del Servicio Mundial de la BBC en América Latina a través de sus versiones en español y portugués, BBC Mundo y BBC Brasil, respectivamente. Ambos servicios, con origen en un servicio de radio creado en 1938, existen como medio digital desde 1999.

1.2 Objetivos

Esta investigación se enmarca en el ámbito de la investigación de la traducción periodística como producto y en el contexto de las investigaciones referentes a medios digitales traducidos. Se pretende analizar el uso de la traducción en el Servicio Mundial de la BBC en sus versiones en español y portugués y su papel en «the shaping of the discourse spread by the media and (...) in the emergence of a

global public opinion; the translation policies of the media; and power relations involved in the dissemination of news messages» (Hernández Guerrero, 2019a: 391)

La traducción periodística se entiende 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. Esto implica una política de traducción concreta, que establece los mecanismos que regulan el funcionamiento y los fines de la traducción» (Hernández Guerrero, 2012: 973). Por este motivo, lo que se busca en este estudio no es tanto analizar las estrategias de traducción de los periodistas-traductores a título individual, como el uso que la institución hace de ella. Así pues, el objetivo principal es entender de qué forma BBC News y BBC Mundo se valen de la traducción y de la selección de contenidos para establecer una agenda determinada, crear un discurso nuevo e influir en la opinión pública, lo que se concreta en las siguientes preguntas:

¿Qué selección de contenidos o gatekeeping se hace en cada uno de los medios y qué efecto se consigue con ello?

En un artículo en el que analiza la versión inglesa de *Der Spiegel*, Schäffner se pregunta «which texts get selected for translation into English; who is producing the translation; how is the ‘unique voice’ represented in the texts?» (2005: 158), para concluir que la «unique voice» del *Spiegel* no tiene tanto que ver con la traducción, que sigue estrategias de aculturación, como con el proceso de selección de las noticias que se traducen a la versión inglesa (*ibid.*: 164). Por ello, en primer lugar, se tratará de averiguar qué política de selección de contenidos siguen las versiones en español y en portugués del Servicio Mundial de la BBC. Como explica van Doorslaer, la presencia o ausencia de ciertos temas «impacts on the degree of

normalization of certain representations, particularly of people, events or countries» (2012: 1051). Por otra parte, las estrategias de selección de contenidos «are likely to be influenced by existing stereotypes, national and cultural images, and ideological convictions or sometimes prejudices» (van Doorslaer, 2010: 183). Por ello, se comparará la selección de noticias en las versiones en los tres idiomas y se analizarán los posibles criterios de selección.

¿Cómo se usa la traducción y de qué forma contribuye el uso de la traducción a la creación de un discurso nuevo o una agenda nueva?

Para tratar de dar respuesta, se analizará qué proporción de los contenidos de BBC Mundo y BBC Brasil es original y cuánto es contenido traducido. Según Podkalicka (2011: 149), aunque la versión inglesa de BBC News sigue siendo la principal fuente de noticias para la mayoría de los servicios de la BBC, en los últimos años ha habido una tendencia a una mayor producción de contenido propio. Se quiere ver en qué medida estos servicios producen contenidos originales y si, en el caso de BBC Mundo, la política ha cambiado desde los estudios de Valdeón sobre este medio de comunicación de hace más de diez años (2005a, 2005b, 2008). Por otro lado, se tratará de establecer el origen de estas noticias traducidas. A pesar de que, como se ha mencionado, la mayoría de los servicios recurren principalmente a la traducción de contenidos de la versión inglesa, la interactividad entre servicios de distintos idiomas es cada vez mayor (Podkalicka, 2011: 150). Dado que las dos versiones analizadas, en español y portugués, están dirigidas principalmente a los países latinoamericanos, tanto hispanohablantes como lusófonos, cuyo contexto sociológico, histórico y geopolítico es relativamente similar, se pretende comprobar si hay cierto intercambio de información entre estas dos versiones.

¿Qué importancia y qué efecto tienen los titulares, como elemento fundamental de encuadre en la creación de un discurso nuevo?

Los titulares son, junto con las fotografías, el elemento principal de la portada o página de inicio de un medio de comunicación y el elemento de encuadre más importante de una noticia (Zhang, 2013: 396). Además, estos son «particularly revealing of the social and cultural representations circulating in a society at a given time» (Develotte y Rechniewski, 2001: 1), resultando fundamentales para entender la recontextualización de los discursos, dado que el encuadre que se les dé condiciona la interpretación que el lector haga de la noticia, «even if the article may in fact be more ambiguous and open to interpretation» (Molek-Kozakowska, 2013: 185).

La adaptación de los titulares es un elemento fundamental en el traspaso interlingüístico, porque se trata de un elemento de encuadre esencial que moldea la percepción que se tiene de la noticia, incluso aunque al leerla el encuadre de esta no sea el esperado (Molek-Kozakowska, 2013). Por este motivo, consideramos fundamental entender la recontextualización y la traducción de estos elementos en la propagación de un discurso o agenda determinados de un medio en particular.

El estudio se centrará en las informaciones publicadas en las páginas de inicio, puesto que estas actúan como carta de presentación del servicio de noticias (Le, 2012: 32) y son, por lo tanto, fundamentales para crear un discurso determinado.

1.3 Planteamiento teórico y metodológico

El estudio de la traducción de noticias es intrínsecamente interdisciplinar, ya que resulta imposible abordarla desde un punto de vista único, sin tener en cuenta las perspectivas de otras disciplinas afines como son el periodismo, los estudios de comunicación, la sociología o la ciencia política. En esta tesis se tratará de ofrecer una aproximación interdisciplinar del objeto de estudio, tanto desde el punto de vista teórico como desde el punto de vista metodológico, entendiendo el texto periodístico como resultado de un proceso de reescritura, en el sentido que le da Lefevere (1997), haya presencia de traducción o no.

Por ello, en este estudio se recurre, para el planteamiento teórico, a conceptos propios del periodismo, como son los de *agenda-setting* y *gatekeeping*, así como al concepto de *framing*, utilizado tanto en la sociología como en el periodismo y adaptado por Baker (2006) a los estudios de traducción. Por esta misma razón, en los apartados teóricos se ha puesto énfasis en establecer el contexto de la investigación, dedicando gran parte de ellos a la descripción de la coyuntura internacional de los medios de comunicación globales y haciendo un recorrido histórico detallado de la función de la BBC y del Servicio Mundial desde sus orígenes.

Esta interdisciplinaridad es patente también en lo que respecta a la metodología empleada, puesto que se ha recurrido, tanto para la recopilación del corpus como para una parte del análisis, a técnicas propias del periodismo y de los estudios de comunicación, cuyo uso es relativamente reciente en el análisis traductológico (Valdeón, 2020c).

Esta necesidad de un abordaje interdisciplinar, tanto en los planteamientos teóricos como en los métodos, es algo que han puesto de relieve varias investigaciones (Bielsa y Bassnett, 2009; Davier *et al.*, 2018b; Hernández Guerrero, 2009; Valdeón, 2020c) y que resulta fundamental para entender la complejidad de la traducción periodística, más aún, si cabe, en el nuevo contexto digital, en el que las nuevas formas de periodismo “funcionan en un marco comunicativo muy diferente al de los medios tradicionales” (Hernández Guerrero, 2019b: 79).

1.4 Relevancia del estudio

El presente estudio responde a una preocupación actual, tanto del mundo académico como de la sociedad, que es la de entender el papel que desempeñan los grandes medios de comunicación como productores y transmisores de información y, por tanto, legitimadores de versiones de la realidad, en la sociedad globalizada.

Esta investigación resulta relevante, en primer lugar, por su carácter interdisciplinar, puesto que, como se ha explicado en el apartado anterior, recurre a conocimientos teóricos y metodologías desarrollados desde diversas disciplinas, para tratar de arrojar luz sobre un fenómeno complejo.

A pesar de la afluencia de trabajos de investigación sobre traducción periodística en los últimos años (Valdeón, 2020b), el estudio de los medios digitales es relativamente reciente. En el nuevo contexto del periodismo digital supranacional, en el que «las fronteras nacionales y lingüísticas se mueven y se diluyen», el uso de la traducción «se ha multiplicado pero apenas sí se le ha prestado atención»

(Hernández Guerrero, 2019b: 79). Por eso, «sigue siendo escasa la reflexión en torno a su importancia y en especial, a su papel específico en las nuevas formas de comunicación del siglo XXI» (*ibid.*: 89)

Además, el estudio es relevante, por un lado, porque aborda una combinación de idiomas, inglés-portugués, muy poco estudiada en traducción periodística, en un medio, BBC Brasil, sobre el que no se han encontrado estudios anteriores, y, por otro, porque la investigación sobre BBC Mundo actualiza una serie de estudios realizados hace más de una década (Valdeón, 2005a; 2005b; 2008), lo que permite hacer una comparación diacrónica. Por otra parte, al comparar las estrategias utilizadas en dos medios con idiomas diferentes va más allá de las comparaciones binarias, una necesidad que han puesto de manifiesto diversos autores (Matsushita y Schäffner, 2018)

Por último, a pesar de tratarse de lenguas de raíz europea, se investigan medios de comunicación orientados principalmente al público latinoamericano, lo que contribuye a llevar la investigación en traducción periodística a un ámbito menos estudiado, tratando de evitar así el eurocentrismo que caracteriza a los estudios traductológicos.

1.5 Estructura del trabajo

Para terminar esta introducción al presente trabajo, se presenta aquí una visión general de la estructura que se le ha dado. Tras este primer capítulo introductorio, la tesis se compone de seis capítulos, distribuidos de la siguiente manera:

A modo de revisión de la literatura, el capítulo 2, aborda por una parte, la evolución de los estudios de la traducción dentro de la traductología y su vinculación con otras disciplinas afines dentro de las ciencias sociales, como pueden ser el periodismo, la sociología y los estudios de la comunicación, y, por otra, los principales conflictos teóricos y metodológicos que se plantean dentro del estudio de la traducción periodística, para situar dónde se inscribe el presente trabajo en relación a todos esos temas. El capítulo 3 hace una breve introducción histórica de la BBC y de su Servicio Mundial, su origen y evolución hasta llegar a ser lo que es en la actualidad y su papel e influencia en el contexto internacional y en relación con el país de origen, Reino Unido, así cómo los estudios sobre el uso y función de la traducción en el Servicio Mundial y, en particular, en lo que respecta a BBC Mundo y BBC Brasil.

Tras esta primera parte dedicada a poner la investigación en contexto, el capítulo 4 corresponde a la metodología. En él se describe el marco teórico en que esta se fundamenta y, a continuación, se describe el diseño del corpus y el método utilizado para cada fase del análisis: el análisis de contenido, el análisis de la presencia de traducción y el análisis del encuadre y el reencuadre en los titulares.

A continuación, se presenta el capítulo 5, dedicado al análisis y dividido en tres partes: la sección 5.1 corresponde al análisis de contenido; la sección 5.2, al uso de la traducción; la sección 5.3, al análisis de las estrategias de encuadre utilizadas en los titulares, así como a las estrategias de reencuadre que se observan en su traducción.

Por último, en el capítulo 6, dedicado a la discusión, se reflexiona sobre los resultados obtenidos y se plantean algunas cuestiones derivadas de ellos, mientras que el capítulo 7 cierra el trabajo con las conclusiones y consideraciones finales.

2 El estudio de la traducción periodística: origen, contexto y particularidades

Aunque la traducción está vinculada a la producción de noticias internacionales desde los orígenes del periodismo, el estudio de la traducción periodística es una rama relativamente nueva de la traductología, que cuenta apenas con unos veinte años de trayectoria. Por ese motivo, en este capítulo se contextualizará dicha subdisciplina y se definirá su objeto de estudio. Para ello, se hará un breve repaso de los avances de la traductología en los últimos años, que han llevado a una ampliación de la disciplina y de la propia noción de traducción, así como del papel de esta última en el contexto político y sociológico de la globalización, para situar la traducción periodística dentro de la disciplina y tratar de delimitar tanto su objeto de estudio como los conceptos clave y los principales problemas que se plantean.

Si la traducción es «a complex transaction taking place in a communicative socio-cultural context» (Álvarez y Vidal, 1996: 26), la traducción periodística constituye un ejemplo paradigmático de ello. Siendo así, en este capítulo se pretende abordar la revisión de la literatura en torno al estudio de la traducción en los medios de comunicación desde una perspectiva amplia, incluyendo tanto los estudios de traducción como los de otras ciencias sociales cercanas, dado que esta investigación se plantea desde una perspectiva un abordaje interdisciplinar.

2.1 La evolución de los estudios de traducción y el surgimiento de la traducción periodística

Como ocurrió con la mayoría de las ciencias sociales, la investigación en traducción desarrollada durante gran parte del siglo XX estuvo todavía muy influida por estudios de corte positivista. Así pues, en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, y en parte debido a esta (Tymoczko, 2007/2014), la traducción se entendía como un fenómeno de transferencia de significados de un código a otro y, por ello, el objetivo era establecer relaciones de equivalencia precisas entre los signos (Schäffner, 2004). En la década de los setenta, como reacción a las perspectivas puramente lingüísticas, surgieron los primeros enfoques funcionalistas, en los que el interés se desplazaba a la función del texto, alejándose por primera vez de la idea de equivalencia y de la importancia del texto fuente (Pym, 2009: 43). Frente a las teorías de corte lingüístico, los funcionalistas pondrían el énfasis en la función de los textos originales, los objetivos de los traductores y otros agentes implicados, las funciones del texto traducido en la cultura meta y el impacto de las traducciones en el público final (Tymoczko, 2007/2014: 33). Las teorías funcionalistas serán fundamentales para el desarrollo de los estudios de traducción periodística, porque por primera vez tratan la traducción como un acto de comunicación intercultural y no puramente como un fenómeno lingüístico (Munday, 2001: 87). Cabe señalar, en particular, la teoría del *skopos* de Vermeer, que, al considerar que el propósito del texto meta determina los métodos y estrategias de la traducción (*ibid.*: 79), asume que un texto se puede traducir de distintas maneras dependiendo de cuál sea su función (Pym, 2009: 49) y que una traducción se puede alejar del texto original sin

dejar de cumplir su propósito. Bielsa y Bassnett consideran que esta teoría es «particularly helpful for any discussion of news translation» (2009: 8), pues se aleja de la equivalencia lingüística o textual y se basa en el concepto de «efecto equivalente» (*ibid.*). Schäffner (2012: 877) considera que la teoría de Vermeer se podría adaptar al caso de la traducción periodística, en la que no existe una correspondencia entre texto original y texto meta, puesto que Vermeer habla de *source-text material* y no de «texto fuente».

Una de las principales críticas que se hacen a las teorías funcionalistas, y en particular a la teoría del *skopos*, es que a menudo la finalidad del texto meta no resulta clara o no es fácil de determinar, además de que, en algunos casos, puede haber múltiples finalidades y que estén en conflicto (Tymoczko, 2007/2014: 35-36). En el caso de la traducción periodística, esto ocurre, por ejemplo, cuando no hay una cultura meta fácil de identificar, ya que las noticias están pensadas para una audiencia global (Schäffner, 2012: 877). Además, este tipo de teorías no consiguen explicar la gran divergencia en las versiones de una misma noticia traducida en distintos medios (Bielsa y Bassnett, 2009: 118).

Por otra parte, los llamados estudios descriptivos tendrían por primera vez en cuenta el contexto cultural e histórico en el que se produce la traducción y supondrían un primer paso hacia planteamientos más alejados de los enfoques formalistas, aunque todavía con una orientación primordialmente literaria. A finales de los años ochenta, una segunda fase de los estudios descriptivos de la traducción (Tymoczko, 2007/2014: 43) pondrá por primera vez el foco en cuestiones de ideología y poder. Esta segunda fase es lo que se conoce como el «giro cultural» y tendrá su máximo exponente en la publicación del libro *Translation, History and*

Culture (1990) de Bassnett y Lefevere. Muchos de los autores pertenecientes a esta corriente continúan analizando la traducción literaria, pero enfatizan los aspectos ideológicos, y comienzan a plantearse cuestiones sobre la propia disciplina (Tymoczko, 2007/2014: 43-44). El giro cultural pondrá de manifiesto que la traducción es «a major shaping force in the development of culture» (Bassnett y Lefevere, 1990: 12), un instrumento de mediación en los intercambios culturales que, a menudo, son asimétricos. Así, la concepción tradicional del traductor como «an invisible transporter of meanings» (Schäffner, 2004: 135) se sustituye por la de «a visible interventionist» (*ibid.*). La relación entre traducción y poder se enfatizará aún más a partir de los años noventa, en una corriente que se denominaría «the power turn» (Tymoczko y Gentzler, 2002). Como explica Tymoczko, «work in this branch of translation studies also tends to avoid simplistic polarized models of power, in which some have it and some don't. Within a more complex paradigm of power, translation is seen as an activity where discourses meet and compete» (2007/2014: 45). De esta forma, la traductología deja por fin de preocuparse por cuestiones de fidelidad y equivalencia textual (Schäffner, 2004: 136) para centrarse en los procesos humanos que conlleva la traducción y en las consecuencias que acarrea.

La década de los noventa supuso la consolidación de los estudios de traducción (Snell-Hornby, 2006: 149-150), con una marcada tendencia interdisciplinar, tanto con estudios que aunaban distintas ramas de la traductología como con la aparición de una serie de publicaciones que combinaban la traducción con otras disciplinas cercanas como los estudios de género, la filosofía o la ciencia política, entre otras (Gentzler, 2014: 18). «The tendency towards the end of the century, and not only in Translation Studies, was clearly away from strict

compartmentalization and towards interdisciplinary cooperation, away from rigid ideology and towards real-life experience» (Snell-Hornby, 2006: 150). Será precisamente en esta década cuando surja la traducción periodística, un campo que es resultado de todo esto y en el que la tendencia es marcadamente interdisciplinar, con planteamientos que parten de otras ciencias sociales como el periodismo, la sociología, las ciencias políticas y otras áreas similares (Bielsa, 2010, 2016, por ejemplo).

2.1.1 Traducción y globalización

Mientras que el desarrollo de la traductología como disciplina independiente estuvo muy vinculado a las necesidades, prácticas y transformaciones sociales de la Segunda Guerra Mundial y de la posterior Guerra Fría (Tymoczko, 2007/2014: 24-40), no cabe duda de que el rumbo actual de la disciplina está muy vinculado a la globalización, un fenómeno complejo y difícil de definir y en cuya aproximación teórica, además, existen desacuerdos. No se pretende aquí tratar de explicarlo, sino poner en contexto el modo en que ha afectado a la traducción como fenómeno y a la reflexión teórica sobre esta, en particular, en lo que concierne a la traducción periodística.

Cronin define así la globalización: «This new economy is global because the central activities of production, consumption and circulation, as well as their components (capital, labour, raw materials, management, information, technology, markets), are organized on a global scale, either directly or through a network of connections between different economic agents» (2003: 11). Esta nueva economía global se desarrolló a finales del siglo XX gracias a una serie de avances

tecnológicos que permitieron acelerar y abaratar, por una parte, los costes de transporte de personas y mercancías, generando así una mayor movilidad, y, por otra, las comunicaciones, hasta hacerlas prácticamente instantáneas. Las consecuencias de todo ello son la reducción espaciotemporal y la centralidad de la información, así como el aumento de organismos y entidades supranacionales (Bielsa y Bassnett, 2009: 18-26). Se desarrolla un sistema global de comunicaciones que, a pesar del predominio del inglés como lengua internacional, conlleva un aumento exponencial del volumen de traducción (Bielsa, 2005).

La traducción es, pues, un «mediador clave» (Bielsa y Bassnett, 2009: 18) en el funcionamiento del mundo contemporáneo y, sin embargo, se manifiesta cada vez más como un problema (Cronin, 2003: 42-44). Así pues, se da una situación paradójica en la que, por una parte, la traducción adquiere un papel fundamental en este sistema global de comunicaciones, convirtiéndose en «not simply a byproduct of globalization but [...] a constituent, integral part of how the phenomenon both operates and makes sense of itself» (*ibid.*: 34), mientras que, por otra, se crea una ilusión de transparencia que oculta las dificultades, los problemas y las implicaciones que conlleva este proceso de mediación. El grado actual de desarrollo tecnológico ha cambiado nuestra relación con el tiempo y el espacio, pero «technical proximity does not eliminate cultural distance» (*ibid.*: 49). Por eso, para Cronin, la disciplina de la traductología debe ocupar un papel central en el mundo contemporáneo, dada su importancia potencial para otras áreas de investigación (*ibid.*: 127).

La traducción periodística tiene un papel fundamental en la globalización, puesto que la transmisión de noticias internacionales a través de los medios de comunicación contribuye a crear consciencia de la interconexión a nivel global y a

crear imágenes e interpretaciones de otras culturas y de otros lugares (Bielsa, 2016: 205). Sin embargo, estos procesos a menudo se invisibilizan, y esta invisibilidad implica una ilusión de transparencia, como si los textos pasaran de una lengua a otra sin conflicto, ocultando el proceso de mediación que tiene lugar (Bielsa y Bassnett, 2009: 18-31). Por esta razón, es necesario estudiar las prácticas de traducción que se producen en los medios de comunicación y en el contexto de la globalización desde una perspectiva transnacional y entendiendo la traducción como una interdisciplina.

A pesar de todo, las principales teorías sobre la globalización propuestas desde la sociología, en general, no han tenido en cuenta el papel mediador de la traducción en los flujos de información mundiales y en la producción de una multiplicidad de versiones locales (Bielsa, 2016: 198), probablemente porque la traducción se asume como un proceso de transferencia lingüística transparente, que no deja rastro de su intervención, y no han prestado atención a cómo el proceso de traducción produce una multiplicidad de versiones locales, cuestionando la relación entre distintos idiomas y culturas (Bielsa, 2010: 167).

Por ello, Bielsa propone una perspectiva distinta sobre el tema y recurre al fenómeno del cosmopolitismo (2010, 2016) para analizar el papel de la traducción, y en particular de la traducción periodística:

[...] cosmopolitan social science is also a critique of the national bias in the concepts and theories employed to study our society, and a markedly interdisciplinary project that seeks to adequately account for significant forms of worldwide interdependence. In this sense, the influence of methodological cosmopolitanism can also be perceived in translation studies, signalling a move away from theories of translation that deal primarily with translation at the national level towards theories dealing with translation's crucial intervention in mediating transnational communication flows (Bielsa, 2010: 165).

Cronin, por su parte, considera que el cosmopolitismo, o más bien el microcosmopolitismo, entendido como «an approach which does not involve the opposition of smaller political units to larger political units» (Cronin, 2006: 15) es un marco útil para analizar la traducción desde una perspectiva progresista (*ibid.*: 13-15). Para el autor, este modelo permite transcender el modelo del Estado nación y tener en cuenta las realidades transnacionales nuevas y viejas, permite la mediación entre lo global y lo local, aporta una perspectiva antiesencialista, da cabida a repertorios de lealtad complejos y ofrece un impulso emancipador, al considerar que la identidad no está limitada por la comunidad de origen (*ibid.*: 20).

De esta forma, el estudio de las prácticas traductológicas y la producción textual desde una perspectiva transnacional cuestiona el nacionalismo metodológico, y situar la traducción de noticias en este contexto hace posible la apertura cosmopolita y pone de relieve las implicaciones socioculturales de la traducción, además de romper con el enfoque monolingüe dominante en los estudios de comunicación y el periodismo (Bielsa, 2016: 209). La consideración de la traducción periodística en un contexto cosmopolita supone una evolución porque «it introduces a sense of how events are globalized through translation and discusses the significance of different strategies for doing so» (Bielsa, 2016: 202).

2.1.2 Los estudios de traducción periodística

A pesar de que la traducción ha tenido un papel fundamental en la transmisión de información desde los orígenes del periodismo, en el siglo XVII (Valdeón, 2012a), el interés por el estudio de la traducción periodística es relativamente reciente. Aunque hay algunos estudios anteriores —Schäffner (2012) menciona a Vuorinen como uno

de los primeros en investigar la traducción periodística—, se puede considerar que esta subdisciplina surge en los primeros años del siglo XXI, en un primer momento con estudios descriptivos (Bielsa, 2007: 141), en su mayoría, centrados en la prensa escrita (van Doorslaer, 2010: 176). Uno de los primeros intentos de sistematizar el estudio de la traducción periodística fue el conocido como Warwick Project (Conway y Bassnett, 2006), que se extendió durante varios años y planteó los principales problemas de la traducción periodística, tratando de tender puentes entre la teoría y la práctica y entre la traducción y otras disciplinas afines como la sociología, las relaciones internacionales o la lingüística (Bassnett, 2006: 6-7). Este proyecto derivó en la publicación de las actas de un congreso que, aunque se trata de una reproducción por escrito de comunicaciones orales, es hoy un hito en el estudio de la traducción periodística, ya que sentó las bases para la investigación y trazó las vías que se seguirían después. De este proyecto derivó también el libro *Translation in Global News*, de Bielsa y Bassnett (2009), que aborda los procesos de traducción de noticias en las agencias internacionales desde una perspectiva sociológica que parte de los estudios de la globalización. Esta obra supuso el primer estudio monográfico sobre el funcionamiento de las agencias de traducción de noticias, cuya función traductora definen como fundamental, hasta el punto de considerarlas agencias de traducción (*ibid.*: 56-58), y de su papel como agentes globalizadores (*ibid.*: 32-55). El estudio, que pretende abrir una vía interdisciplinar, critica la falta de interés por la traducción en disciplinas sociales como el periodismo, los estudios culturales o los estudios de globalización. Ese mismo año, se publicó también *Traducción y periodismo*, de Hernández Guerrero, en el que se analizan los aspectos lingüísticos

e ideológicos de la traducción periodística y que es una obra de referencia en castellano.

Desde entonces, el interés por la traducción periodística ha sido creciente, como demuestra la gran abundancia de publicaciones, congresos y números especiales en revistas del sector en la última década, como *Across Languages and Cultures* (Valdeón, 2010), *Meta* (Valdeón, 2012b) y *Perspectives: Studies in Translatology* (Conway, 2015a), un especial sobre metodología (Davier *et al.*, 2018a) o un volumen publicado sobre traducción periodística y convergencia (Davier y Conway, 2019).

Esta abundancia acredita la consolidación del estudio de la traducción periodística como una subdisciplina asentada dentro de la traductología (Valdeón, 2015; 2020b), que ha evolucionado desde un abordaje puramente descriptivo hasta cuestionar la propia noción de traducción, ampliando sus límites y recurriendo a enfoques y metodologías novedosos e interdisciplinares, algo que, por otra parte, es inherente a la propia naturaleza del objeto de estudio, dado que «the news lacks the fixity of literal texts, the traditional domain of theorizing in translation studies, thus encouraging researches to adopt multidimensional methodologies that can more adequately capture its ephemeral and fragmentary character, as well as the diversity of institutional contexts in which it is produced» (Bielsa, 2019: 367).

A rasgos generales, la investigación se puede dividir, según su objeto de estudio, en estudios de producto, de proceso o de recepción. Los estudios de producto son la modalidad más frecuente y han dirigido su atención a la función de la traducción en distintos medios de prensa tradicional (Schäffner, 2005; Kang, 2007), digitales (Guerrero, 2015; Huang y Valdeón, en prensa), o en la televisión

(Tsai, 2012; van Doorslaer, 2012), a menudo fijándose en cuestiones ideológicas. Los estudios de proceso suelen combinar métodos etnográficos y de observación. Se trata de una metodología ya empleada por Bielsa y Bassnett (2009) y continuada por otros como Davier (2017), Pan (2014) y Manfredi (2018). Por último, los estudios de recepción son los menos frecuentes; en este sentido cabe destacar el de Conway y Vaskivska (2010) sobre las reacciones a artículos de *The New York Times* traducidos al ruso, y el de Scammell (2016), que propone un método para trabajar con grupos de discusión.

Los estudios más recientes ponen el foco en la convergencia y la multimodalidad (Davier, 2019; Davier y Conway, 2019), así como en los nuevos medios (Hernández Guerrero, 2019b) y las redes sociales (Hernández Guerrero, 2020), plantean nuevos retos metodológicos ocasionados por la falta de correspondencia entre texto meta y texto fuente (Davier y van Doorslaer, 2018) y abogan por la interdisciplinaridad (Valdeón, 2021), recurriendo a conceptos propios de otras disciplinas como el periodismo (Song, 2017; Liu, 2017) o la sociología (Qin y Zhang, 2018).

2.1.3 ¿Qué es la traducción periodística?

En el ámbito periodístico, se dan varios procesos en los que interviene la traducción que no encajan bien en las definiciones más tradicionales del término y que cuestionan conceptos clásicos de la disciplina tales como los de equivalencia, fidelidad o texto original y texto meta. Sin embargo, esto no es algo exclusivo de la traducción periodística. La evolución de la traductología desde su origen y a lo largo

del siglo XX supuso una ampliación del campo de estudio y llevó a definiciones cada vez más abiertas. Como explica Tymoczko,

It is relatively easy to say what a translation is and is not at any particular time and place, but it is not so easy to define a theoretical concept of translation that can be used with confidence to ground the development of translation studies as a discipline (2007/2014: 58).

Así pues, definir la traducción no resulta fácil, más aún si tenemos en cuenta que «los propios conceptos que se manejan en el proceso traductor, desde el concepto de lenguaje hasta el de texto o sistema comunicativo, son ya de por sí problemáticos» (Vidal, 2009: 51). A pesar de la evolución de la disciplina de la traductología en las últimas décadas y del creciente interés por los procesos de transferencia en un mundo globalizado, en otras áreas se sigue considerando la práctica de la traducción principalmente como un proceso de transferencia lingüística que no incluye ningún otro tipo de transferencia extratextual (van Doorslaer, 2010: 178-79). Como se ha tratado de explicar en páginas anteriores, la traductología ha evolucionado en las últimas décadas para incorporar una serie de cuestiones que van más allá de lo lingüístico, dejando atrás el concepto de equivalencia, muy ligado a la traducción literaria y de textos religiosos y poco aplicable en otros ámbitos. No obstante, la equivalencia está en el origen de la disciplina y es un concepto que todavía tiene mucho peso, lo que provoca en algunos autores la necesidad de crear una terminología nueva para aquellos tipos de traducción que se alejen del modelo (que, por otra parte, son la mayoría). En las secciones siguientes se discuten algunas de las propuestas terminológicas y conceptuales que se han propuesto para denominar la traducción periodística.

2.1.4 El concepto de transedición

Los procesos de producción de noticias internacionales son muy complejos, y la traducción está presente prácticamente en todas las etapas del proceso, sin que se conciba como un paso separado del resto de funciones del periodista. En palabras de Bielsa y Bassnett, «information that passes between cultures through news agencies is not only 'translated' in the interlingual sense, it is reshaped, edited, synthesized and transformed for the consumption of a new set of readers» (2009: 2). Todos estos procesos de edición, síntesis y transformación crean un texto meta a menudo bastante alejado del original, que, por otra parte, no suele ser un único texto. Por este motivo, algunos académicos plantearon nuevos términos para definir una serie de procesos que consideraban que no encajaban en el concepto tradicional de traducción. Es ya clásico el artículo de Stetting de 1989 (citado en Schäffner, 2012), que acuñó el término transedición (*transediting*), aceptado por varios autores (Hursti, 2001; van Doorslaer, 2009; Cheesman y Nohl, 2011, entre otros). Hursti, por ejemplo, define la transedición como «the composite term used to refer to work done in the realm of 'practical texts', such as news items, in which both the processes, editing and translating, are not only very much present but also equally important and closely intertwined» (2001). Van Doorslaer habla de dos extensiones de la traducción que están presentes en la traducción periodística: la primera sería la extensión del objeto de la disciplina, que incluiría la traducción intralingüística e intersemiótica según las define Jakobson; en esta primera extensión, los textos fuente y meta o el producto se pueden identificar claramente (2010: 179). La segunda extensión sería característica de la traducción periodística y correspondería a lo que, siguiendo a Stetting, denomina transedición, es decir la

«multiplication of source texts, combined with information processing, and the various transformation, reworking and rewriting procedures involved in producing one new target text, [that] problematizes the existence and status of the source text as commonly understood in a “normal” translational relationship» (*ibid.*: 181).

Otros autores, en cambio, prefieren usar el término traducción, empleándolo de una forma menos restrictiva, en lugar de recurrir al de transedición. Para Bielsa y Bassnett el concepto de *transediting*, además de resultar artificial, «seems to imply the existence of another form of translating news», y por eso prefieren hablar de «news translation» para referirse a esta combinación de traducción y edición propia del periodismo (2009: 64). Para Tsai, cuando se habla de traducción periodística, «instead of adhering to a strict and normative linguistic definition of translation, a more flexible definition should be preferred» (2005: 148-149). La cuestión es que, incluso aquellos autores que utilizan el término «traducción» parecen tener la necesidad de justificarlo. El problema, como indica Schäffner (2012: 875-876), está en que las bases de la traductología se sentaron sobre el análisis de traducciones de textos completos producidos por un autor determinado, un modelo que ha condicionado el desarrollo de la disciplina hasta el punto de que se dé una importancia fundamental a conceptos como texto fuente, texto meta, autoría o equivalencia. Sin embargo, esta concepción clásica de la traducción, que tal vez predomina todavía en otros ámbitos académicos, no es mayoritaria en la traductología. Por ello, el uso del término transedición, así como otros términos acuñados para destacar particularidades de determinadas modalidades de la traducción, puede ser en realidad un paso atrás en la disciplina, pues refuerza la

idea de la traducción como un proceso de transferencia puramente lingüística (Schäffner 2012: 880-881).

2.1.5 La traducción periodística como reescritura

Como ya se ha mencionado, el giro cultural supuso, a principios de los años noventa, un cambio teórico y metodológico que puso fin al estudio de la traducción basado en el concepto de equivalencia y que, aunque en un principio partía de la traducción literaria, fue un primer paso para cerrar la brecha entre traducción literaria y no literaria y ampliar la investigación a otros tipos de traducción. Bassnett y Lefevere (1990) se alejan de los planteamientos lingüísticos y entienden la traducción como un producto de la cultura meta (Marinetti, 2011) y una herramienta de producción cultural que reproduce los discursos dominantes o se opone a ellos, según sea el caso, condicionada por una serie de factores ideológicos, económicos y de estatus. De acuerdo con este paradigma, la traducción se entiende como reescritura, concepto que Lefevere desarrolla en *Traducción, reescritura y la manipulación del canon literario* (1997). El autor no solo considera que la traducción es una forma de reescritura, como lo son «la historiografía, las antologías, la crítica y la edición» (*ibid.*: 22), sino que de hecho es «potencialmente la más influyente porque es capaz de proyectar la imagen de un autor y/o una (serie de) obra(s) a otra cultura» (*ibid.*). El concepto de reescritura va unido al de manipulación:

tanto si escriben traducciones, historias literarias o versiones reducidas de éstas, obras de consulta, antologías, críticas o ediciones, los reescritores adaptan, manipulan, en cierta medida, los originales con los que trabajan, para hacer que se ajusten a la o las corrientes ideológicas y poetológicas de su época (*ibid.*: 21).

Por eso, Lefevere insiste, «quienes se planteen dicho estudio deberán preguntarse quién reescribe, por qué, en qué circunstancias, para quién» (*ibid.*: 19). A partir de estas preguntas, Lefevere articula el concepto de mecenazgo, «entendido como algo similar a los poderes (personas, instituciones) que pueden impulsar o dificultar la lectura, escritura y reescritura de la literatura» (*ibid.*: 29). Este mecenazgo es uno de los dos «factores de control» que regulan la reescritura, y tiene tres componentes, ideológico, económico y de estatus, que pueden estar administrados por el mismo mecenas o ser independientes (*ibid.*: 28-31). Lefevere considera el elemento ideológico, entendiendo el concepto de ideología en un sentido amplio, la principal característica del mecenazgo. El otro factor de control es el profesional, en este caso el traductor, que reescribe los textos «hasta que sean aceptables para la poética y la ideología de un determinado tiempo y lugar» (*ibid.*: 29).

Este análisis, que Lefevere planteó para la traducción literaria y su papel en la creación (o manipulación) del canon literario, ha resultado de gran interés para explicar la traducción periodística, puesto que el concepto de reescritura, que se aleja de planteamientos que ven la traducción desde la equivalencia, ayuda a entender la complicada naturaleza del proceso de producción de noticias, en el que no se puede decir que haya un texto meta y un texto fuente, y el concepto de mecenazgo puede aplicarse al funcionamiento de la industria de los medios de comunicación.

Así, Bielsa y Bassnett entienden que las noticias internacionales son básicamente una forma de reescritura: «an example of rewriting in the journalistic field, comparable to literary rewritings such as translations, anthologies, literary histories, biographies and book reviews, all of which, according to André Lefevere,

entail similar processes of adaptation and manipulation of the original text» (2009: 57), y que la labor de los periodistas consiste en «rewriting news texts so as to make them suitable for different linguistic, cultural and geographical contexts» (*ibid.*: 73). También Bielsa considera que la traducción de noticias se puede considerar reescritura (2016: 199) más aún que en el caso de la traducción literaria:

Whereas the literary translator is subservient to the author of an original work, the news translator does not owe the same degree of respect and faithfulness to an often unsigned piece of news and has much more room for rewriting and modifying originals in important ways (*ibid.*: 203).

Con todo, el concepto de reescritura no deja de ser un término genérico que evita la necesidad de especificar. Como el propio Lefevre ya puntualiza, «el término reescritura nos evita tener que hacer divisiones entre las distintas formas de reescrituras, como “traducción”, “adaptación”, “emulación”» (1997: 66-67). Tal vez por eso, otros autores prefieren aplicar el término reescritura solamente a algunos de los procesos que tienen lugar en la producción de noticias internacionales. Así, Hernández Guerrero, por ejemplo, distingue entre traducción de noticias, que consistiría en la traducción íntegra de una noticia tal cual aparece en el texto fuente, y reescritura:

En el marco periodístico la actividad traductora no siempre produce textos traducidos fácilmente identificables como tales, sino que con cierta frecuencia se traduce para crear nueva información que, total o parcialmente, se genera a partir de otros textos. En estos casos, el producto resultante pierde su estatus de traducción y pasa a engrosar el amplio abanico de reescrituras que se observa en este ámbito socioprofesional (2009: 84).

Esta autora utiliza el término reescritura para tres situaciones: la traducción compilada; lo que denomina «reescritura *stricto sensu*», que sería la redacción de una noticia a partir de un original en otro idioma, y la traducción fragmentada (*ibid.*:

83-103). En cualquier caso, dado que definir la traducción de noticias resulta problemático, la idea de reescritura puede resultar útil, sobre todo en aquellas situaciones que se encuentran más alejadas del modelo canónico de traducción.

2.1.6 La traducción periodística como localización

El término «localización» suele aplicarse a la traducción de *software*, sitios web y videojuegos y consiste en la traducción de estos productos, generalmente desde el inglés, a multitud de idiomas para su venta en diversos países, mediante el uso de diversas tecnologías como las herramientas de traducción asistida o la traducción automática, y de forma que resulte lo más rentable posible. Aunque en su origen no es tanto un concepto teórico como un término desarrollado dentro de la industria de la traducción para responder a unas necesidades comerciales específicas (Pym, 2009: 118), lo cierto es que el término ha tenido cierto éxito en el ámbito académico y, tal vez, sirva para dar respuesta a determinados problemas teóricos y situaciones distintas de la traducción de tecnología informática. Para Pym:

as a rule of thumb, the more global and instantaneous the medium, the more the medium welcomes internationalization plus localization. The more traditional, monocultural and diachronic the medium [...], the more you find traditional binary models, where translation moves from start to target each time (ibid: 123).

Así pues, no duda en sugerir que el concepto puede aplicarse a la traducción periodística:

For instance, consider the way international news is put together and translated. An event occurs, producing initial reports; the texts are then put into the format of an international news service like Reuters; those 'internationalized' versions are then localized by newspapers, radios, television networks, and websites, some with interlingual translation, others without, but all with adaptation (ibid.).

Orengo (2005), en un análisis de la traducción periodística en la prensa italiana, recoge el testigo y aplica el término a la producción de noticias internacionales para un mercado nacional específico. Para este autor, el texto periodístico es el resultado de un proceso de adaptación interlingüística, pero también intralingüística, pues se adapta a la postura política de un determinado medio. Por otro lado, la traducción es solo una parte de dicho proceso y no es el objetivo principal del traductor-periodista. En este sentido, se podría hablar de localización, pues se trata de la adaptación a un mercado determinado, con el objetivo principal de vender un producto (*ibid.*).

También Hernández Guerrero parece estar de acuerdo con este concepto:

Las noticias se localizan, pues, en las redacciones de los periódicos a través de un complejo procesamiento de la información en el que influyen aspectos como el interés y la comercialización, además de otros condicionantes sociales, políticos e ideológicos. El concepto de localización de noticias permite explicar parte de las importantes transformaciones que experimenta la información traducida en la última fase de su recorrido – los medios de comunicación de la cultura receptora– y que no pueden atribuirse al mero proceso de transedición (2009: 63).

Sin embargo, Cronin advierte contra este tipo de dualidades terminológicas que, en su opinión, pueden tener consecuencias negativas para el estudio de la traducción, porque supone relegar el término «traducción» prácticamente a la traducción literaria, «the subject of critical attention as an icon of cultural sophistication» (2003: 62), y crear un nuevo término, sin connotaciones, para otro tipo de traducciones más relacionadas con los procesos económicos y políticos, invisibilizando y despolitizando la traducción en el mundo moderno (*ibid.*: 63).

2.1.7 La traducción vista desde el periodismo

A pesar de que la traducción está integrada en el periodismo desde sus orígenes (Valdeón, 2012a), esta actividad apenas ha suscitado interés académico en disciplinas como el periodismo o los estudios de comunicación. Así pues,

Media studies has remained largely silent about the key mediating role of translation and has approached the study of international news production and transmission through a monolingual lens, even though it has often used multilingual samples for the purpose of comparative research (Bielsa, 2019: 366).

Esta falta de interés se debe, probablemente, a una concepción muy tradicional de lo que supone la traducción, tanto por parte de los académicos (Valdeón, 2018), como por parte de los propios periodistas, que no conciben la labor de elaboración de una noticia a partir de un texto en otra lengua como una actividad traductora, separada de la labor de edición (Hernández Guerrero, 2009: 28-29).

A pesar de ello, ha habido algunas excepciones, entre las que destaca un número especial de *Journalism* (Baumann, *et al.*, 2011a). Desde el punto de vista teórico, el estudio de estos autores resulta un poco confuso, ya que dividen las prácticas traductivas en cuatro conceptos: *transporting*, *translating*, *transposing/trans-editing* y *transmitting* (Baumann *et al.*, 2011b: 137; Jaber y Baumann, 2011), reservando el término traducción para la traducción literal, es decir, con una visión muy limitada del concepto de traducción. 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 comunicación (Valdeón, 2014: 54).

Más recientemente, Hong (2018) ha estudiado cómo el proceso de traducción puede producir cambios en la atribución y, como consecuencia, afectar a la

credibilidad de las noticias. Para su estudio, recurre a literatura de los estudios de traducción, y plantea una definición de traducción periodística más cercana a la que se utiliza en este campo (*ibid.*: 788-789). Señala, además, la falta de interés por la cuestión de la atribución en los estudios de traducción periodística (*ibid.*: 789).

Por otra parte, Palmer (2019) examina el papel de los *fixers* como mediadores entre los corresponsales y la cultura de la que informan, haciendo referencia al concepto de traducción cultural y apoyándose en varios autores del campo de la traductología para explicar la traducción como un proceso activo de negociación que implica la toma de decisiones creativas y la perpetua recreación de significados (*ibid.*: 1784).

Desde los estudios de traducción periodística, donde, a menudo, se reclama la interdisciplinariedad, se han intentado algunos acercamientos a estas disciplinas afines, aunque sin demasiado éxito. En una obra titulada *Border Crossings*, editada por Gambier y van Doorslaer (2016), que plantea cada capítulo como un diálogo entre un especialista en traductología y un especialista de otro campo, se dedicó un capítulo a las ciencias de la comunicación (House y Loenhoff, 2016). Sin embargo, la conversación no resultó tan fluida como se pretendía, puesto que «they focused on their respective fields of enquiry without really engaging in a meaningful dialogue» (Valdeón, 2020b: 329).

Por otra parte, Valdeón también ha tratado en varias ocasiones de acercar la investigación en traducción periodística a los estudios de periodismo y las ciencias de la comunicación, con varias publicaciones en revistas especializadas de estas disciplinas dedicadas a analizar el uso del concepto de traducción en los estudios de periodismo (2018), así como a la posibilidad de colaboración entre ambas áreas

(2020c). Sin embargo, se podría decir que estas publicaciones no han tenido el efecto esperado puesto que, hasta la fecha, aunque han tenido buena acogida entre los estudiosos de la traducción, no han tenido mucha repercusión en los sectores a los que se apelaba.

En todo caso, parece que en los últimos años, aunque lentos, ha habido avances en este acercamiento entre disciplinas, una tendencia en la que sería interesante incidir, puesto que la interdisciplinariedad resulta verdaderamente beneficiosa para comprender un fenómeno tan complejo como es la producción y transmisión de información en las sociedades actuales.

2.1.8 Conclusión

En esta sección se ha tratado de poner en contexto el estudio de la traducción periodística dentro de la disciplina de la traductología y en relación con otras disciplinas afines. Para ello, se ha explicado la evolución de los estudios de traducción, haciendo hincapié en aquellos cambios que llevaron a una preocupación por el contexto sociocultural en el que este proceso se desarrolla y que favorecieron el surgimiento del interés por la traducción periodística. A continuación, se ha hecho un repaso de los hitos principales de esta subdisciplina en los últimos años y de las principales tendencias y vías de estudio, y se ha reflexionado sobre los principales debates que plantea su definición. Por último, en un intento por favorecer la colaboración interdisciplinar, se ha prestado atención a cómo se ve la traducción desde otras disciplinas, en particular, el periodismo y las ciencias de la comunicación.

Una vez situada la disciplina en su contexto, la segunda parte de este capítulo estará dedicada a la práctica de la producción de información en los medios traducidos, esto es, a abordar el contexto social, económico y político en el que esta tiene lugar, cómo funciona la infraestructura global de los medios de comunicación, las características de la traducción periodística y cuál es el papel del periodista-traductor.

2.2 La producción de información en los medios digitales traducidos

Tras definir el concepto de traducción periodística y situarlo dentro de las disciplinas que se encargan de estudiar dicho fenómeno, esta sección servirá para analizar la función que tiene la traducción dentro del periodismo y, en particular, en las grandes corporaciones que, como la BBC, publican información en múltiples idiomas. Para ello, la primera parte estará dedicada a describir brevemente el contexto en el que se da la traducción periodística, es decir, a esclarecer cómo funciona la industria de los medios de comunicación, así como cuáles son las principales características y condicionantes de la producción de información en el contexto internacional actual.

A continuación, se describirá el funcionamiento de la traducción periodística en el contexto de los medios digitales con ediciones multilingües y se resumirán las principales estrategias y condicionantes que caracterizan los procesos que acarrea. Por último, se reflexionará sobre la función del periodista-traductor dentro del contexto institucional de los medios de comunicación y su visibilidad.

2.2.1 La infraestructura global de la información en el siglo XXI

Para poner en contexto el uso de la traducción que tiene lugar en la producción de noticias, es importante primero hacer una descripción breve de la industria de los medios de comunicación y su función política y socioeconómica, señalando el papel activo de estos en el proceso de globalización, de forma directa o indirecta, aunque no siempre sea visible (Rantanen, 2005: 4-5).

Los medios de comunicación como los conocemos hoy tienen sus orígenes en la segunda mitad del siglo XIX, con la expansión del telégrafo (Bielsa y Bassnett, 2009: 33), el primer medio de comunicación eléctrico, que cambió para siempre la relación entre lo presente y lo ausente (Rantanen, 2005: 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: 41-44). Lo mismo sucederá, en la segunda mitad del siglo XX, con el desarrollo de la informática y de las comunicaciones por satélite (*ibid.*: 44-45). Así pues, los medios de comunicación participaron en el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación que han hecho posible la superación de las barreras espaciotemporales propia de la globalización, pero no fue este su único papel: además, los medios de comunicación son un elemento clave en el desarrollo de los acontecimientos sociopolíticos que han configurado el sistema socioeconómico actual. Bielsa y Bassnett mencionan la función de las agencias de prensa como 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: 34). También es conocido el papel que tuvieron los medios, en particular los nuevos canales de televisión, en acontecimientos históricos como la caída del bloque comunista o la primera guerra del Golfo (Hjarvard, 2001a: 7-8). Por todo esto, Rantanen (2005) considera que es un error relegar la función de los medios de comunicación en la globalización únicamente a la globalización cultural, lo que los situaría en una categoría secundaria, por debajo de la globalización política y la económica, pues estos tres aspectos de la globalización estarían interconectados y los medios de

comunicación se encontrarían presentes en todos ellos. Tanto es así, que esta autora habla de una globalización mediada, puesto que una de las características de la globalización es que se produce mediante los medios de comunicación. Por ello, define la globalización como «a process in which worldwide economic, political, cultural and social relations have become increasingly mediated across time and space» (*ibid.*).

No obstante, aquellas primeras agencias de noticias no eran, en sentido estricto, entidades globales, sino agencias nacionales que establecían una red de conexiones transnacionales y de zonas de influencia, pero que estaban vinculadas al país de origen, tanto en términos de producción de información como en términos de ingresos (Bielsa y Bassnett, 2009: 46). Por otra parte, el modelo de negocio consistía en proporcionar noticias a los medios nacionales, por lo que estaban a merced de las necesidades de estos últimos, y no tenían una audiencia propia (Hjarvard, 2001b: 26). Este modelo cambiaría en las últimas décadas del siglo XX, con el desarrollo de las nuevas tecnologías. La comunicación por satélite permitió la aparición de los nuevos canales de televisión de noticias 24 horas, de los que el ejemplo paradigmático es la CNN, que supusieron un cambio cuantitativo en la circulación de noticias, así como una transformación radical en el formato (Bielsa y Bassnett, 2009: 52). Este tipo de canales de televisión comenzaron a difuminar la distinción tradicional entre noticias nacionales e internacionales, creando acontecimientos de interés global, algo que las agencias no habían podido llegar a hacer porque se basaban en la idea de adaptar las noticias internacionales a los mercados específicos (Bielsa y Bassnett, 2009: 53).

Por otra parte, las políticas de desregulación de las últimas décadas han hecho que los medios de comunicación dejaran de estar ligados a instituciones y políticas nacionales, dando origen a grandes corporaciones transnacionales que se rigen por su propia lógica (Hjarvard, 2001a: 10) y que controlan el cine, la música, la televisión, la industria editorial e internet (Cronin, 2003: 57). La segunda mitad del siglo XX, y en particular las últimas décadas, se caracteriza por una centralización del poder de los medios de comunicación y una concentración de la producción de la información. Mientras que a finales de la Segunda Guerra Mundial eran cinco agencias (AP, Reuters, AFP, UPI y TASS) las que producían el 80% de la información que llegaba a las agencias nacionales (Valdeón, 2012a: 860), a principios del siglo siguiente, la producción de noticias está en manos de solo tres grandes agencias, Reuters, AP y AFP (Bielsa, 2007: 136) y, según Paterson,

We are left with a picture of an online news world (in the English language) where only four organizations do extensive international reporting (Reuters, AP, AFP, BBC) a few others do some international reporting (CNN, MSN, New York Times, Guardian and a few other large newspapers and broadcasters), and most do no original international reporting (2007: 63).

El cambio de siglo ha supuesto también un cambio de modelo a causa de internet, con consecuencias tanto para la producción como para la distribución de noticias (Hjarvard, 2001b: 28-29). A pesar de que existe la percepción de que internet ha supuesto una democratización de los medios de comunicación y una mayor pluralidad, lo cierto es que la producción y difusión de información está cada vez más concentrada, hasta el punto de que Paterson habla de una «Global Information Infrastructure», la cual sería «profoundly undemocratic and incapable of challenging existing macro-level inequalities in human relations» (2001: 77). Así pues, se puede concluir que, en el panorama de las noticias internacionales, internet

ha aumentado la pluralidad aparente, pero ha supuesto en realidad una reducción, o al menos un estancamiento, de la diversidad en la producción de información internacional (Paterson, 2007: 63).

La posibilidad de obtener un alcance global instantáneo, sin necesidad de requisitos técnicos como plataformas de distribución por satélite o por radio, también tiene sus consecuencias. Por un lado, se hacen más difusas las fronteras entre noticias internacionales y nacionales (Hjarvard 2001b: 28), ya que se reducen los costes de distribución. Además, dado que las audiencias internacionales tienen acceso por igual a todos los medios, la elección ya no depende de las limitaciones técnicas o de los costes de distribución. Por eso, la capacidad para posicionarse como medio de comunicación de referencia es fundamental para los grupos globales, hasta el punto de que se puede hablar de una «guerra de las marcas» (*ibid.*: 29). Así, si históricamente las agencias buscaban minimizar su presencia, haciendo creer a las audiencias que eran los medios locales los que informaban de la actualidad internacional, ahora, al llegar directamente al público, prescindiendo de los intermediarios, dependen de su reputación de marca, lo que implica el uso de técnicas de marketing agresivas (Paterson, 2001: 84).

En los últimos años, el desarrollo de este modelo sin intermediarios, en un proceso acelerado por la crisis económica de 2008 y la evolución de las tecnologías digitales, ha derivado en lo que se conoce como convergencia periodística, un proceso de integración caracterizado por la multiplataforma en el plano tecnológico, la concentración en el empresarial, la polivalencia en el profesional y la multimedialidad en el ámbito de los contenidos (Salaverría-Aliaga, 2009). Este concepto de convergencia

alude a un proceso de integración de modos de comunicación tradicionalmente separados que afecta a empresas, tecnologías, profesionales y audiencias en todas las fases de producción, distribución y consumo de contenidos de cualquier tipo. La convergencia incide en múltiples esferas del quehacer periodístico: en las estrategias empresariales, en los cambios tecnológicos, en la elaboración y distribución de contenidos a través de distintas plataformas, en el perfil profesional de los periodistas y en las formas de acceso a los contenidos (Salaverría-Aliaga *et al.*, 2010: 58).

Como se verá en la sección siguiente, la evolución tecnológica de los últimos años ha supuesto un cambio de modelo en la práctica periodística; sin embargo, este no necesariamente implica una forma nueva de explicar y entender el mundo, sino que puede servir para reforzar las relaciones de poder ya existentes (Dencik, 2013: 119). En las páginas siguientes, se reflexionará sobre algunas de las características y condicionantes de la producción de información, así como sobre sus implicaciones para el análisis del discurso periodístico traducido.

2.2.2 Características de la producción de información

2.2.2.1 Valor comercial de la información

Si hay algo en lo que coinciden gran parte de los autores, es en la primacía del valor comercial de la información (Bielsa, 2016; Orengo, 2005; Tsai, 2012; Hjarvard, 2001b). Los medios de comunicación son, ante todo, empresas que compiten entre ellas por audiencias y por publicidad. Bielsa considera que este interés comercial ya está presente desde el origen del periodismo moderno: «the modern journalistic field emerged in the middle of the 19th century when factual information became a marketable commodity and modern newspapers were linked to information and no longer to opinion» (2016: 203). Tsai, en cambio, considera que este «market-driven journalism» es un fenómeno relativamente reciente y que los medios de

comunicación tradicionales prestaban menos atención a los índices de audiencia (Tsai 2012: 1074). Hjarvard achaca este cambio de modelo a que, en el pasado, los servicios de noticias internacionales solían estar vinculados al sector público o a organismos gubernamentales y respondían a los intereses políticos nacionales, por lo que en algunos casos podían incluso ser deficitarios, ya que su objetivo principal no era la obtención de ingresos; en cambio, los grandes grupos mediáticos actuales se han desvinculado de los intereses nacionales de un determinado Estado (2001b: 27). Bielsa y Bassnett, por su parte, reconocen que el periodismo funciona dentro de una lógica de mercado, pero subrayan la importancia del valor simbólico de la información, que es lo que hace que los gobiernos y las propias agencias de noticias inviertan en estructuras que no siempre suponen un beneficio económico (2009: 37).

Orengo, en cambio, considera que la información periodística es un producto que se elabora para ser vendido y, en este sentido, la traducción tiene un papel fundamental, puesto que permite ampliar los mercados (2005: 175) y adaptar el producto a las expectativas de los consumidores. En cualquier caso, esta concepción de la información como producto favorece una serie de prácticas periodísticas que, a menudo, van en detrimento de la calidad informativa.

2.2.2.2 Entretenimiento

Una de las consecuencias más claras de aplicar criterios comerciales es la tendencia a favorecer cierto tipo de informaciones frente a otras. Como explica Tsai, el entretenimiento es más rentable que las noticias y los medios de comunicación tienden a dar prioridad a las noticias sensacionalistas y de última hora, especialmente si hay abundancia de imágenes (Tsai, 2012: 1061-1064), y añade: «If journalism were evaluated purely as a project to deliver information and enlighten

people, it would hardly have been as successful commercially as it is today» (*ibid.*: 1065). Así pues, para mantener los índices de audiencia, los medios de comunicación a menudo dan prioridad a historias con las que el público se pueda identificar, disminuyendo la cobertura de noticias de política internacional y, en particular, de fenómenos internacionales complejos (Hjarvard, 2001b: 31). Aparecen, en cambio, otra serie de temas que tienen una dimensión internacional, como pueden ser asuntos de medio ambiente, tecnología o cultura, desdibujando así los límites entre noticias nacionales e internacionales (*ibid.*: 32). Por otro lado, se observa una tendencia al uso de un estilo más sensacionalista, incluso en los periódicos considerados de calidad (Lee, 2020: 2). Esta tendencia, visible tanto en los contenidos como en el estilo utilizado, ha preocupado a los estudiosos de la prensa en las últimas décadas, si bien la multiplicidad de los conceptos utilizados para explicar los fenómenos que la caracterizan y la falta de definiciones claras ha dificultado la investigación y la posibilidad de estudios comparativos (Otto *et al.*, 2017).

2.2.2.3 Inmediatez

Gracias al desarrollo tecnológico, se han eliminado las barreras espaciales, temporales y económicas de la comunicación. En la actualidad, las comunicaciones son prácticamente inmediatas y el tiempo de publicación de una noticia desde que tiene lugar el hecho se ha reducido al mínimo. Esto ha llevado al sector a imponer unos tiempos de producción cada vez más cortos, lo que supone que «texts have to be written, checked and ready for production at speeds unimaginable just a few years ago» (Bassnett, 2005: 123). Lo que se pretende es acercarse tanto como sea posible a una publicación simultánea de las versiones de la noticia en los distintos

idiomas (Orengo, 2005: 171; Cronin, 2003: 15). Pero, con esta presión por alcanzar la instantaneidad, no se tiene en cuenta «the effort, the difficulty and, above all else, the time required to establish and maintain linguistic (and by definition, cultural) connections» (Cronin, 2003: 49). Cronin recuerda que «technical proximity does not eliminate cultural distance» (*ibid.*). Dicha búsqueda de la inmediatez se ve alentada por una lógica de mercado que favorece la búsqueda constante de noticias de última hora, primando la rapidez y la abundancia de imágenes frente a los reportajes en profundidad. Por otro lado, este énfasis en la comunicación instantánea invisibiliza la traducción, dándole apariencia de transparencia (Bielsa y Bassnett, 2009: 23). A pesar de todo, algunos autores, como Hjarvard (2001b: 30) consideran que internet ofrece, en este sentido, una ventaja frente a la televisión, pues proporciona la posibilidad de combinar la información inmediata y de carácter visual con reportajes más a fondo, en lo que considera una transnacionalización de la prensa escrita tradicional.

La inmediatez afecta también a la investigación, pues como explica Bielsa: «Research on news translation inevitably reflects this fragmentary and transient nature of the news, and the inherent limitations of concepts and categories that were not initially developed to explain the translation of journalistic texts» (2019: 367).

2.2.2.4 *Multimodalidad*

Si, hasta hace algunas décadas, el problema de los editores era conseguir información internacional y, en particular, imágenes, se podría decir que en la actualidad el problema es el contrario, puesto que la disponibilidad de información de forma inmediata hace que la dificultad esté en seleccionar entre miles de historias posibles (Hjarvard, 2001b: 28), en un contexto de sobreabundancia de datos y

saturación de imágenes. En palabras de Bielsa y Bassnett (2009: 32), «we have seen how the experience of globalization is linked to the reduction of the world's geographical complexity to a series of images on our television screen».

A finales del siglo XX aparecen los canales de televisión 24 horas, que aprovechan la tecnología por satélite. La CNN, en particular, introdujo un estilo nuevo de noticias, supuestamente objetivas y no mediadas (Bielsa y Bassnett, 2009: 53). Así, desde los años ochenta del siglo pasado, se puede decir que la probabilidad de que un acontecimiento se convierta en noticia depende de la cantidad de imágenes que haya disponibles, algo que se ha visto recientemente amplificado con la aparición de las redes sociales, que permiten a los medios acceder a imágenes grabadas por testigos de los sucesos. Esto, unido a la búsqueda de la inmediatez, da lugar a un modelo de noticias muy visual y sin apenas contenido analítico, que pretende hacer creer al espectador que el mediador ha desaparecido y que está asistiendo en directo a unos hechos no mediatizados.

Además, en las últimas décadas, los medios de comunicación han evolucionado hacia un modelo multimodal, en el que las diferencias entre los distintos tipos de medios tradicionales (prensa, radio y televisión) se han ido diluyendo (Davier, 2019: 75). Por otra parte, el desarrollo de los medios digitales ha traído una modificación de la relación de los medios con su audiencia, ya que los periodistas pueden saber de forma inmediata qué efecto han tenido sus decisiones en el público, a partir de las reacciones en comentarios y redes sociales (Harcup y O'Neill, 2017: 1474) en un «ciberentorno en el que ya no es posible entender la figura de un receptor pasivo» (Hernández Guerrero, 2019b: 79).

2.2.2.5 Homogeneidad

Como se ha explicado en el apartado anterior, la industria de los medios de comunicación está en manos de unos pocos actores, tanto en lo que se refiere a la producción de noticias como a su difusión. Con algunas excepciones, la mayoría de estos grupos y agencias tienen su origen en países de habla inglesa, y han desarrollado un modelo anglosajón que se ha establecido como la norma periodística y el modelo para muchas otras organizaciones. Bielsa y Bassnett hablan así de esta occidentalización:

this prevalence of a few (Western) organizations implies a certain homogenization of international news in more ways than one. News agencies have not only spread the Western media model and the news values of impartiality, objectivity and neutrality across the globe, but have also shaped the news content, either indirectly, by the imposition of what is considered newsworthy, which areas are given priority, from what angle are events portrayed (their vast agenda-setting powers); or directly, in the provision of journalistic products to their subscribers (2009: 35).

Esta occidentalización no es uniforme, sino que es resultado de una interacción entre fuerzas globalizadoras y localizadoras, un proceso en el que «the global is such not because it is the same everywhere, but because it has been adapted to infinite numbers of different cultural and social contexts» (Orengo, 2005: 169). Sin embargo, aunque hay convenciones textuales diferentes y las expectativas en distintos países son distintas (Bassnett, 2005: 124), se tiende a la homogeneización en el estilo, expandiéndose el modelo anglosajón propio de los principales medios de comunicación. Además, la mayor interconexión surgida con internet ha supuesto una aceleración de la estandarización de los modelos. Así, aunque en los medios nacionales, tanto en prensa como en televisión, todavía se pueda hablar de unos estándares o estilos de presentación de noticias locales, en el

caso de los servicios de noticias de internet ya no tiene sentido hablar en tales términos, puesto que se desarrollan desde el principio sobre unos estándares internacionales, dada su disponibilidad global (Hjarvard, 2001b: 33).

Se puede hablar también de una uniformidad en los contenidos, dada la dependencia de las agencias de noticias, «crucial due to the potentially substantial agenda-setting influence on other media, but now even more crucial since they so effectively bypass or control the intermediary processors of news in cyberspace» (Paterson, 2001: 84) Por otra parte, la facilidad para acceder de forma inmediata a los contenidos de otros medios y seguir la evolución de las noticias lleva a dar prioridad editorial a los mismos temas (Hjarvard, 2001b: 33). En este sentido, la competencia entre organizaciones, al contrario de lo que pudiera parecer, no genera diversidad, sino uniformidad, hasta tal punto que los editores están dispuestos a sacrificar la verdad para no apartarse mucho de la versión de las organizaciones líderes (Bielsa, 2016). Por otra parte, las limitaciones de tiempo debidas a la inmediatez en la publicación hacen que los medios nacionales y locales no tengan mucha posibilidad de desarrollar una perspectiva independiente, lo que contribuye a la uniformidad del discurso (Hjarvard, 2001b: 33).

Esto se ve agravado por un nuevo modelo digital en el que «las fronteras nacionales y lingüísticas se mueven y se diluyen» (Hernández Guerrero, 2019b: 79), lo que favorece que, frente a los tradicionales medios nacionales, se generalicen ediciones digitales multilingües adaptadas a los distintos públicos, de grandes grupos de comunicación (como pueden ser, por ejemplo, *The New York Times* o *El País*) que buscan crecer y aumentar su área de influencia. Junto a ellos, coexisten medios alternativos o independientes, también de alcance global, que tratan de

ofrecer un discurso diferente (Hernández Guerrero, 2017). En este contexto, «las opiniones públicas han dejado de ser nacionales y los medios de comunicación, como agentes persuasivos y de influencia política, económica y social, están contribuyendo decisivamente al surgimiento de una opinión pública global» (Hernández Guerrero Hernández Guerrero, 2016: 53). Sin embargo, debemos distinguir entre «the reporting of news from all parts of the world and explaining and understanding the world as a single place» (Dencik, 2013: 132). En este sentido, las prácticas periodísticas están «steeped in a nation-state world order, and that media developments are not necessarily shifting this in any way, but may in fact be entrenching these practices as speed and resources come to play a greater and more prominent role» (*ibid.*).

2.2.3 Los medios digitales multilingües

El concepto de traducción periodística es un «umbrella term» (Tsai, 2006: 59) con el que se obvian las diferencias entre prensa, medios digitales y televisión, y que tal vez oculta las complejidades de las distintas modalidades de traducción. La investigación sobre traducción periodística se ha centrado fundamentalmente en la prensa (*ibid.*), probablemente porque es más difícil disponer de los contenidos orales que de los escritos (van Doorslaer, 2010: 176), pero no todas las conclusiones de estos estudios pueden aplicarse a otras situaciones tan variadas como la traducción para televisión, para radio o para medios digitales.

Por lo general, el foco principal de los estudios de traducción periodística ha sido la traducción en las agencias de prensa o en los medios suscriptores de estas agencias (Conway, 2015b: 524). Esto se explica porque, como se mencionó en una

sección anterior, las agencias de noticias son las principales responsables de la producción de información. Por lo tanto, es lógico que el foco se haya puesto en cómo se traducen las noticias en dichas organizaciones y cómo se trasladan y se adaptan después en los diferentes medios de comunicación nacionales. Sin embargo, no todos los medios funcionan de esta manera, y en este sentido es útil la distinción que hace Hernández Guerrero entre traducción en la prensa y prensa traducida:

[...] no todos estos medios se sirven de la traducción de una manera similar, apreciándose dos tipos de publicaciones diferenciados, con una política de traducción distinta. Por un lado, la prensa traducida, que consiste en la traducción total o parcial de los contenidos de una publicación matriz. Y, por otro, la prensa que genera sus propios contenidos, pero que utiliza la traducción para producir información a partir de material periodístico procedente de fuentes externas. Estos dos tipos de medios presentan grandes diferencias en lo que respecta al papel que asignan a la traducción —el grado de dependencia es enorme en el caso de la prensa traducida— y a las estrategias que aplican al traducir (2009: 15-16).

La prensa traducida tiene su origen en las revistas que se internacionalizaron en la segunda mitad del siglo XX siguiendo un sistema de franquicias y, posteriormente, se extendió al resto de la prensa debido a la aparición de los grandes grupos mediáticos y las alianzas entre medios (*ibid.*: 16-17). En las últimas décadas, este modelo se ha generalizado, debido a la posibilidad de acceder a la información desde cualquier parte del mundo gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías.

Este proceso ha dado origen también a la aparición de ediciones digitales multilingües de medios que buscan una repercusión mayor que la que pueden obtener en el ámbito local (Hernández Guerrero, 2019b: 79). Dentro de este tipo de medios, la variedad es muy amplia, puesto que van desde aquellos más

tradicionales que pasaron del papel a la edición electrónica, como puede ser el caso de *El País*, que cuenta con ediciones en línea en varios idiomas u otros como el *Huffpost*, nacido ya para internet y con vocación de expansión internacional desde el origen, hasta medios independientes que se financian de forma alternativa, como la plataforma francesa Mediapart, o grandes plataformas multimedia como RT, que se caracteriza, además, por la financiación estatal (*ibid.*). Lo que caracteriza a estas nuevas formas de periodismo es la desaparición de las fronteras tradicionales entre prensa, radio, televisión y web, de forma que ya no se pueden ignorar las «complexities characterizing the relationship between evolving technology, journalistic practices, and translation» (Davier y Conway, 2019: 3).

2.2.4 Las estrategias de domesticación en la reescritura periodística

La traducción periodística se caracteriza por una serie de procesos que la alejan del concepto tradicional de traducción, en particular, el alto grado de intervención en el texto. Dado que la traductología a menudo trabaja mediante comparaciones del texto meta con el texto fuente, es frecuente, sobre todo en los primeros estudios de traducción periodística, que los autores establezcan tipologías y traten de clasificar las traducciones en distintas categorías de acuerdo con el mayor o menor uso de estas estrategias. Así, Bielsa y Bassnett hablan de

- Change of title and lead: titles and leads (informative subtitles) are often substituted for new ones so as to better suit the needs of the target reader or the requirements of the target publication.
- Elimination of unnecessary information: information can become redundant either because it is already known by the target readers or because it becomes too detailed and specific for a reader who is geographically and culturally removed from the reality described.

- Addition of important background information: when the target readers change it becomes necessary to add background information that will not necessarily be known in the new context.
- Change in the order of paragraphs: the relevance of the information in a new context and the style of the publication might make it necessary to alter the order of paragraphs.
- Summarizing information: this method is often used to fit the source text into the space available and to reduce lengthy paragraphs which are no longer fully relevant to the target readers (2009: 64).

Otros autores utilizan clasificaciones diferentes. Por poner algunos ejemplos, Hernández Guerrero habla de amplificación, compresión y elisión (2006: 132-35); Gambier (2006: 14) de «re-organisation», «deletion», «addition» y «substitution»; Bani (2006: 42) prefiere «cutting or summary», «inclusion of explanations», «generalization» y «substitution»; Kang utiliza «omission, addition, re-perspectivization, generalization and particularization» (2007: 220), y van Doorslaer habla de «a complex mixture of summarizing, paraphrasing, transforming, supplementing, reorganizing and recontextualizing procedures» (2012: 1048). Como puede verse, este tipo de clasificaciones a menudo se solapan, coinciden o utilizan terminologías diferentes para los mismos conceptos. Aunque las tipologías puedan ser útiles en determinados casos, tratar de establecer categorías demasiado rígidas a menudo puede ser un obstáculo más que una ayuda. En definitiva, esta serie de modificaciones coinciden con la definición de reescritura que ofrece Lefevere: «los reescritores adaptan, manipulan, en cierta medida, los originales con los que trabajan, para hacer que se ajusten a la o las corrientes ideológicas y poetológicas de su época» (1997: 21). Más allá de la terminología concreta que se utilice para referirse a las estrategias de traducción utilizadas, no deja de tratarse de estrategias propias de la traducción y comunes también a otros tipos de traducción, como la

comercial, la audiovisual o incluso, en menor medida, la literaria. La diferencia, en el caso de la traducción periodística, es el grado de intervención al que se someten los textos, tanto que es frecuente que no haya una fuente reconocible (van Doorslaer, 2010: 181), sino que, más bien, se crea un texto nuevo (Bielsa y Bassnett, 2009; Bielsa, 2007: 142-143; Orengo, 2005: 170) a partir de varias fuentes, en el que no se distingue qué partes han sido editadas y qué partes han sido traducidas. En este sentido «translation is only part of a very complex process that is not easy to define» (Orengo, 2005: 170). El resultado se presenta, pues, como un texto distinto, «specifically designed for the new readers to which they are targeted» (Bielsa 2016: 200). Por este motivo, algunos autores se refieren a este proceso como uno de recontextualización (Hernández Guerrero, 2010; Kang, 2007; Schäffner, 2008). En todo caso, existen diferencias según el tipo de texto con el que estemos tratando. Dicha recontextualización y la ausencia de textos fuente se dan principalmente cuando hablamos de la traducción en noticias elaboradas a partir de noticias de agencia y no tanto en los medios digitales traducidos, donde es más frecuente recurrir a la traducción de noticias de la publicación original, y la fuente en esos casos suele ser reconocible, incluso aunque el texto se haya modificado bastante.

El objetivo de este tipo de estrategias es acercar el texto al lector (Bielsa y Bassnett, 2009: 17; Bani, 2006: 37). Para Bielsa y Bassnett, «these alterations are usually justified by and respond to the two related criteria of news relevance and background knowledge of the target reader» (2009: 64). Chen explica que esta manipulación no solo se lleva a cabo para adaptarse a las expectativas de los lectores, como se suele afirmar, sino también a la ideología del medio de comunicación, por un lado con respecto a la noticia, y por otro con respecto a lo que

se asume que le interesa al lector (2009: 206). Esto es así en particular cuando hay un cambio entre la postura ideológica de la fuente y del texto meta, y no tanto en el caso de medios traducidos que, en principio, mantienen una línea común en todas sus versiones. No obstante, no hay que obviar que el interés de los medios de comunicación es, ante todo, comercial (Orengo, 2005; Tsai, 2012) y que «news needs to be translated especially in order to be sold. This implies that translation has a role, which goes far beyond that of enabling communication, namely enhancing marketability» (Orengo, 2005: 175).

Así pues, se puede decir que, en traducción periodística, la estrategia fundamental es la domesticación: «In news translation, the dominant strategy is absolute domestication, as material is shaped in order to be consumed by the target audience, so as to be tailored to suit their needs and expectations» (Bielsa y Bassnett, 2009: 10). Y añaden:

Domestication or acculturation as a translation strategy has been hotly debated and has, in recent years as mentioned above, tended to be seen as undesirable by many translation studies scholars, because it is deemed to be, in ideological terms, a practice that appropriates the other. Yet, such appropriation is essential in interpreting and in news translation, where the objective is to bring a message to the target audience in a clear, concise and totally comprehensible way. (*ibid.*: 16-17).

De hecho, en la traducción periodística, la extranjerización puede tener un efecto contrario al que propone Venuti (1995: 20). Bassnett pone como ejemplo un caso en el que una traducción de un discurso de Sadam Husein muy cercana a la estructura de la lengua original crea una sensación confusa en el lector y concluye: «Foreignising in such cases is not resistance, it is a form of textual violence that would have been avoided through acculturation» (2005: 129). No obstante, Bielsa

recuerda que «the use of domesticating strategies designed towards favouring comprehensibility and easiness of reception of target readers must also be viewed as responding to commercial concerns of maximizing customer use» (2016: 203). Por ello, esta autora plantea que «only a foreignizing translation allows to communicate to some degree the difference of others through the news, thus facilitating a degree of cosmopolitan openness, whereas domesticating translation, by colluding otherness with sameness, precludes the possibility of questioning our cultural codes» (*ibid.*: 207).

En todo caso, tal vez plantear el debate en términos dicotómicos no es lo más adecuado, puesto que «it is not domestication or foreignization as such which is 'culturally imperialistic' or otherwise ideologically slanted; rather, it is the effect of a particular strategy employed in a particular socio-cultural situation which is likely to have ideological implications» (Hatim y Mason 1997/2005: 121). El caso de la traducción periodística es particular en este sentido, puesto que es un producto que está sometido enormemente a las leyes del mercado y en el que el texto fuente, si lo hay, no es nada más que un punto de partida para construir una historia nueva. En este sentido, Bielsa señala que «there is a need to define and then empirically investigate forms of domestication and foreignization that are specific to the field of news» (2019: 368), puesto que se trata de conceptos derivados de la traducción literaria, y añade la necesidad de profundizar en estudios que aborden la ética en la traducción periodística, un campo que está muy poco desarrollado. Así pues, lo importante es, en cada caso, analizar cómo funcionan las estrategias utilizadas, qué intencionalidad hay y qué implicaciones ideológicas plantean.

2.2.5 Visibilidad y agencia del periodista traductor

Aunque hay algunos casos en los que los medios trabajan con traductores (Hernández Guerrero, 2009: 28-29; Bielsa, 2010), por lo general, los propios periodistas son los que se encargan de la traducción, e integran este trabajo con el resto de las tareas que comprenden el trabajo de edición (Bielsa y Bassnett, 2009: 65). La traducción periodística es una tarea que no se concibe como un trabajo independiente porque «Both processes of edition and translation imply the tasks of selection, correction, verification, completion, development or reduction that will give texts the final form in which they appear in the newswire» (Bielsa, 2007: 136). Como explica Hernández Guerrero, los periodistas «no ven que en la generación de información con fuentes en otras lenguas se produzcan dos actividades distintas, la traductora y la periodística, sino que ambas están integradas» (2009: 28-29). Por ello, prefieren denominarse a sí mismos «international journalists» (Bielsa y Bassnett, 2009: 1), porque tienen una idea de la traducción que consiste en la traducción literal y porque, además, consideran que se trata de una labor menor (Bassnett, 2005: 124). También Hernández Guerrero comenta esta idea: «la edición se ve como un proceso que comprende toma de decisiones y creatividad, mientras que la traducción se percibe como una tarea pasiva o una imitación» (2009: 29). Más allá de la cuestión del prestigio de la profesión, lo cierto es que, en muchos casos, la falta de un texto fuente claro y el alto grado de intervención en el texto es algo que puede resultar confuso, cuando la traducción se concibe en el sentido más tradicional del término. A pesar de ello, «una parte importante de profesionales del periodismo realiza tareas basadas de forma única y exclusiva en la traducción; en otras palabras, el trabajo del periodista consiste llanamente en traducir» (*ibid.*).

Aunque la postura de Hernández Guerrero es muy clara, no todos los investigadores resuelven tan fácilmente esta cuestión, y la figura del periodista-traductor y sus atribuciones ha generado un volumen significativo de literatura, llegándose incluso a buscar un nombre diferente para una figura que no encaja del todo en la idea de lo que es un traductor. van Doorslaer, por ejemplo, propone el término «journalator» para referirse a este tipo de periodistas, que define como «an interventionist newsroom worker who makes abundant use of translation when transferring and reformulating or recreating informative journalistic texts» (2012: 1046). Para Bielsa, este grado de intervención tan alto contrasta con la invisibilidad de la traducción en el periodismo (2010: 45); en cambio, Valdeón considera más bien que es consecuencia de ello, puesto que «el rechazo de los periodistas a aceptar que una parte de su labor consiste en la traducción de textos supone una liberación de cualquier obligación hacia el texto origen y una mayor flexibilidad para manipular el texto con objetivos bien distintos al mismo» (2016: 49).

Por otra parte, cuando se habla de la capacidad de intervención del periodista-traductor en el texto, es frecuente poner el foco en el individuo como actor fundamental en el proceso de creación de noticias y no en «the relation of the journalist to the larger social and industrial system» (Conway, 2008: 30). Sin embargo, Tsai explica que

much as the translator hopes to enjoy full freedom in the newsroom in the search for a language she sees fit for the target audience, there are times when the translator, regardless of her ethical and political roles or judgement of a particular news event, finds herself trapped within the confines of the rules of the game in the newsroom (2005: 150).

Aunque, en cierta medida, «la traducción permite al periodista ejercer un papel como agente de resistencia frente a un medio de comunicación internacional»

(Valdeón, 2016: 48), la producción de noticias es una labor colectiva, y no es fácil establecer la autoría individual de unos textos que, por otra parte, están supeditados a la línea editorial del medio en cuestión. Por ello, según Kang, el proceso de producción de noticias internacionales debe verse como una práctica institucional:

The responsibility of producing a translated text is often distributed among several layers in these companies, so that the source text selected for translation is taken through a hierarchy of levels and responsibilities until it becomes a translated output expressed in the specific media institution's discourse. Such questions as what type of news stories are selected for translation, who makes the selection, what role a translator, editor or reviser plays, and what criteria determine the strategies to be employed by the producers of a translated news story are all decided within this institutional context (2007: 222).

En este sentido, aunque los traductores, como cualquier otro grupo social, son responsables de los mensajes que producen y participan en «creating, negotiating and contesting social reality» (Baker, 2006: 105), ya sea difundiendo la narrativa de la institución o exponiéndola y enfrentándose a ella (*ibid.*: 37), su responsabilidad se diluye dentro de la institución, de forma que «the individual style of the journalist or news translator is necessarily sacrificed or neutralized in favour of a collectively defined style, usually embodied in the organization style book» (Bielsa, 2019: 366).

En este sentido, la traducción o reescritura periodística debe entenderse como una práctica que se da en un contexto institucional y que responde a unos protocolos establecidos por el medio de comunicación. Se trata de un proceso complejo en el que intervienen varios actores (traductores, revisores, editores), que no debe entenderse como el resultado individual del trabajo de un traductor, sino como «a collective effort and as part of an institutional routine» (Kang, 2007: 222).

Por ello, «reformulation, meaning selection and representational adequacy in producing translated news stories are inevitably influenced by the discursive practice of the specific news media institution in question» (Kang, 2007: 238).

2.2.6 Transparencia y mediación en la traducción periodística

Como se ha visto en las secciones anteriores, las estrategias de domesticación que acercan el texto al lector invisibilizan la traducción como producto, y el hecho de que la traducción esté perfectamente integrada en la labor periodística la invisibiliza como proceso. Esto lleva a Bielsa y Bassnett a hablar de una doble invisibilidad (2009: 73; Bielsa, 2016: 200), que crea una falsa sensación de transparencia y oculta el proceso de mediación que supone la traducción. Con la información periodística, el público receptor tiene la sensación de estar accediendo a una realidad no mediada, ya que la infraestructura global de la comunicación se basa en la premisa de que «we can all make sense of the images and the narratives that inform us almost instantly and continuously about developments in any part of the world, and that the knowledge derived from them effectively describes those realities» (Bielsa y Bassnet, 2009: 60). Sin embargo, los medios de comunicación categorizan y describen la realidad y, a menudo, son responsables de crear el vocabulario para referirse a ella y la forma de representarla (*ibid.*: 67). Esta representación de la realidad se transmite fuera de las fronteras nacionales mediante la traducción. Hernández Guerrero habla por lo tanto de una «doble mediación» (2009). Como explica Baker, «every time a version of the narrative is retold or translated into another language, it is injected with elements from other, broader narratives circulating within the new setting or from the personal narratives of

the reteller» (2006: 22). Estas transformaciones en el significado y en la representación pueden ser involuntarias, como consecuencia de los procesos de edición, o deliberadas, con la intención de dar soporte a determinadas posturas ideológicas (Kang, 2007: 220).

Los investigadores de la traducción periodística se han interesado desde el principio por las implicaciones políticas e ideológicas de esta desde distintos puntos de vista. Uno de los enfoques más asentados es el político-económico, que se fija en la relación de la información con el poder político y económico (Conway, 2015b: 524-25). Así, los investigadores se han preocupado de la influencia de las relaciones de poder en las noticias que se producen y en cómo «the asymmetries of globalization and the current inequalities in the production of knowledge and information are directly mirrored in translation» (Bielsa y Bassnett, 2009: 28). Los medios de comunicación reproducen el punto de vista hegemónico como si se tratara de sentido común (Conway, 2006: 52) y la traducción es fundamental para legitimar una determinada versión de los hechos (Baker, 2006: 1), ya que «Since news is widely distributed, news discourse has the power to shape the views of a large number of people and contributes to normalizing certain representations of people and events» (Kang, 2007: 221).

Por ello, el estudio de la traducción periodística se ha interesado desde el inicio por la representación del otro en las noticias a través de la traducción. Kelly (1998) estudia cómo las decisiones tomadas en la traducción influyen en la representación de España en la prensa británica, desde el análisis crítico del discurso, y concluye que «decisions taken in translation solutions can introduce ideological elements, in particular positive self —and negative other—

representation, which reproduce and reinforce myths or stereotypes existing in the target culture regarding the source culture» (*ibid.*: 57). También van Doorslaer, desde el punto de vista de la imagología, estudia la creación de imágenes nacionales y estereotipos en el periodismo (2010, 2012). Considera que los estereotipos y las imágenes nacionales y culturales condicionan la selección de información y el trabajo de los periodistas (van Doorslaer, 2010) y que la selección de información por parte de estos «impacts on the degree of normalization of certain representations, particularly of people, events or countries» (van Doorslaer, 2012: 1051). También, Davier, en un estudio sobre la prohibición de los minaretes en Suiza, se pregunta «how do different professional and cultural communities make sense of the cultural Other in transnational news reporting?» (2015: 536) y concluye que hasta ahora la disciplina no ha sabido tratar adecuadamente estos temas. Más recientemente, Riggs (2020, 2021) investiga la representación de los musulmanes y de Francia en relación con el terrorismo en distintos países europeos, a través de las imágenes y de diversos elementos estilísticos como las metáforas.

Así pues, las implicaciones ideológicas del proceso de mediación que supone la traducción de noticias se han estudiado ampliamente, si bien varios autores coinciden en la necesidad de ampliar la propia definición de traducción y los conceptos utilizados (Davier, 2015) y el uso de metodologías interdisciplinares para «a better understanding of the manipulative processes, hidden agendas and ideological biases of news production» (Valdeón, 2020c: 1658).

2.2.7 Conclusión

Esta segunda sección del capítulo 2 se ha dedicado específicamente a repasar los últimos avances en el estudio de la traducción periodística y relacionarlos con la presente investigación. Como no podía ser de otra manera, dada la importancia del contexto sociológico, en una primera parte, se describe el funcionamiento de la industria de los medios de comunicación, para entender el contexto sociopolítico del objeto de estudio y de la propia investigación. A continuación, se repasan los conceptos clave de la disciplina, tratando de establecer un marco teórico en el que situar el presente estudio.

Una vez establecido este marco teórico, el capítulo siguiente estará dedicado específicamente al Servicio Mundial de la BBC y a la traducción en esta corporación, para terminar de situar la investigación en contexto, antes de pasar a explicar la metodología.

3 El Servicio Mundial de la BBC: estudios previos sobre BBC Mundo y BBC Brasil

Aunque existen algunos estudios sobre la BBC como medio de comunicación global (Hanska, 2018; Wright *et al.*, 2020) y su papel en determinados acontecimientos políticos actuales como las primaveras árabes (Gillespie *et al.*, 2015; Hanska-Ahy y Shapour, 2013) o en acontecimientos históricos como la Segunda Guerra Mundial (Seul y Ribeiro, 2015) o la Guerra Fría (Oliver, 2019), no es habitual que en ellos se tenga en cuenta el papel de la traducción.

Por ello, destaca un número especial de *Journalism* publicado en 2011 (Baumann *et al.*, 2011a), que forma parte de Tuning In: Diasporic contact zones at the BBC World Service (Tuning In, s.f.), un proyecto interdisciplinar que evalúa el papel del Servicio Mundial de la BBC «in mediating the shifting cultural, technological and geopolitical challenges to diaspora sensibilities, identities and discourses» (*ibid.*). En este número especial, se establece un marco teórico basado en cuatro conceptos: «transporting», «translating», «transposing/trans-editing» y «transmitting» (Baumann *et al.*, 2011b: 137; Jaber y Baumann, 2011), con la intención de que estos permitan un marco comparativo común. El volumen reúne artículos que tratan temas como la imparcialidad (Bulić, 2011; Jaber y Baumann, 2011), el *gatekeeping* (Cheesman y Nohl, 2011) o las prácticas de traducción (Podkalicka, 2011), y se fija en regiones como Serbia (Bulić, 2011), Oriente Medio (Jaber y Baumann, 2011) o Sri Lanka (Thiranagama, 2011). A pesar de que, desde el punto de vista de la teoría de la traducción, los conceptos propuestos no resultan demasiado acertados (Valdeón, 2014: 54), el volumen ofrece información de interés sobre los procesos y las políticas

de traducción en distintos servicios del Servicio Mundial de la BBC y supone un avance en el estudio interdisciplinar de la traducción periodística.

En lo que respecta a estudios de traducción, destacan las investigaciones de Valdeón sobre la traducción en BBC Mundo, que analiza las estrategias de traducción y selección de noticias utilizadas en este medio y sus implicaciones ideológicas (2005a, 2005b, 2019).

No se han encontrado estudios sobre la traducción en BBC Brasil; sin embargo, cabe destacar dos análisis de Dalpiaz (2009, 2011) sobre la representación del mundo en este medio, en los que se ofrece un interesante análisis sobre la selección de contenidos y las políticas editoriales de este servicio de la BBC. Por otra parte, resulta interesante también el ensayo *Vozes de Londres. Memórias Brasileiras da BBC* (Leal Filho, 2008), el relato autobiográfico de un periodista de la BBC que, a pesar de ser una obra de divulgación y no un estudio académico, aporta información de primera mano sobre el funcionamiento del servicio brasileño, desde la radio hasta los primeros años de internet.

En las secciones siguientes, se comentarán los resultados de estos estudios, para hacer un repaso del papel que ha tenido históricamente el Servicio Mundial de la BBC y comprender cómo funcionan las políticas de selección de información y traducción dentro de esta corporación mediática.

3.1 El Servicio Mundial de la BBC

Históricamente, la BBC ha sido el modelo de televisión pública por excelencia, caracterizada por su reputación de imparcialidad e independencia editorial. La

corporación ha sabido, además, adaptarse a las nuevas tecnologías, siendo en algunos casos pionera en el uso de estas (Medina y Ojer, 2011: 88). La BBC comenzó su actividad en internet en 1996. Actualmente, BBC News es, según sus propios informes, el mayor proveedor de noticias del Reino Unido y «by far the most trusted source of news in the country» (BBC, 2017: 30). Durante la semana de los resultados del referéndum de permanencia en Europa, por ejemplo, el 93% de los adultos británicos consumieron contenido de BBC News (*ibid.*: 31). La reputación de imparcialidad y veracidad de la que goza continúa siendo alta. Según datos de 2017, el 57% de los británicos la consideran la fuente de noticias más fiable, mientras que para el 50% es una fuente de noticias imparcial (*ibid.*: 15).

El servicio de radiodifusión internacional de la corporación, conocido en la actualidad como Servicio Mundial de la BBC, se creó en 1932 con el nombre de BBC Empire Service, destinado inicialmente 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: 172). En la segunda mitad del siglo XX, se consolidó como fuente de información fiable entre la ciudadanía de países con regímenes dictatoriales (Dalpiaz 2011,: 218).

En 2016, el Servicio Mundial de la BBC ofrecía servicios de radio, televisión y en línea en 28 idiomas, con otros 11 anunciados (BBC, 2017: 4). Tiene su sede en Londres, donde se producen la mayoría de los contenidos, y contaba en dicho año con 44 oficinas en el extranjero, además de corresponsales en otras 71 ciudades

(BBC, 2016: 14). En 2017, se le dio un nuevo impulso económico, y se anunció su mayor expansión desde la década de los años cuarenta del siglo XX, en un intento por llevar su periodismo independiente a más millones de personas en todo el mundo, «including places where media freedom is under threat» (BBC, 2017: 2). En 2017, tenía una audiencia semanal de 269 millones (*ibid.*: 19), que pretende elevar a 500 millones para 2022 (*ibid.* 20). Las áreas de mayor audiencia son África, Oriente Medio y Asia (BBC, 2016: 5).

Esta gran organización mediática, financiada con dinero público, está dedicada a mantener y reforzar la influencia cultural del Reino Unido en el exterior. Como explican Hutchings *et al.*,

A key purpose of international broadcasting beyond the provision of news is to enhance the influence and attractiveness of their sponsoring nations among overseas audiences and publics. Alongside other international cultural relations organisations, such as the British Council and the Russkii Mir centres, state-funded international broadcasters function as public and cultural diplomacy tools, the funders (if not always the journalists working in these organisations) hope, will result in soft power benefits (2015: 631).

De esta forma, el Servicio Mundial de la BBC funciona como una importante herramienta de *soft power*, entendiendo como tal «the ability of a country to structure a situation so that other countries develop preferences or define their interests in ways consistent with its own» (Nye, 1990: 168). Este tipo de poder, que funciona «through attraction rather than coercion or payment» (Nye, 2008: 94), se ejerce principalmente mediante tres herramientas: «its culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up to them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority)» (*ibid.*: 96). En los últimos años, debido al desarrollo de las nuevas

tecnologías y la facilidad de acceso a la información, «credibility is the crucial resource and an important source of soft power» (*ibid.*: 100).

A pesar de tratarse de un medio que depende de la financiación estatal, «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» (BBC, 2017: 19). Cheesman y Nohl van incluso más allá al afirmar que «the BBC WS, in spite of the heterogeneity of its broadcasts, is widely, if not universally, seen to provide high quality, impartial news» (2011: 218), lo que se debe en parte a su capacidad para ajustarse a distintos tipos de audiencias en cada zona geopolítica. Así,

it thus constantly readjusts its foci between habitués or elite users, multiple cross-users who integrate it into their ever more mobile and multi-tasking media routines (often zapping between several news providers, platforms and languages), and crisis listeners in war zones that must rely on BBC shortwave radio transmissions to get anything approaching factual news about their own situations (Baumann *et al.*, 2011b; 2011: 138).

También se debe a su uso de un estilo particular, con una estética sofisticada y un lenguaje elegante (Bulić, 2011: 186), que «presents both an impartial-sounding voice and a purposive factory of good old info-nomics, a hybrid practice that veers between telling everybody everything and telling nobody too much» (Baumann *et al.*, 2011b: 139).

3.2 La traducción en BBC World Service

Los servicios de la BBC en los distintos idiomas trabajan con personal nativo de las regiones a las que se dirige, tanto en Londres como en las distintas sedes del

Servicio Mundial de la BBC y mediante corresponsales. En los primeros años, estos servicios 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: 136), cuando los traductores eran objeto de suspicacia. En la actualidad, los periodistas gozan de una libertad editorial mucho mayor (*ibid.*: 2011).

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 propia forma de evaluar las expectativas del público al que se dirige. Así pues, «the melody remains essentially the same, but it is orchestrated differently by each department» (Cheesman y Nohl, 2011: 217).

Los periodistas internacionales que trabajan para el Servicio Mundial de la BBC recurren a sus propias fuentes o a la información de la redacción principal inglesa, con su amplia red de corresponsales (*ibid.*: 218). La mayoría de los servicios en idiomas distintos del inglés recurren a la traducción de los contenidos del Servicio Mundial de la BBC en dicha lengua, aunque algunos tienen recursos propios y pueden informar de forma independiente sobre los acontecimientos locales (*ibid.*: 219). Cheesman y Nohl explican el funcionamiento del Servicio Mundial de la BBC mediante lo que denominan procesos de globalización y localización, así, la globalización consistiría en adaptar las noticias de manera que sirvan para una audiencia global y la localización supondría adaptar estas noticias globales a un contexto determinado (*ibid.*: 219-220). El proceso funcionaría de la siguiente forma: el Servicio Mundial de la BBC, junto con la BBC, crea noticias globalizadas con material de sus corresponsales en todo el mundo y de agencias. A partir de estas,

produce sus propios contenidos en inglés y mantiene, además, un fondo de noticias globalizadas, el Embedded Media Player Service (EMPS). Los departamentos del Servicio Mundial en otros idiomas localizan después las noticias de este fondo, por lo que actúan como «(soft) gatekeepers» (*ibid.*: 220).

En la comparación que llevan a cabo 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 localizan las noticias, por lo que no habría necesariamente una homogeneidad.

Esto no siempre ha sido así. Hasta la década de los noventa, 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: 145). Además, recurría a traductores, más que a periodistas que supieran idiomas (*ibid.*). 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 (*ibid.*: 146). Se establecieron también modelos incipientes de diálogo con el público (*ibid.*: 145), 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 (*ibid.*: 147). En los últimos años, se da prioridad a un modelo en red, instando a los distintos servicios a producir contenido de relevancia global y favoreciendo el debate multilingüe y la información basada en contribuciones de los usuarios (*ibid.*: 148). Sin embargo, la fuente principal de

información para los servicios en línea sigue siendo la versión inglesa, debido a la falta de recursos de muchos de ellos (*ibid.*: 149).

3.3 La traducción en BBC Mundo y BBC Brasil

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 Latina (Martins, 2018). En 1943, se separaron las emisiones, dando lugar a dos servicios diferentes (*ibid.*). Entre 1939 y 1981, existió también un servicio de radio para España (Ortega, 1981). También hubo un servicio de radio para Portugal entre 1939 y 1957, y para los países africanos lusófonos hasta 2011 (BBC para África, 2011). Los sitios web BBC Mundo y BBC Brasil aparecieron en 1999 (BBC World Service, 2008); desde entonces, 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.

En América Latina, al igual que en Europa, el éxito de la BBC es escaso, como lo ha venido siendo históricamente (BBC, 2016: 11). La audiencia semanal de BBC Mundo fue de 6,8 millones en 2016-2017 y la de BBC Brasil, de 6,3 millones. En ambos casos hubo un descenso con respecto al año anterior, más pronunciado en BBC Brasil (BBC, 2017: 33). Aun así, Brasil era el octavo mercado más importante para el Servicio Mundial de la BBC en 2015-2016, (BBC, 2016: 12) debido al gran tamaño del país.

La traducción en BBC Mundo ha sido estudiada por Valdeón (2005b, 2005a), que 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, siendo una gran mayoría de los contenidos traducciones de esta (Valdeón, 2005b: 210-215). Esta 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 (*ibid.*: 201-202). Por otra parte, se observa una falta de uniformidad en cuanto a la variante lingüística utilizada, con una mezcla de variedades geográficas y estilísticas de naturaleza inter e intratextual (*ibid.*: 206), e incluso en los casos en que se trata de artículos escritos específicamente para el público hispanohablante, la dependencia con respecto a fuentes en inglés es grande (*ibid.*: 215). 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 (*ibid.*: 216), y considera que la BBC aprovecha su reputación de periodismo imparcial y de calidad para proyectar esa imagen en su versión en español (*ibid.*: 218).

En un segundo artículo, el autor analiza el componente ideológico de estas decisiones y estrategias de traducción (Valdeón, 2005a). En este caso, se fija en una serie de estrategias traductivas que modifican la postura ideológica con respecto a las noticias originales y en cómo influye el hecho de que la traducción se encargue desde la cultura de origen. De este modo, observa que hay una prevalencia de la cultura de origen sobre la cultura meta, con elementos extranjerizantes en la sintaxis y en el léxico, así como una introducción de agendas ideológicas que no estaban presentes en los originales (*ibid.*: 116). Concluye que la BBC utiliza su prestigio

histórico para mantener una posición hegemónica en el nuevo mercado globalizado (*ibid.*).

En un estudio más reciente, el autor explica la relación entre las decisiones de los periodistas-traductores de BBC Mundo y las normas editoriales impuestas por la empresa, y ejemplifica las estrategias de estos para oponerse a la narrativa institucional (Valdeón, 2016: 46-48).

En un último estudio (Valdeón, 2019) el autor analiza ejemplos de reposicionamiento ideológico en la localización de noticias relacionadas con la muerte de Margaret Thatcher en BBC Mundo. Aquí, el autor observa cómo la selección de las noticias que se traducen, el uso de determinadas etiquetas en los titulares (en este caso, el adjetivo polémico/a), las modificaciones para localizar la información en el texto traducido (por ejemplo, la inclusión de opiniones de políticos sudamericanos sobre la fallecida) o el uso de las imágenes favorecen una narrativa determinada.

En cuanto a BBC Brasil, destacan los estudios de Dalpiaz (2009, 2011) sobre las rutinas de producción y los criterios de noticiabilidad del servicio brasileño de la BBC y su representación del mundo. En el primero, Dalpiaz hace un análisis de contenido de las portadas de BBC Brasil, y explica que en estas se privilegian las noticias internacionales, en detrimento de las relacionadas con Brasil y que, incluso cuando el país aparece en ellas, no se trata de noticias de carácter interno, sino en relación con un contexto internacional (2009). En un artículo posterior (2011), la autora incluye unas declaraciones de un editor de BBC Brasil, en las que se explica que esto se debe a las limitaciones del equipo, pues en aquel momento solo había un corresponsal en Brasilia, aparte de la redacción de São Paulo (2011: 224). Se

menciona además un esfuerzo por incluir asuntos de interés humano, dada la preferencia del público por este tipo de contenidos. No se pone el énfasis, en cambio, en temas deportivos, porque se considera que, en ese tema, es difícil competir con otros medios brasileños (2011: 226).

En cuanto al posicionamiento del medio, el mismo artículo recoge unas declaraciones de quien en aquel momento era director de BBC Brasil, en las que este aboga por la objetividad, entendida como la descripción directa de los hechos, evitando el uso de adjetivos, para tratar de influir en el posicionamiento de la audiencia (2009: 13). Sin embargo, en Dalpiaz (2011), el editor antes mencionado afirma que lo que se busca es huir de lo factual y declaratorio, ofreciendo análisis que expliquen las implicaciones de los hechos para la vida de la gente (2011: 224). La autora menciona además una gran apuesta del medio por la interactividad, en virtud de la cual se daría gran visibilidad a los comentarios de los lectores, mediante foros específicos e incluso una página denominada «Interatividade» (2009: 14).

En lo que respecta a la selección de temas, BBC Brasil tiene autonomía para la elección y edición de estos con respecto a la casa matriz, salvo que se trate de materias excepcionalmente problemáticas (2011: 228). El artículo menciona tres fuentes de información: la elaboración propia, mediante colaboradores o por el equipo propio de redacción; otros departamentos de la BBC, entre los que menciona específicamente a BBC Mundo, y el recurso a agencias de noticias. El editor entrevistado señala que el material no se traduce sin más, sino que se adapta al estilo que espera el lector brasileño (2011: 229), confirmando así que los periodistas entienden la traducción en un sentido muy restrictivo.

De todo ello, la autora concluye que, a pesar de que Brasil no está presente específicamente en los contenidos, la audiencia brasileña es el principio rector de toda la producción de noticias (*ibid.*: 230).

3.4 Conclusión

A lo largo de estas secciones se ha hecho un repaso de la trayectoria del Servicio Mundial de la BBC desde sus orígenes y se ha reflexionado sobre su función actual como herramienta de influencia cultural, se han revisado los procesos de producción de información internacional y traducción puestos en práctica por los diferentes servicios y, en particular, en BBC Mundo y BBC Brasil.

Con este capítulo sobre el Servicio Mundial de la BBC y sus políticas de traducción concluye la parte introductoria de la tesis, dedicada a poner en contexto la presente investigación. En el segundo capítulo se ha tratado de definir la traducción periodística y se ha situado este campo de estudio como subdisciplina de la traductología; por otra parte, se han considerado los principales temas de estudio, problemas y perspectivas que se dan en la traducción periodística. El tercero se ha dedicado a revisar los estudios que tratan específicamente el medio de comunicación concreto que se estudia en esta tesis. El capítulo siguiente estará dedicado a explicar la metodología.

4 Metodología

En los capítulos anteriores se ha expuesto una revisión de la literatura sobre la traducción periodística para situarla dentro de la disciplina de los estudios de traducción y, también, para explicar la práctica de esta actividad, el papel que desempeña en el contexto socioeconómico actual, sus implicaciones ideológicas y los problemas que plantea su estudio a la comunidad académica. A continuación, se ha dedicado un capítulo a presentar el Servicio Mundial de la BBC, entender su función dentro del panorama geopolítico actual y, en particular, el uso que hace de la traducción.

Este capítulo está dedicado a la metodología. En primer lugar, se exponen las bases teóricas sobre las que se asientan los métodos utilizados, tomadas de los estudios de comunicación, del periodismo y de la traductología. A continuación, se presentan los datos y se justifica la técnica utilizada para su recogida.

Por último, se describe en detalle la metodología de análisis propuesta, dividida en tres fases, que se corresponden con las tres preguntas de investigación planteadas: a qué contenidos dan prioridad BBC Mundo y BBC Brasil en sus portadas (análisis de contenido de las portadas), qué uso se hace de la traducción en el proceso de elaboración de un nuevo discurso (análisis del uso de la traducción) y cómo contribuyen los titulares a orientar la interpretación de las noticias (análisis del encuadre en los titulares).

4.1 Marco teórico

Como se ha indicado ya en otras secciones, esta tesis parte de una definición amplia de la traducción, y de la traducción periodística en particular, y en ella se pretende analizar la traducción en los sitios web de la BBC en español y portugués, BBC Mundo y BBC Brasil respectivamente, como una práctica institucional. Por este motivo, a la hora de diseñar la metodología se ha recurrido a teorías y métodos poco frecuentes en los estudios de traducción y que tienen su origen en el periodismo y las teorías sobre los medios de comunicación, así como de la sociología.

Antes de describir la metodología y el diseño de la investigación, se exponen las bases teóricas que la sustentan, que son la teoría del establecimiento de la agenda (*agenda-setting*), la teoría de la selección de noticias y los «porteros de la información» (*gatekeeping*) y la teoría del encuadre (*framing*), tres conceptos fundamentales para entender cómo funcionan los medios de comunicación (Song, 2017). Se trata, en los tres casos, de teorías utilizadas en otras disciplinas por las que los estudios de traducción han empezado a interesarse recientemente (Valdeón, 2020b: 329-330) pero que, sin embargo, tienen una larga tradición en los estudios de periodismo, puesto que «desde los años veinte del siglo XX, diversos modelos han intentado explicar la influencia de la comunicación de masas sobre los individuos y las sociedades» (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020: 3). Dado que se trata de conceptos teóricos que se han desarrollado y utilizado en diversos ámbitos de las ciencias sociales, no existe un consenso sobre su definición y aplicación. En las secciones siguientes, se explica cómo se han entendido y aplicado en esta tesis.

4.1.1 El establecimiento de la agenda o agenda-setting

La teoría del *agenda-setting* o establecimiento de la agenda está considerada «uno de los paradigmas más influyentes y fértiles en la investigación en comunicación» de las últimas décadas (*ibid.*: 3). Tiene su origen en un estudio de McCombs y Shaw (1972) sobre la repercusión de las noticias publicadas en la prensa en la opinión de un grupo de votantes durante una campaña electoral, a partir de un estudio de Lippmann de 1922 en el que se explicaba que los medios de comunicación modelan la visión que tenemos del mundo (Coleman *et al.*, 2009: 147). Desde entonces, se han realizado estudios similares en distintas situaciones (McCombs, 2005: 543), así como en otros contextos geográficos (Coleman *et al.*, 2009), llegando a suponer un «cambio de paradigma en la disciplina» (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020: 3).

El fundamento de esta teoría es que «existe un fenómeno de transferencia de relevancia desde la agenda de los medios de comunicación hasta la agenda del público» (*ibid.*: 2), de forma que el hecho de que una noticia reciba más cobertura que otras en la prensa influye en la importancia que el público otorga al asunto tratado. Así pues «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» (Coleman *et al.*, 2009: 147). De esta forma, «mediante estrategias de inclusión, exclusión y énfasis, los medios establecen un ranking de los asuntos del día» (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020: 2)

El primer nivel del establecimiento de la agenda afectaría, por lo tanto, a la selección de temas a los que se da cobertura y la relevancia que se otorga a cada uno de ellos. Posteriormente, se desarrolló la teoría de que los medios no solo

establecen «what to think about», sino también «how to think about it» (McCombs, 2005: 546). Esto es lo que se llamó el segundo nivel de *agenda-setting*, que se centra en cómo los medios establecen también la forma de interpretar los temas que tratan: «the attributes and tone that the media use in their descriptions are the attributes and tone foremost in the public mind» (Coleman *et al.*, 2009: 149). El segundo nivel de la agenda se fija en los atributos, puesto que «cuando los medios deciden resaltar un asunto, lo hacen a través de algunas de sus características o propiedades, pero no de todas ellas» (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020: 9). Recientemente, se ha descrito un tercer nivel, relacionado con las redes de asociaciones entre temas, atributos, valores y emociones, etc., que también estarían modeladas por los medios (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020).

Así pues, según esta teoría, la agenda de los medios de comunicación influye en la agenda pública de los ciudadanos y tiene consecuencias de tipo político (Coleman *et al.*, 2009: 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: 544). Como explican Coleman *et al.*,

Audiences use general news media, and they also use a variety of specialized media that fit their personal lifestyles and views, such as talk radio or television shows. Agenda-setting research has established that journalists and editors have great power to shape the main topics of importance to audiences, along with many details of those topics. But we also know that many people use Web sites or other news sources to supplement that initial picture and to find views on events that fit their own expectations (2009: 154).

En este sentido, la digitalización ha producido cambios, debido a la segmentación de los públicos, que genera un entorno mediático más fragmentado, lo que implicaría que los efectos de agenda sean menores (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020: 7); sin embargo, no está claro que aporte una mayor diversidad de enfoques, «ya que la fuerza de las normas y hábitos periodísticos pueden condenar al sistema mediático a un alto nivel de redundancia» (*ibid.*: 5).

Si la prensa establece la agenda pública, ¿cómo se establece la agenda de los medios de comunicación? Esta sería el resultado de una serie de normas y tradiciones del periodismo, así como de la interacción entre las organizaciones y la de estas con las fuentes (McCombs, 2005: 549). En tales interacciones, es fundamental la influencia de unos medios de comunicación sobre otros y, en particular, la que ejercen los medios de comunicación de élite. En este sentido, es interesante el concepto de «inter-media agenda-setting», según el cual los medios de comunicación de élite transmiten su agenda a otros medios menores (Coleman *et al.*, 2009: 147), y los temas de interés de la información internacional «los marca un puñado de agencias de prensa» (Hernández Guerrero, 2009: 52). Así pues, debido a la influencia de unos medios sobre otros, «the news agenda [...] is highly homogeneous across all the news media» (McCombs, 2005: 549).

En contextos internacionales, la traducción participa en el establecimiento de la agenda y las cuestiones lingüísticas influyen en qué noticias reciben más protagonismo en los medios. Sin embargo, aunque algunos estudios mencionan la importancia de este concepto (Hernández Guerrero, 2009: 52; Song, 2017), no es frecuente que se analice la función de la traducción periodística en el establecimiento de la agenda. En este sentido, es interesante el estudio de van

Doorslaer (2009), que parece demostrar que la coincidencia entre el idioma de la agencia de noticias y el idioma del medio final condiciona la selección de información y el establecimiento de la agenda.

Recientemente, Valdeón ha destacado su importancia para el estudio de la traducción periodística desde un punto de vista interdisciplinar, «part of the common ground that might serve the two disciplines to collaborate in joint projects or research agendas» (Valdeón, 2020c: 1656), y explica que «could contribute to revealing some of the factors that affect the nature of translation as 'mediation' and how these factors shape personal, collective and institutional narratives» (Valdeón, 2021: 34).

En el caso que nos ocupa, el concepto de *agenda-setting* es interesante puesto que, dado que la BBC es una corporación pública cuya financiación depende en parte del Estado, a pesar de que goza de libertad editorial, entendemos que el esfuerzo económico que hace el Gobierno británico para financiar el Servicio Mundial de la BBC se debe al interés por influir en la agenda pública de las distintas regiones geográficas en las que el medio está presente.

4.1.2 La selección de información o gatekeeping

La teoría del *gatekeeping* surgió a finales de los años cuarenta (Shoemaker, 2009: 73) y es una de las primeras teorías sociológicas adaptadas al estudio del periodismo (Shoemaker *et al.*, 2001: 233). Este concepto, a veces traducido como «selección de la información», es una metáfora que hace referencia a las barreras (*gates*) por las que pasa la información hasta llegar al público meta, a través de los porteros (*gatekeepers*), que deciden qué información pasa al otro lado. Estos *gatekeepers*, o porteros, pueden ser de diversos tipos: «people, professional codes

of conduct, company policies, and computer algorithms. All gatekeepers make decisions, but they have varying degrees of autonomy» (Shoemaker *et al.*, 2009: 74). En última instancia, «el contenido de los mensajes es el resultado de un escalonamiento de decisiones y de una estructura de filtros y tamización» (Hernández Guerrero, 2009: 54).

Este proceso de selección de información consistiría en «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» (Shoemaker *et al.*, 2001: 233). No obstante, se trata de un proceso complejo,

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 (Shoemaker *et al.*, 2009: 75).

Así pues, el *gatekeeping* es el proceso por el que se construye la realidad social que transmiten los medios (Shoemaker *et al.* 2001: 233). La información que supera todas las barreras puede convertirse en parte de la realidad social del público, mientras que la que no llega a los medios de comunicación no lo haría (Shoemaker y Vos, 2009: 3-4). De esta forma, «issues and events that are not covered are absent from the worldviews of most audience members» (*ibid.*: 4). Se trata, por lo tanto, de un concepto fundamental para los estudios de comunicación y periodismo, dado que es «the initial stage through which ideological intervention occurs» (Song, 2017: 660).

En el caso de las noticias internacionales, la traducción está presente prácticamente en todo el proceso, de tal forma que algunos autores consideran que la traducción periodística podría definirse en realidad como un proceso de

gatekeeping (Vuorinen, 1997; Hursti, 2001), del cual la noticia adaptada sería el resultado (Chen, 2009: 205). En cambio, Valdeón considera que, aunque la traducción periodística «contribuye a la publicación selectiva de noticias» (2016: 39), es excesivo definirla exclusivamente como *gatekeeping*. Así, este autor distingue dos niveles en el proceso de selección:

En un primer nivel los medios de comunicación seleccionan el material que puede o debe traducirse. Se trataría de un nivel institucional y, por lo tanto, sería previo a la labor traductora. En el segundo nivel nos encontraríamos con el periodista/traductor, cuya labor implica una selección de la información que va a diseminar a través del medio. En este nivel el agente es el individuo, que toma decisiones más personales con respecto a omisiones, añadidos, adaptaciones, etc. (*ibid.*: 39-40).

En este segundo nivel, podemos encontrar un equilibrio de fuerzas entre la institución, que impone sus criterios, por un lado, y el periodista/traductor, que tiene cierta capacidad de resistencia (*ibid.*: 45-48).

Sin embargo, en un artículo posterior, el mismo autor considera que la traducción funciona como *gatekeeping* de primer nivel, puesto que «the translational activity reflects the decisions made by news media» (Valdeón, 2020a: 1). Así pues,

on a macro-level translation functions as filter to allow news writers/translators and companies to consider what should be published and what should not, and on a micro-level it serves to select the parts of the original articles that need to be adapted or omitted during the translational and editing process (*ibid.*: 2).

De esta forma la traducción funciona «as part of the complex and often hidden processes of selection and suppression of news texts and events» (*ibid.*).

A pesar de que la traducción periodística tiene un cierto componente de *gatekeeping*, las estrategias de adaptación, supresión y adición a las que se alude

no dejan de ser características propias de la labor traductora entendida como forma de reescritura, presentes también, en mayor o menor medida, en otros tipos de traducción, de manera que no son exclusivas de la traducción periodística, y no estaría justificado explicarlas únicamente desde el concepto de *gatekeeping*. En la misma línea, Cheesman y Nohl, diferencian entre *gatekeeping* y transedición:

For the purposes of our analysis, we reserve the gatekeeping concept for the selection of a news report as worth publishing, and to the selection and reorganization of its parts (paragraphs and sentences). Hence, gatekeeping refers to *what* and in *which sequential order* things are put into a report. Thus defined, gatekeeping is an operation which is performed prior to translation (2011: 218, cursiva en el original).

Estos autores estudian los procesos de *gatekeeping* y transedición que se dan en el Servicio Mundial de la BBC en árabe, persa, tamil y turco y concluyen que cada servicio tiene sus propias estrategias de localización de noticias, si bien «the BBC WS plays one melody, orchestrated in different ways, with different instruments from one language to another» (*ibid.*: 230). También Valdeón (2016) ha estudiado el *gatekeeping* en la BBC, y en particular en BBC Mundo, mediante la selección de artículos y el uso de terminología.

En la presente tesis, se ha tratado de analizar el proceso de *gatekeeping* y la selección de contenidos que lleva a cabo el Servicio Mundial de la BBC en sus sitios web en español (BBC Mundo) y en portugués (BBC Brasil), y en qué medida interviene la traducción en dicho proceso, teniendo en cuenta que «the gatekeeping variable should be the first and foremost taken into account in studies of power in news translation» (Song, 2017: 661).

4.1.3 La teoría del encuadre o framing

La teoría del *framing* o teoría del encuadre tiene su origen en los campos de la psicología y la sociología y parte de la idea de que la interpretación que los individuos hagan de la realidad está condicionada por la interacción con los demás y por una serie de esquemas mentales compartidos que permiten organizar la experiencia (Ardèvol-Abreu, 2015: 428-29). Según esta teoría, «frames are cognitive structures that guide the representation of everyday event» (Entman, 2009: 179). Más adelante, el concepto comenzó a aplicarse al análisis del discurso en la investigación en comunicación, para referirse al proceso por el cual se presenta una información al público de forma que se propicie una interpretación determinada. En este sentido, «framing is an individual psychological process, but it is also an organizational process and product, and a political strategic tool» (*ibid.*: 175).

En periodismo, se utiliza para explicar cómo, al presentar una noticia, el periodista o el medio de comunicación elige un encuadre, de entre todos los posibles, y recurre a una serie de estrategias que propician en el lector una interpretación determinada. Para Entman,

A frame repeatedly invokes the same objects and traits, using identical or synonymous words and symbols in a series of similar communications that are concentrated in time. These frames function to promote an interpretation of a problematic situation or actor and (implicit or explicit) support of a desirable response, often along with a moral judgement that provides an emotional charge (*ibid.*: 177).

No obstante, el estudio de los procesos de *framing* en periodismo se ha desarrollado de manera muy heterogénea, de forma que existen multitud de modelos teóricos y metodológicos (*ibid.*: 175), lo que, en ocasiones puede generar ambigüedad. Sin embargo, no todos los autores consideran que esta

heterogeneidad de definiciones y metodologías sea negativa. Para Ardèvol-Abreu se trata de un «paradigma multidisciplinario que permite abordar globalmente el estudio de los efectos de los medios de comunicación sobre los individuos y los públicos» (2015: 423).

En traductología, el concepto de *framing* se popularizó a partir del estudio de Baker *Translation and Conflict* (2006). La autora lo define a partir de los estudios de los movimientos sociales y, por tanto, hace hincapié en que se trata de un proceso activo que implica agencia y consciencia de participar en la construcción de la realidad. Así, «frames are defined as structures of anticipation, strategic moves that are consciously initiated in order to present a movement or a position within a certain perspective» (*ibid.*: 106). En la traducción, a menudo se da un proceso de reencuadre o *reframing*, acentuando, suavizando o modificando aspectos de las narrativas presentes en la versión original (*ibid.*:105). Tales procesos de (*re*)*framing*

can draw on practically any linguistic or non-linguistic resource, from paralinguistic devices such as intonation and typography to visual resources such as colour and image, to numerous linguistic devices such as tense shifts, deixis, code switching, use of euphemisms, and many more (*Ibid*: 111).

Esta teoría se ha utilizado en diversas ocasiones en los estudios de traducción periodística. Valdeón (2008) recurre al concepto de *framing*, según la definición de Baker (2006), para analizar las anomalías de la traducción en BBC Mundo. En un artículo posterior (Valdeón, 2014), vuelve a recurrir a esta teoría, esta vez tal y como se define en periodismo y estudios de la comunicación, para explicar los procesos de adaptación y apropiación que se dan en la traducción periodística. van Doorslaer (2009), por su parte, analiza el papel de la traducción como factor de *framing* en los medios de comunicación y se pregunta hasta qué punto los

encuadres son traducibles (*ibid.*: 85). Además, destaca la similitud de los mecanismos de *framing* con el proceso de traducción:

Frames often combine localizing, simplifying and stereotyping aspects, thereby adapting the way a person or a topic is presented to the knowledge or the expectations of the (new) target readership or audience. This re-creative journalistic process shows many similarities with the linguistic and cultural re-creation and rewriting of the translational act (*ibid.*).

Más adelante, vuelve a utilizar el concepto (van Doorslaer, 2012) en relación con la creación de imágenes culturales. Sin embargo, aunque esta idea se ha usado con frecuencia en el ámbito de la traducción periodística para explicar determinados fenómenos, el análisis estadístico o cuantitativo de estrategias concretas de *framing* no es tan común. Recientemente, varios autores han llevado a cabo este tipo de análisis, recurriendo a las estrategias de *framing* propuestas por Baker (Luo, 2015; Wu, 2018; Qin y Zhang, 2018) o a otro tipo de estrategias de *framing* que parten más bien de teorías de la comunicación (Liu, 2017).

En la presente tesis se ha analizado el uso que la BBC hace de los mecanismos de *framing* o encuadre en sus versiones destinadas al público hispanohablante y al lusófono, en particular en sus titulares, tratando de averiguar en qué medida cada uno de estos servicios es independiente respecto de la matriz y qué conflictos plantea, si la hay, la discrepancia de discursos. Se han tenido en cuenta tanto el encuadre de las noticias de la portada en general como los ejemplos de reencuadre en las noticias traducidas.

Cabe mencionar que Baker entiende las estrategias de *framing* como un instrumento al que pueden recurrir los traductores (o, en este caso, periodistas-traductores), de forma individual, para fortalecer o desmontar narrativas dominantes. Aunque menciona la participación de otros agentes, la autora incide en la capacidad

de agencia y la responsabilidad de los traductores sobre los textos que producen: “Consciously or otherwise, they translate texts and utterances that participate in creating, negotiating and contesting social reality” (2006: 105). Sin negar la responsabilidad individual de los traductores en la creación de discursos, lo que se pretende analizar en esta tesis es la creación de discursos desde el punto de vista institucional, y cómo los distintos servicios de la BBC, como institución mediática, utilizan los mecanismos de *framing* a su disposición (a través de la traducción) para generar y difundir un discurso determinado en cada una de sus versiones. En este sentido, nuestro análisis estaría más próximo a una serie de estudios recientes que han estudiado el uso de las estrategias de *framing* por parte de la prensa china para crear determinados discursos (Luo, 2015; Wu, 2018; Qin y Zhang, 2018; Liu, 2017).

4.1.4 Conclusión

Con base en este marco teórico, se ha diseñado una metodología para responder a los tres objetivos planteados: qué selección de información se hace en cada uno de los medios, de qué forma contribuye la traducción a ello y cómo se utilizan los titulares para crear un discurso nuevo. Se trata, en definitiva, de observar los procesos de selección de información (*gatekeeping*) y de encuadre y reencuadre (*framing*), así como la función de la traducción en estos procesos, para tratar de averiguar qué agenda establecen BBC Mundo y BBC Brasil. La conjunción de estos conceptos, tomados de los estudios de periodismo y ciencias de la comunicación, ayudará a comprender mejor los procesos de la producción de noticias.

4.2 Recogida y selección de la muestra de estudio

En los estudios de traducción, es habitual recurrir al análisis comparativo de textos traducidos con sus correspondientes originales. Sin embargo, en traducción periodística, como se ha explicado en una sección anterior, no suele haber un texto fuente reconocible, dado que, a menudo, la noticia final se compone a partir de varias fuentes y se somete a un alto grado de intervención. A esto se añade la dificultad de reconocer los textos como traducciones, dado que «the erasure of traces of translation from news texts leads to the invisibility of translation» (Gagnon *et al.*, 2018: 229). Por otro lado, incluso en aquellos casos en que se da una correspondencia entre textos, es frecuente que la dirección no esté clara: «Particularly in transnationally functioning media, there may be an identifiable source text-target text relationship, but the exact translation direction is not always immediately discernible» (Davier y van Doorslaer, 2018: 243).

En el caso de la prensa digital, se da la dificultad añadida de que los textos suelen ser muy cambiantes, pues la información se va actualizando a medida que surge otra nueva, especialmente en el caso de noticias de última hora, por lo que nunca se puede considerar que el texto sea definitivo (Valdeón, 2019: 81). Además, la multimodalidad y la convergencia del periodismo digital hacen que sea más complicado clasificar las noticias en unidades claramente diferenciadas (Davier, 2019: 76).

Por todo ello, «approaching JTR by focusing on the comparison between a clearly recognizable source text and the corresponding target text, even if heavily modified, is likely to significantly narrow down the number of potential research projects» (Caimotto y Gaspari, 2018: 212). Así pues, resulta interesante el uso de

otro tipo de métodos que no se basen en la comparación entre textos originales y sus traducciones, sino que tengan como objeto de estudio «texts that share similarities in terms of topic, text-type, communicative function, etc.» (Gagnon *et al.*, 2018: 225). Un corpus de este tipo, en traducción periodística, podría incluir noticias en diferentes idiomas que tengan en común el tema sobre el que tratan, el medio en el que aparecen o la fecha de publicación.

Debido a la voluntad interdisciplinar del presente trabajo, el análisis no se ha planteado como únicamente lingüístico, sino que se ha recurrido además a la técnica periodística del análisis de contenido, teniendo en cuenta, por otra parte, la relación de todos los elementos analizados con el contexto en el que se producen, pues «the study of politically charged texts needs to consider a number of non-textual questions to understand the complex role of translation within the mass media and political institutions» (Valdeón, 2019: 81).

Una vez expuestas las dificultades que plantea nuestro objeto de estudio, se explicará la técnica utilizada para la recogida de la muestra, las unidades de análisis y el método seguido para su recopilación y clasificación.

4.2.1 Las páginas de inicio y los titulares como elemento de investigación

Para llevar a cabo el análisis se ha optado por centrarnos en el contenido de las páginas de inicio de los sitios web de la BBC en los tres idiomas, es decir, BBC News, BBC Mundo y BBC Brasil. La portada o página de inicio es el espacio en el que se ubica el contenido más importante, en donde el medio de comunicación destaca la información que considera que el lector debe conocer. Como explica Le,

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 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 (2012: 32).

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 unos 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: 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 la aparente capacidad ilimitada de dichos medios, lo cierto es que la atención del público impone ciertas restricciones (*ibid.*: 284), que obligan a llevar a cabo una selección de contenidos similar a la de las ediciones en papel. Así, «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» (Le, 2012: 33).

Las portadas suelen contener un número variable de temas y las noticias se organizan de forma visual:

News stories on front pages and homepages are organized visually. The position of a story on the page, its headline, its font size and colors, and eventually its accompanying picture, all reflect the significance the media institution attaches to the story (*ibid.*: 34).

Por eso, es importante tener en cuenta no solo la selección de las noticias que aparecen en la portada, sino también la jerarquización que se hace de ellas mediante todo tipo de elementos visuales.

Dentro de la página de inicio, el titular es un elemento fundamental. Se trata, junto con las fotografías, del elemento principal de la portada o página de inicio de un medio de comunicación y «the first and most important framing element in news report» (Zhang, 2013: 396). La particularidad de los titulares de prensa radica en que «[t]he headline is a special kind of text; a text which cannot have an autonomous status. It is a text correlated to another text, to which it has the function of a headline» (Iarovici y Amel, 1989: 441). Así pues, se trata de un texto dependiente de otro, contiguo, al que identifica y proporciona una identidad (*ibid.*: 443); no obstante, los titulares también «integran un conjunto de lectura en cierto modo autónoma e independiente», ya que «constituyen, como bien se sabe, las únicas secuencias leídas por gran parte de los consumidores de diarios» (Nadal Palazón, 2012). Así pues, los titulares llegan a una audiencia mucho más amplia que el texto del cuerpo de las noticias y, en el caso de los periódicos en línea, se trata además de un elemento textual que puede circular a través de otros medios, como las redes sociales. Son, por otra parte, «particularly revealing of the social and cultural representations circulating in a society at a given time» (Develotte y Rechniewski, 2001: 1), dado que requieren la comprensión inmediata del lector sin más explicaciones, es decir, «involve pragma-linguistic devices and semantic structures that activate our epistemic and emotional resources, and frame our understanding of covered issues» (Molek-Kozakowska, 2013: 174). Así pues, «the importance of the

communicative function of newspaper headlines is difficult to exaggerate» (Lee, 2020: 2).

Por todos estos motivos, las páginas de inicio, como elementos fundamentales para entender el establecimiento de la agenda del medio, se han considerado como objeto de estudio para entender las estrategias de selección de información o *gatekeeping* de los medios analizados y los titulares como elemento de encuadre fundamental dentro de estas.

4.2.2 Recopilación de la muestra y técnica de la semana construida

Para la selección de las unidades de análisis se ha tratado de buscar un criterio que permitiera analizar una muestra de un tamaño manejable con una representación amplia, por lo que se optó por la técnica de la semana artificial o construida, de uso común en los estudios de análisis de contenido periodístico (Luke *et al.*, 2011: 78). Se trata de una técnica de muestreo aleatorio que consiste en crear una semana artificial mediante una muestra en la que estén representados en igual medida todos los días de la semana, para evitar así los sesgos por la variación temática por días de la semana o por épocas del año. Su uso se ha demostrado más eficaz que otros métodos de muestreo para el análisis de contenido de la prensa tradicional (Riffe *et al.*, 1993). En las últimas décadas, otros autores han actualizado esta técnica de muestreo para adaptarla al análisis del contenido de medios de comunicación en línea (p. ej., Hester y Dougall, 2007), así como para redes sociales (p. ej., Kim *et al.*, 2018).

A pesar de ser un método asentado en estudios periodísticos de análisis de contenido, su uso en el estudio de la traducción periodística no está muy extendido.

Algunas excepciones son los trabajos de van Doorslaer (2009), Valdeón (2019; en prensa) y Huang y Valdeón (en prensa).

Aunque existe acuerdo en que la semana construida es más eficiente que otras técnicas de muestreo aleatorio, no hay acuerdo sobre el tamaño que debe tener la muestra y su representatividad. Así, por ejemplo, Riffe *et al.* (1993) concluyen que una muestra de una semana construida o artificial es representativa de un periodo de seis meses y, por extensión, dos semanas construidas serían suficientes para analizar el contenido de un año en un medio tradicional en papel. Conolly-Ahern *et al.* (2009), por su parte, consideran que el tamaño de la muestra depende de la estandarización de los contenidos, y que estos están más estandarizados cuanto mayor sea el grado de *gatekeeping*. Además, añaden también que las categorías más impredecibles necesitan más semanas que las predecibles (*ibid.*: 875).

En la presente tesis, se ha optado por seleccionar una muestra de una semana construida o artificial, que abarca un periodo de un mes y medio, recopilada en semanas consecutivas entre el 14 de noviembre de 2016 y el 1 de enero de 2017, con un intervalo de ocho días naturales entre una edición y la siguiente, de forma que los días estudiados son los siguientes:

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

De esta forma, en cada una de las fechas indicadas se descargó la página de inicio de las ediciones de BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News y se almacenó en formato PDF, obteniendo como resultado una semana artificial, en la que cada día de la semana está representado con una portada. A partir de dichas portadas, se crearon tres conjuntos de datos, correspondientes cada uno de ellos a una parte del análisis:

1. Un primer conjunto formado por las páginas de inicio de los tres medios, descargadas y almacenadas en formato PDF en los días correspondientes.
2. Un segundo conjunto consistente en las noticias aparecidas en la categoría principal de noticias de las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil — descartando aquellas noticias que aparecían bajo cabeceras correspondientes a secciones secundarias, así como la publicidad— descargadas y almacenadas en formato PDF, más las noticias identificadas como originales de una parte de las noticias del conjunto anterior y publicadas por otro servicio de la BBC. Estas últimas se obtuvieron mediante una exhaustiva búsqueda manual, a partir de los elementos identificados como marcas de traducción y de palabras clave en el dominio bbc.com.
3. Un tercer conjunto formado por dos corpus de titulares, uno correspondiente a todos los titulares de las noticias del primer conjunto tal y como aparecen en las portadas, y un segundo corpus de titulares de las noticias traducidas junto con sus originales.

4.3 Diseño de la investigación

Una vez explicada la selección de la muestra, se expondrán las metodologías de análisis utilizadas para la consecución de los objetivos planteados, atendiendo al marco teórico propuesto. El análisis se ha dividido en tres partes, que se corresponden, respectivamente, con cada una de las preguntas de investigación planteadas y con cada uno de los conjuntos de datos descritos en la sección anterior.

De esta forma, la primera parte consistió en un análisis de contenido de las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil, a partir de las noticias de la categoría principal, con el objetivo de averiguar qué política de selección de contenidos aplica cada uno de los medios y qué efecto se pretende conseguir con ello; en la segunda parte del análisis se investiga el uso que cada uno de los medios hace de la traducción y cómo esta contribuye a crear un discurso, y en la tercera se estudian los titulares como elemento fundamental de encuadre en cada uno de los medios.

En las secciones siguientes, se describirá en detalle el proceso seguido para llevar a cabo cada una de las partes del análisis.

4.3.1 *Análisis de contenido de las páginas de inicio*

Para responder a la pregunta planteada como primer objetivo de esta tesis, qué selección de información o *gatekeeping* se hace en cada uno de los medios y qué efecto se consigue con ello, se diseñó un análisis de contenido de las páginas de inicio de los distintos servicios de la BBC estudiados. En esta primera fase, se pretende presentar una panorámica de la estructura de la página de inicio de cada

uno de los sitios web y analizar las diferencias entre ellos, comparando las temáticas y los ámbitos geográficos a los que se da mayor relevancia. Para este fin, se ha considerado oportuno un análisis de contenido de tipo descriptivo. En palabras de Piñuel Raigada,

se suele llamar análisis de contenido al 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 (2002: 2).

Dentro de estos, «los análisis descriptivos tienen 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: 9).

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, pero no idéntica. La portada se compone de una categoría principal, con un número variable de noticias, y una serie de categorías secundarias. Se han contemplado como unidades de análisis todas las noticias de la categoría principal, mientras que aquellas que aparecían bajo cabeceras correspondientes a las categorías secundarias, así como la publicidad, se han descartado. Esto supone un total de 197 noticias; 61 de BBC Mundo, 51 de BBC Brasil y 85 de BBC News, distribuidas de la siguiente manera en las páginas de inicio estudiadas:

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
BBC Brasil	6	6	8	8	8	9	6	51
BBC Mundo	8	10	9	8	8	9	9	61
BBC News	12	12	12	12	13	12	12	85
Total	26	28	29	28	29	30	27	197

Tabla 1: Distribución de las noticias por días de la semana

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 formato Excel, en la que las filas indican las unidades de análisis, es decir, las noticias, y las columnas indican las variables a analizar. En primer lugar, se tuvieron en cuenta ciertos elementos de información contextual, como son el servicio en el que aparece la noticia, el día de la semana, la fecha en que se publicó y la fecha en la que aparece en portada, así como la posición que ocupa dentro de esta. A continuación, se estableció un sistema de categorías de análisis que se describe a continuación.

4.3.1.1 *Tiempo de permanencia*

Como se ha explicado en las secciones teóricas, el avance de las nuevas tecnologías ha facilitado la inmediatez de las comunicaciones y ha reducido al mínimo el tiempo de publicación de las noticias desde que tiene lugar el acontecimiento noticioso, lo que hace que los medios busquen la publicación simultánea de las noticias en distintos idiomas (Orengo, 2005: 171). Sin embargo, en ocasiones, la falta de financiación de algunos servicios de medios multilingües lleva a que no siempre se actualicen con frecuencia (Huang y Valdeón, en prensa). Así pues, conocer el ritmo de actualización de las noticias de la categoría principal de la

portada de BBC Mundo y BBC Brasil ayudará a comprender la importancia relativa de estos dos servicios dentro del Servicio Mundial de la BBC.

4.3.1.2 Temática de la noticia

Para establecer las categorías temáticas, se recurrió a los códigos del International Press Telecommunications Council (IPTC), un consorcio que agrupa a las principales agencias de noticias y empresas del sector. Esta entidad ofrece la siguiente clasificación (IPTC, s. f.):

Arte, cultura y espectáculos: Asuntos pertinentes al avance y 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 a la muerte de las personas.

Estilo de vida y tiempo libre: Competencias que generalmente entretienen.

Interés humano: Cosas acerca de individuos, grupos, animales u objetos.

Mano de obra: Aspectos sociales, organizaciones, reglas y condiciones que afectan al 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, informe y predicción de fenómenos meteorológicos.

Policía 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.

Así, las noticias aparecidas en cada una de las portadas de los días seleccionados se clasificarán de acuerdo con la taxonomía temática propuesta, para tratar de esclarecer a qué temas se da prioridad en cada uno de los sitios web de la BBC en los idiomas estudiados.

4.3.1.3 Localización geográfica

Por último, se procedió a una clasificación de las noticias con respecto al ámbito geográfico al que se refieran, para averiguar qué zonas o países reciben más atención en cada uno de los medios, qué relevancia tienen los contenidos de la propia zona a la que se dirige cada página web (es decir, Brasil y América Latina) y hasta qué punto el origen británico de la BBC influye en la selección de noticias, de forma que se atribuya un peso mayor del esperado a las noticias referentes a países de habla inglesa.

Para la clasificación por áreas geográficas, se ha optado por indicar el país, si la noticia se refiere a un país concreto, el continente o la zona geopolítica, si es de ámbito más amplio, o se ha categorizado como «mundial» si no puede asignársele una localización concreta. En aquellos casos en que la noticia involucra a varios países, se ha tenido en cuenta cuál está presentado como actor principal y desde qué punto de vista se plantea la información (Dencik, 2013: 131). Esta primera clasificación pretende averiguar qué países son protagonistas de las portadas de los distintos sitios web con más frecuencia. Dado el alto número que aparece, se procedió a continuación a clasificar las noticias por regiones geopolíticas para determinar el peso de cada una de ellas. Estas regiones son África, América Latina, Asia, Brasil, EE. UU., Canadá, Europa, Oceanía, Oriente Medio, Reino Unido, Rusia y Mundial. Se han considerado por separado 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 considerado el Reino Unido por separado del resto de Europa, por tratarse del país de origen de la corporación.

4.3.2 *Análisis del uso de la traducción*

En una segunda fase, tras el análisis de contenido, se observó el uso de la traducción en los sitios web de BBC Mundo y BBC Brasil. Para ello, se procedió a descargar todas las noticias de la categoría principal de las páginas de inicio analizadas en el apartado anterior, con el objetivo de observar aquellos aspectos que pudieran indicar si hay presencia de traducción en el proceso de elaboración de la noticia.

Como sucede a menudo en la traducción periodística, no resulta fácil identificar la presencia de procesos traductivos debido a la falta de «marcas de traducción», entendidas como «todos esos elementos que permiten reconocer un texto traducido como tal» (Hernández Guerrero, 2008: 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: 107).

Por ello, para tratar de determinar el uso de la traducción en las redacciones de BBC Mundo y BBC Brasil, se observaron en primer lugar las fuentes citadas en la noticia. Este criterio permitió clasificar las noticias recopiladas en tres grupos: aquellas que únicamente mencionan fuentes en el mismo idioma en que están redactadas, las que mencionan al menos una fuente en otro idioma y las que no mencionan ningún tipo de fuente. El hecho de que se utilicen fuentes en otro idioma indicaría que existe traducción en algún momento del proceso. No obstante, el uso de la traducción en el periodismo es complejo y se presenta de formas variadas,

desde un corresponsal que elabora una noticia en el idioma meta a partir de informaciones que recibe en otra lengua hasta una noticia traducida de forma íntegra. Por ello, se estableció una clasificación basada en las categorías que plantea Hernández Guerrero para las reescrituras periodísticas basadas en la traducción (*ibid.*: 83-99), para después describir las particularidades de las noticias pertenecientes a cada una de estas categorías.

Mediante una exhaustiva búsqueda manual en el dominio *bbc.com*, a partir de palabras clave, nombres propios y otras marcas de traducción, se determinó qué noticias eran traducción de otras publicadas en otros sitios web de la BBC en otro idioma, y se procedió a descargar los originales y almacenarlos en formato PDF; posteriormente, se cotejaron con las traducciones para establecer el grado de intervención del periodista-traductor en el texto final.

Por último, se ha tenido en cuenta la atribución de la autoría de las noticias, ya se trate de originales o de traducciones, en BBC Mundo y en BBC Brasil, atendiendo a si la noticia va o no firmada y, en caso de que lleve firma, si el nombre que aparece corresponde al periodista que redactó el texto fuente o al del que redactó el texto meta.

4.3.3 Análisis del encuadre de los titulares

Una vez analizados la selección de contenidos y el uso de la traducción que hacen cada uno de los servicios de la BBC estudiados, el último paso consistió en analizar la función de los titulares de las páginas de inicio como elemento de encuadre (*framing*) y reencuadre (*reframing*) que condiciona la interpretación que se haga de las noticias.

En la página de inicio, los titulares son el elemento fundamental, junto con las fotografías, y su encuadre condiciona la interpretación que se haga de la información. En ellos se recurre a estrategias léxicas y sintácticas para captar la atención del lector y establecer un marco interpretativo, condicionando la lectura que se haga de la noticia (Molek-Kozakowska, 2013: 185). Así pues, en este paso del análisis se ha pretendido averiguar qué estrategias se utilizan en BBC Mundo y en BBC Brasil para encuadrar la información presentada en las páginas de inicio.

Para ello, a partir de las portadas recopiladas en la semana construida, se diseñaron dos corpus de titulares: el primero, un corpus multilingüe constituido por los titulares de las noticias aparecidas en la categoría principal de las páginas de inicio; el segundo, un corpus paralelo formado por los titulares de las noticias que se han interpretado como traducción de otras publicadas en la BBC, junto a sus respectivos titulares originales.

Con estos dos corpus se pretende observar, por un lado, el encuadre que predomina en las páginas de inicio en cada uno de los medios y sus posibles diferencias y, por otro, el papel de la traducción en la adaptación de estos encuadres a las intenciones y condicionantes del nuevo medio.

4.3.3.1 El encuadre en los titulares

En primer lugar, se ha examinado qué visión de la información ofrecen BBC Mundo y BBC Brasil en sus páginas de inicio, en comparación con BBC News. Para ello, se ha comparado el encuadre de los titulares aparecidos en las tres páginas de inicio en las fechas estudiadas. El corpus de titulares analizado, por lo tanto, está formado por todos los titulares de las noticias de la categoría principal de dichas páginas de

inicio, tal y como aparecen en ellas. Esto supone un total de 197 titulares; 61 de BBC Mundo, 51 de BBC Brasil y 85 de BBC News.

En este corpus, se han observado las estrategias utilizadas para presentar la información desde un determinado encuadre en los titulares de BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News, con la intención de comparar los marcos interpretativos que se priorizan en cada uno de los tres medios.

Para ello se procedió a una identificación de las estrategias más frecuentes en los titulares, que a continuación se cuantificaron y se describieron cualitativamente. Para ello, se recurrió a una clasificación de las estrategias encontradas basada en las teorías de Bednarek sobre los parámetros evaluativos (2010) y sobre valores noticiosos (2016), así como al concepto de encuadre episódico o temático (Iyengar, 1991). Por otra parte, se han observado también las estrategias de anticipación utilizadas en la redacción de los titulares. A continuación se describe en más detalle cada uno de los parámetros analizados.

4.3.3.2 Encuadres temáticos y encuadres episódicos

Iyengar (1991), en un conocido estudio sobre el encuadre de la información política en televisión, propuso la clasificación de las noticias de acuerdo con dos categorías de encuadre, episódico y temático. De acuerdo con este criterio, «When news is framed episodically, social issues are constructed around specific instances and individuals», mientras que «thematic framing emphasizes broader trends or backgrounds of issues» (Entman, 2009: 176). No obstante, son pocos los casos en los que se puede decir que una noticia tenga un encuadre exclusivamente episódico

o temático; en la mayoría de las ocasiones, se puede hablar de un encuadre que predomina (Iyengar, 1991: 14).

Para clasificar los titulares del corpus de las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil, se han observado algunos usos periodísticos que refuerzan el encuadre episódico, como puede ser la priorización del valor noticioso de la personalización y el uso de expresiones apelativas, así como la presentación de la información desde un encuadre anecdótico.

La personalización, definida como «the event has a personal or 'human' face involving non-elite actors, including eyewitnesses» (Bednarek, 2016: 29) es uno de los elementos que aportan valor a la noticia. Esto se consigue mediante «references to 'ordinary' people, their emotions, experiences» (Bednarek, 2016: 31).

Las expresiones apelativas son aquellas que «se dirigen directamente al lector reclamando una reacción» (Bazaco *et al.*, 2019: 101). Esto se consigue mediante el uso de la primera o segunda persona, vocativos o imperativos. Esta estrategia supone un «attempt to minimize social distance by implicating group membership» (Sidiropoulou, 1995: 295) e invita al lector no solo a leer la noticia, «but also to engage on a personal level» (Kilgo y Sinta, 2016: 116).

4.3.3.3 *Lenguaje evaluativo*

El lenguaje evaluativo tiene que ver con «the expression of any speaker/writer's opinions through language» (Bednarek, 2010: 15). Los parámetros evaluativos «refer to the standards, norms, and values according to which we evaluate something through language», (*ibid.*: 18) y sirven para construir y mantener «a specific interpersonal relation between the speaker (the institutionalized press outlet) and the

receiver (the target audience)» (Molek-Kozakowska, 2013: 187). Bednarek (2010) establece doce parámetros evaluativos, que se expresan mediante diferentes recursos léxicos y que tienen efectos diferentes. Para esta investigación, nos interesa fijarnos en aquellos parámetros que, según la autora, son útiles para analizar el encuadre: la comprensibilidad, la emotividad y la importancia (*ibid.*: 42), así como en el parámetro de lo (in)esperado.

El parámetro de la comprensibilidad está relacionado con el grado en que el medio evalúa las entidades, situaciones o declaraciones como algo comprensible o incomprensible, «as being within or outside the grasp of their understanding» (*ibid.*: 19). Tiene que ver, pues, con «the concepts of inexplicability; and mystery, including unsolved problems; and states of affairs, which are unknown to us and hence remain mysterious; and questions of ease and difficulty» (*ibid.*). Mediante este parámetro, la prensa puede aumentar el interés de una información determinada presentándola como la revelación de una información hasta entonces oculta o como un misterio sin resolver (Molek-Kozakowska, 2013: 188).

La emotividad tiene que ver con «the level of approval/disapproval of the issue being reported», y se consigue mediante el uso de «labels, as well as modifiers» (*ibid.*) para destacar los aspectos negativos o positivos de la noticia. Esta evaluación positiva o negativa puede referirse a criterios morales, estéticos o de otro tipo (Bednarek, 2010: 21) y a menudo tiene que ver con la posición política o ideológica del medio (*ibid.*: 22). Entre las funciones de este parámetro están la «expression of approval/disapproval with the potential for manipulation», «the triggering of emotions/evaluations» y «constructing and maintaining the reader-writer relationship» (*ibid.*: 43).

El parámetro de lo (in)esperado refleja la evaluación de un determinado aspecto como más o menos esperado (*ibid.*: 22) y es «paramount to increasing interest in news coverage by constructing it as extraordinary» (Molek-Kozakowska, 2013: 189).

Por último, el parámetro de la importancia evalúa los acontecimientos o las personas en términos de importancia, relevancia y trascendencia (Bednarek 2010: 24), mediante mecanismos como adjetivos y nombres que denoten importancia, así como «superlative forms», «hyperbolic expressions or overblown figures». (Molek-Kozakowska, 2010: 190).

4.3.3.4 Estrategias de anticipación

Por último, se ha observado qué estrategias de anticipación aparecen con más frecuencia en el corpus. La anticipación es un recurso estilístico muy frecuente en los titulares para despertar la curiosidad del lector, aunque su uso es más frecuente «in commercial, ad-funded, and tabloid news websites» (Potthast *et al.*, 2016: 812).

Este tipo de titulares se basan en el fenómeno cognitivo conocido como «curiosity gap», un mecanismo que consiste en «provide forward referencing cues to generate enough curiosity among the readers such that they become compelled to click on the link to fill the knowledge gap» (Chakraborty *et al.*, 2016: 9). Así pues, lo que se pretende con esta estrategia no es ofrecer al lector un resumen de la información más importante de la noticia, sino obligarle a leer el texto para encontrar la información que le falta. Como explican Blom y Hansen, «forward-referring headlines are considered phoric because the reader needs to locate the entities that

are being referred to later in the full text or discourse, i.e. 'needs to look elsewhere' in order for the headline to make sense» (2015: 92).

La anticipación puede ser de dos tipos, deixis discursiva, cuando lo que se anticipan son elementos que aparecen posteriormente en el discurso, o catáfora, si se anticipan elementos de la propia oración (*ibid.*: 87). La estrategia prototípica de anticipación es el uso de pronombres demostrativos o personales, adverbios o artículos (*ibid.*: 93) que hacen referencia a «personas, hechos, lugares cuya identificación se aplaza al cuerpo de la noticia» (Bazaco *et al.*, 2019: 100), aunque también son estrategias de anticipación la elipsis de información obligatoria o las referencias implícitas, por ejemplo, mediante estructuras interrogativas o imperativas (Blom y Hansen, 2015: 95). Podemos considerar también elementos de anticipación los titulares que utilizan enumeraciones o listados, escritos a modo de inventario (Bazaco *et al.*, 2019: 99-100) y, por último, la ambigüedad deliberada, que induce a error o denota intriga o suspense (*ibid.*: 101).

4.3.4 Análisis de las estrategias de reencuadre en la traducción de titulares

Para estudiar las estrategias de reencuadre en los titulares traducidos, se recurrió a un corpus paralelo compuesto por los titulares de las 17 noticias de BBC Brasil y 26 de BBC Mundo identificadas como traducciones de otras noticias de la BBC, junto con sus respectivos originales. Dado que la recopilación de las noticias en el idioma original, publicadas con antelación a las traducidas, se hizo días después de su publicación y, por lo tanto, no se dispone de la portada correspondiente al día en que aparecieron, se utilizaron en ambos casos los titulares que encabezan cada noticia y no los que aparecen en la página de inicio.

Para analizar el reencuadre o *reframing* que tiene lugar en el proceso de traducción y adaptación de la información al nuevo medio, se partió de las estrategias descritas por Baker (2006: 105-140) como de uso común en traducción para encuadrar o reencuadrar la información de un texto original en un texto meta. Así pues, a continuación se describen las estrategias de encuadre y reencuadre propuestas por la autora y el modo en que se ha recurrido a ellas en la presente tesis.

4.3.4.1 *Encuadre temporal y espacial*

El encuadre temporal y espacial consiste en seleccionar un texto y situarlo en un contexto espacial o temporal que acentúe una narrativa determinada y establezca vínculos con otras narrativas, aunque los acontecimientos de la narrativa original se sitúen en un marco espaciotemporal diferente (Baker, 2006: 112). Esta definición puede resultar ambigua y a menudo esta estrategia se confunde con la apropiación selectiva del material textual. Sin embargo, como explica la propia autora (*ibid.*: 114), al contrario de aquella, el *framing* temporal y espacial no consiste en intervenir en el texto, sino en el contexto en el que este se presenta. Esta recontextualización obliga al lector a establecer una relación entre los distintos hechos, a pesar de que puedan estar muy alejados entre sí (Luo, 2015: 839).

En el corpus, se han observado las modificaciones en los titulares que sitúan la noticia en un contexto espacial o temporal nuevo con respecto a la noticia original.

4.3.4.2 *Apropiación selectiva del material textual*

La apropiación selectiva del material textual supone la intervención en el texto y que se manifiesta en «patterns of omission and addition designed to suppress, accentuate or elaborate particular aspects of a narrative encoded in the ST or utterance, or aspects of a larger narrative in which it is embedded» (Baker, 2006: 114). Es una estrategia utilizada con frecuencia en los medios y que ha sido analizada en varios estudios sobre traducción periodística (Wu, 2018; Valdeón, 2008; Qin y Zhang, 2018; Luo, 2015). La propia Baker menciona en su trabajo el uso de la apropiación selectiva en los medios de comunicación, junto con su uso en traducción literaria y en interpretación (2006: 118-120).

En el presente estudio se analizaron los patrones de omisión, adición y modificación en los titulares traducidos de BBC Mundo y BBC Brasil con respecto a los titulares de las noticias originales. La omisión se utiliza para filtrar o suprimir determinados aspectos de una narrativa particular (Qin y Zhang, 2018: 266), y la adición para acentuar las narrativas presentes en el texto original (*ibid.*: 267). Es decir, no todas las modificaciones textuales suponen una apropiación selectiva, sino solo aquellas que introduzcan en el nuevo titular una alteración del punto de vista o de la narrativa en la que se enmarca el texto resultante. Se trata de ver «how addition and/or omission reframe(s) the stance of the original news reports» (Wu, 2017: 262) o, en este caso, de los titulares.

4.3.4.3 *Labelling o etiquetado*

El *labelling*, o etiquetado es «any discursive process that involves using a lexical item, term or phrase to identify a person, place, group, event or any other key

element in a narrative» (Baker, 2006: 122). Estas etiquetas crean un «interpretive frame that guides and constrains our response to the narrative in question» (*ibid.*). Baker menciona varios usos de este tipo de estrategia. Uno de ellos sería el uso de eufemismos (*ibid.*: 123). Otro, más complicado, sería lo que denomina «rival systems of naming» (*ibid.*: 127-128), es decir, el uso de nombres de localidades o de territorios con connotaciones políticas que proporcionan un marco interpretativo que condiciona nuestra interpretación, por lo que su traducción resulta particularmente conflictiva.

La estrategia de *labelling* o etiquetado puede consistir también en el uso de un elemento léxico que califica al nombre al que acompaña. Estos elementos son comunes en la prensa y con frecuencia tienen unas connotaciones ideológicas determinadas. En traducción, estas etiquetas pueden eliminarse, añadirse o modificarse, de forma que el discurso se modifique para adaptarse a las supuestas expectativas del público o a la línea ideológica de la institución.

Luo (2015), por su parte, menciona el uso de calificativos y; Qin y Zhang, por otra parte, hablan de la especificación y la generalización como estrategias de *labelling* (2018). En nuestro corpus, se ha observado el uso de etiquetas de tipo evaluativo que añaden una valoración subjetiva al titular o modifican las connotaciones presentes en el original.

4.3.4.4 *Reposicionamiento de los participantes*

Baker denomina así a la estrategia de encuadre que consiste en modificar la posición de los participantes en una interacción con respecto a sí mismos y a los demás (Baker, 2006: 132). Esto se consigue

through the linguistic management of time, space, deixis, dialect, register, use of epithets, and various means of self- and other identification. Cumulative, often very subtle choices in the expression of any of these parameters allow the translator or interpreter to reconfigure the relationship between here and there, now and then, them and us, reader and narrator, reader and translator, hearer and interpreter (*ibid.*: 132).

Esta estrategia suele entenderse como el uso de elementos lingüísticos o extralingüísticos que permite al traductor «create distance or, on the contrary, closeness between translations and readers, and position themselves towards the text they work on» (Luo, 2015: 831), por ejemplo, mediante la utilización de introducciones, notas y otros mecanismos por parte de los periodistas-traductores para reposicionarse con respecto al texto (2015: 840-841).

No obstante, en el presente análisis, se ha observado el reposicionamiento de los sujetos participantes en la noticia, mediante una serie de estrategias lingüísticas, que modifican el papel de cada uno de ellos con respecto a los hechos.

4.4 Conclusión

En este capítulo se ha tratado de justificar y presentar el método elegido para la selección y el análisis de los datos. En primer lugar, se han comentado las bases teóricas en las que se asienta dicho análisis, de carácter interdisciplinar, ya que recurre a conceptos del periodismo, la comunicación y los estudios de traducción. Así, el establecimiento de la agenda y la selección de la información (*gatekeeping*) sirven para explicar cómo la selección de las noticias que están presentes en los medios de comunicación y la relevancia que se les da tienen un efecto en el público. Por otro lado, el encuadre o *framing* determina el punto de vista adoptado por el

medio y su influencia en la postura del público. En un contexto globalizado, estos procesos no son independientes de la traducción.

A partir de estos conceptos teóricos, en los apartados siguientes se ha planteado el diseño de la investigación, explicando, en primer lugar, la estrategia elegida para seleccionar un corpus que resultara manejable y eficaz y, a continuación, la metodología de análisis diseñada para responder a las preguntas de investigación planteadas. Se pretende desarrollar un abordaje interdisciplinar, al entender que la traducción de noticias es un campo complejo en el que la investigación no puede limitarse a las metodologías tradicionales de los estudios de traducción. Así pues, se ha planteado una metodología que combinase las técnicas de la traductología con las de los estudios del periodismo, partiendo siempre de un concepto de traducción amplio.

En el capítulo siguiente, se explica el proceso seguido para analizar los datos de la muestra, aplicando los métodos aquí descritos.

5 Análisis

Una vez expuesta en el capítulo anterior la metodología de análisis, se presentan a continuación los resultados de este. El presente capítulo se divide en tres partes. En primer lugar, se presentan los resultados del análisis de contenido de las portadas de los tres sitios web, BBC News, BBC Mundo y BBC Brasil, con el que se trató de responder a la pregunta de a qué informaciones se da prioridad en los distintos servicios de la BBC, poniendo esto en relación con las teorías sobre *agenda-setting* y *gatekeeping* expuestas en el capítulo anterior.

A continuación, se analiza, mediante una metodología descriptiva, el uso de la traducción en los servicios en español y portugués. Así pues, la unidad de análisis pasa, en este segundo apartado, de las portadas a las noticias y se trata de responder aquí a qué información se traduce, qué información no, hasta qué punto se modifica y en qué casos se recurre a elaborar informaciones propias. Con este análisis se pretende de nuevo incidir en los mecanismos de *gatekeeping* y *agenda-setting* y en el papel de la traducción en el proceso.

En último lugar, a partir, por un lado, de un corpus de titulares de las noticias aparecidas en la categoría principal de las páginas de inicio analizadas y, por otro, de un segundo corpus de los titulares de las noticias identificadas, en el segundo paso del análisis, como noticias traducidas de otras noticias de la BBC junto con los titulares de las noticias originales, se analizó el uso que hacen BBC Mundo y BBC Brasil de los estos como elemento de encuadre.

5.1 La selección de contenidos en las páginas de inicio de BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News

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. La página de inicio se compone de una categoría principal, con un número variable de noticias, así como de una serie 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. 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 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 BBC Mundo, la página de inicio incluye entre ocho y diez noticias de la categoría principal; la más destacada suele ocupar un ancho de tres columnas, con foto y entradilla, seguida de tres noticias en la siguiente fila, también con foto y entradilla, dispuestas en tres columnas, y cuatro noticias en la fila siguiente, con foto

más pequeña y sin entradilla, dispuestas en dos columnas. En un caso, entre la segunda y la tercera fila se intercalan dos noticias sin foto.

En el caso de BBC Brasil, la página de inicio incluye entre seis y nueve noticias de la categoría principal; la primera noticia, con foto y entradilla, se presenta también abarcando tres columnas, y, generalmente, en la fila siguiente hay tres columnas, dos ocupadas cada una por una noticia con foto y entradilla y la tercera por tres noticias sin foto ni entradilla, dispuestas verticalmente. En la fila siguiente hay un número variable de noticias sin foto ni entradilla, entre cero y tres.

En BBC News, aparecen entre 12 y 13 noticias y la disposición es más variable. De lunes a viernes, hay una noticia principal que ocupa tres columnas, con foto y entradilla, y debajo, en la fila siguiente, hay tres columnas, dos ocupadas cada una por una noticia con foto y entradilla y la tercera por tres noticias sin foto, dispuestas verticalmente. En ocasiones, entre la primera y la segunda fila hay una franja dedicada a un tema destacado. El sábado y el domingo, la disposición es de una noticia principal que ocupa tres columnas, con foto y entradilla, seguida de tres noticias de una columna cada una, con foto y entradilla, en la fila siguiente dos noticias que ocupan una noticia cada una, con foto y entradilla, y una tercera columna que contiene tres noticias sin foto, y más abajo tres noticias sin foto.

5.1.1 Tiempo de permanencia en la página de inicio

El tiempo de permanencia de las noticias en la página de inicio varía entre los tres sitios web. En BBC News, 82 de las 85 noticias del corpus (el 96,47%) están publicadas ese mismo día, mientras que solo tres tienen fecha del día anterior a la portada, lo que representa un porcentaje del 3,53%. Estos tres casos se dan

además el sábado 24 de diciembre, por lo que es probable que esta falta de actualización se deba a que es el día de Navidad y la información no se pone al día con la rapidez usual.

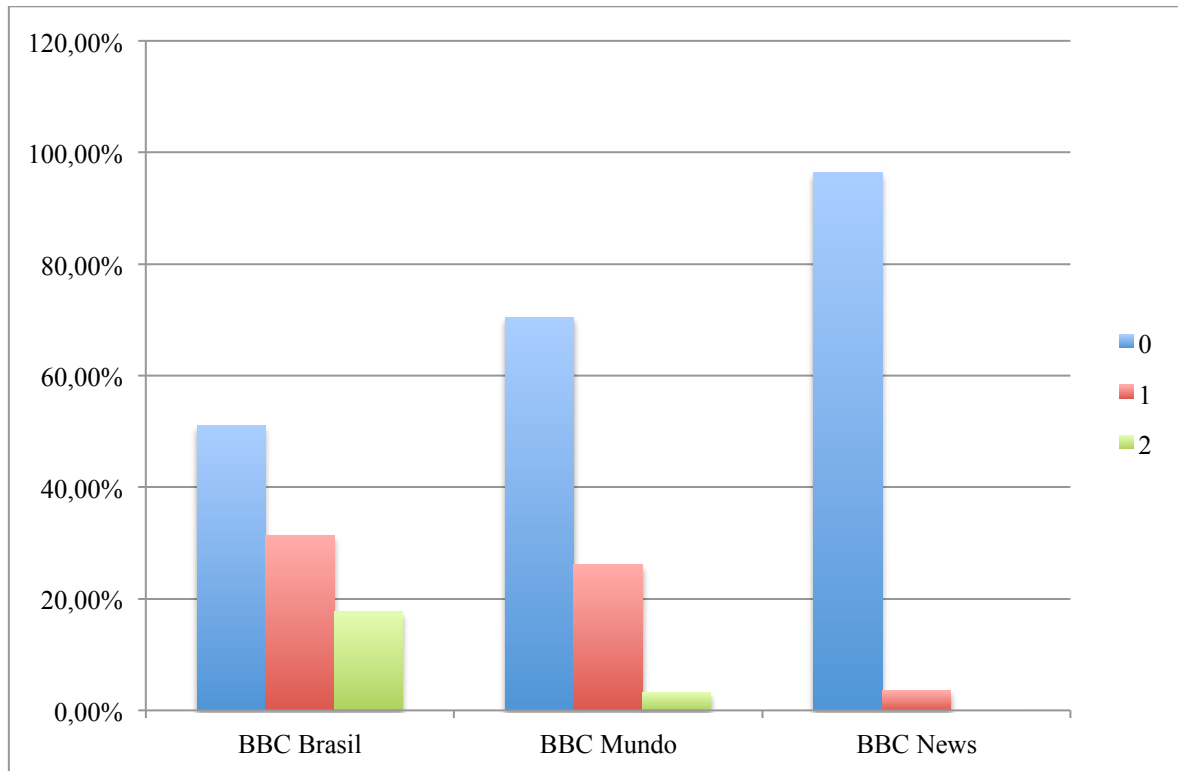


Gráfico 1: Permanencia de las noticias en la página de inicio, en días

En el caso de BBC Mundo y BBC Brasil, en cambio, es más frecuente encontrar en la portada noticias del día anterior e incluso de dos días antes. 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 el caso de BBC Brasil. Se ha encontrado un porcentaje bastante alto de noticias con fecha del día anterior (26,23% y 31,37%, respectivamente) e incluso aparecen noticias con fecha de dos días antes. Así pues, en el caso de 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 sitios web, no parece que las fechas navideñas influyan de manera relevante en la falta de actualización, pues se aprecia que las noticias con uno y dos días de diferencia con respecto a la fecha de portada se distribuyen a lo largo de todos los días de la semana (Tabla 2).

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
BBC Brasil	6	6	8	8	8	9	6
0	2	6	6	2	3	3	4
1	3			3	5	3	2
2	1		2	3		3	
BBC Mundo	8	10	9	8	8	9	9
0	7	8	8	3	7	4	6
1	1	1	1	5	1	4	3
2		1				1	
BBC News	12	12	12	12	13	12	12
0	12	12	12	12	13	9	12
1						3	

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

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

5.1.2 *Temática de las noticias*

Tras proceder a una clasificación temática de las noticias recogidas en las páginas de inicio de los tres sitios web analizados, a partir de las categorías definidas en la sección correspondiente del capítulo de Metodología, se obtiene la distribución que se observa en el Gráfico 2:

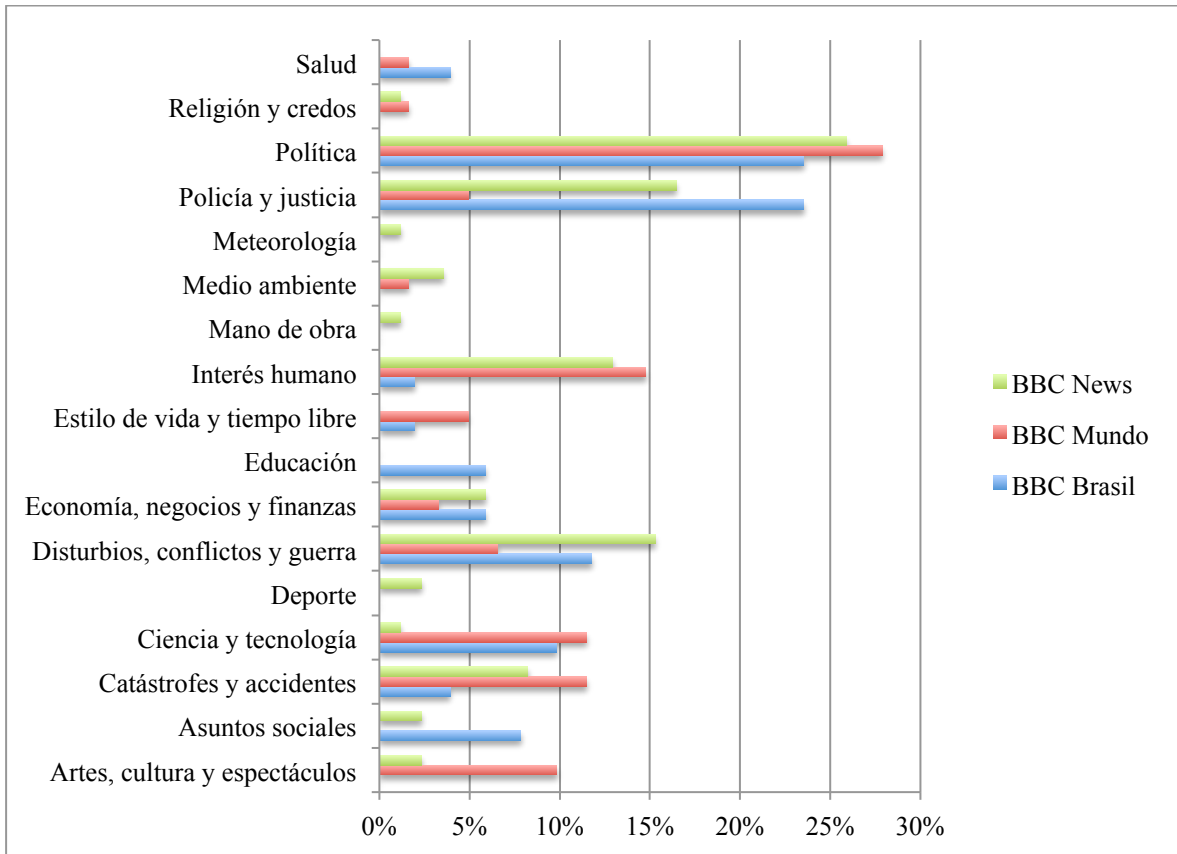


Gráfico 2: Distribución por temas

En el gráfico se puede observar cómo, en los tres sitios web, la categoría Política tiene una presencia dominante en todos los casos, con un 27,87% en BBC Mundo, un 23,53% en BBC Brasil y un 25,88% en BBC News, con 17, 12 y 22 noticias respectivamente. Así pues, se trata de la categoría temática con más representación en BBC Mundo y en BBC News; en BBC Brasil, coincide en importancia con Policía y justicia. Estas dos categorías son, en este último medio, las únicas con una presencia superior al 20%, y suman entre las dos casi la mitad de las noticias (el 47,06%). A continuación, estaría Disturbios, conflictos y guerra, con una presencia del 11,76% (seis noticias). En cuarto lugar, aparece Ciencia y tecnología con un 7,84% (seis noticias).

En BBC Mundo, Política es la única categoría con una representación superior al 20%. Tras esta, la siguiente es Interés humano, con una presencia del 14,75% (nueve noticias), y, en tercer lugar, coincidirían Catástrofes y accidentes y Ciencia y tecnología, ambas con un 11,48% (siete noticias en cada caso). La cuarta categoría con más presencia sería Artes, cultura y espectáculos, justo por debajo del 10% (seis noticias).

En el caso de BBC News, también destaca Política como la única categoría que supera el 20%. En segundo lugar aparecen Policía y justicia, con un 16,47% (14 noticias) y Disturbios, conflictos y guerra, ambas con una presencia del 15,29% (13 noticias). En cuarto lugar estaría Interés humano, con un 12,94% (11 noticias).

Aunque, a primera vista, podría parecer que las categorías temáticas más frecuentes son similares en los tres servicios, existen diferencias importantes. 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 compararlos con el contenido de BBC News, es interesante recurrir a los conceptos de *hard news* y *soft news*. Esta clasificación se utiliza en los estudios de periodismo desde hace más de 30 años, aunque no hay un consenso en cuanto a su definición (Reinemann *et al.*, 2012: 222). Como explica Patterson, «journalists and scholars clearly have some notion of soft news in mind when they criticize or defend it. Yet they seldom define the term plainly» (2000: 3).

Para la mayoría de los autores, el criterio principal para definir las noticias como duras o blandas es la temática (Reinemann *et al.*, 2012: 231). De acuerdo con este criterio, *hard news* serían aquellas noticias sobre acontecimientos «presumably important to citizens' ability to understand and respond to the world of public affairs»,

es decir, «coverage of breaking events involving top leaders, major issues, or significant disruptions in the routines of daily life, such as an earthquake or airline disaster» (Patterson, 2000: 3). Así pues, «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» (Reinemann *et al.*, 2012: 231).

Sin embargo, el tema, a pesar de constituir el aspecto fundamental (Reinemann *et al.*, 2012: 232), no es el único criterio, pues depende también del encuadre que se le dé a la noticia y el estilo con que se presente (*ibid.*: 232-234). Para Patterson, las *soft news* son «typically more sensational, more personality-centered, less time-bound, more practical, and more incident-based than other news» (2000: 4). De hecho, algunos autores consideran que el encuadre es la dimensión que más influiría en la clasificación (Glogger y Otto, 2019). Así pues, un mismo acontecimiento podría presentarse de una forma más dura o más blanda, dependiendo del encuadre que se le quiera dar. Por otra parte, no todas las noticias encajarían totalmente en una u otra categoría, por lo que algunos autores proponen la inclusión de una tercera, intermedia, de noticias de carácter general (Lehman-Wilzig y Seletzky, 2010).

En cualquier caso, se podría considerar que algunas de las categorías temáticas de nuestra clasificación, como son Política, Policía y justicia, Disturbios, conflictos y guerra y Economía, negocios y finanzas pertenecerían al ámbito de las *hard news*, mientras que otras como Interés humano, Catástrofes y accidentes, Artes, cultura y espectáculos, Estilo de vida y tiempo libre o Deporte serían temáticas típicas de lo que se considera *soft news*. Otras categorías, como Ciencia y

tecnología, Educación o Salud estarían en una categoría intermedia, en virtud de lo explicado anteriormente.

De acuerdo con este criterio, se observa que, aunque la presencia de *hard news* es mayoritaria en los tres sitios web, destaca particularmente en BBC Brasil, donde las cuatro categorías consideradas *hard news* suman el 64,71% del total de noticias, y las consideradas *soft news* suponen únicamente el 7,84%. En BBC Mundo, en cambio, la presencia de *hard news* y *soft news* está muy igualada, con un 42,62% y un 40,98% respectivamente. Si se comparan ambos casos con BBC News, donde las categorías consideradas «duras» suman el 63,53% y las «blandas» el 25,88%, 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*.

	BBC Brasil	BBC Mundo	BBC News
<i>Hard news</i>	64,71%	42,62%	63,53%
<i>Soft news</i>	7,84%	40,98%	25,88%

Tabla 3: Distribución de las noticias en *hard news* y *soft news*

5.1.3 *Ámbito geográfico*

El siguiente punto del análisis consistió en ver qué países y qué ámbitos geopolíticos tienen presencia en cada uno de los sitios web de la BBC. A pesar de que el número total de países y zonas sobre los que se informa es alto, solo unos pocos tienen una presencia superior al 5% en cada caso. Así, en BBC Brasil aparecen un total de 12 países y dos zonas geopolíticas, de los que solo tres (Brasil, EE. UU. y Siria) tienen una presencia superior al 5%, además de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún país concreto. En BBC Mundo, la variedad de países es mayor, con 21 países y 3 zonas, de los que solo EE. UU. y América Latina tienen una presencia superior al 5%, aparte de las noticias de ámbito mundial. La presencia

de Colombia y de Brasil se queda justo por debajo, con un 4,92%. En BBC News, la diversidad de países representados es aún mayor (30 países y 6 zonas), y hay tres con una presencia superior al 5%: EE. UU., Reino Unido y Francia, además de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún país en concreto.

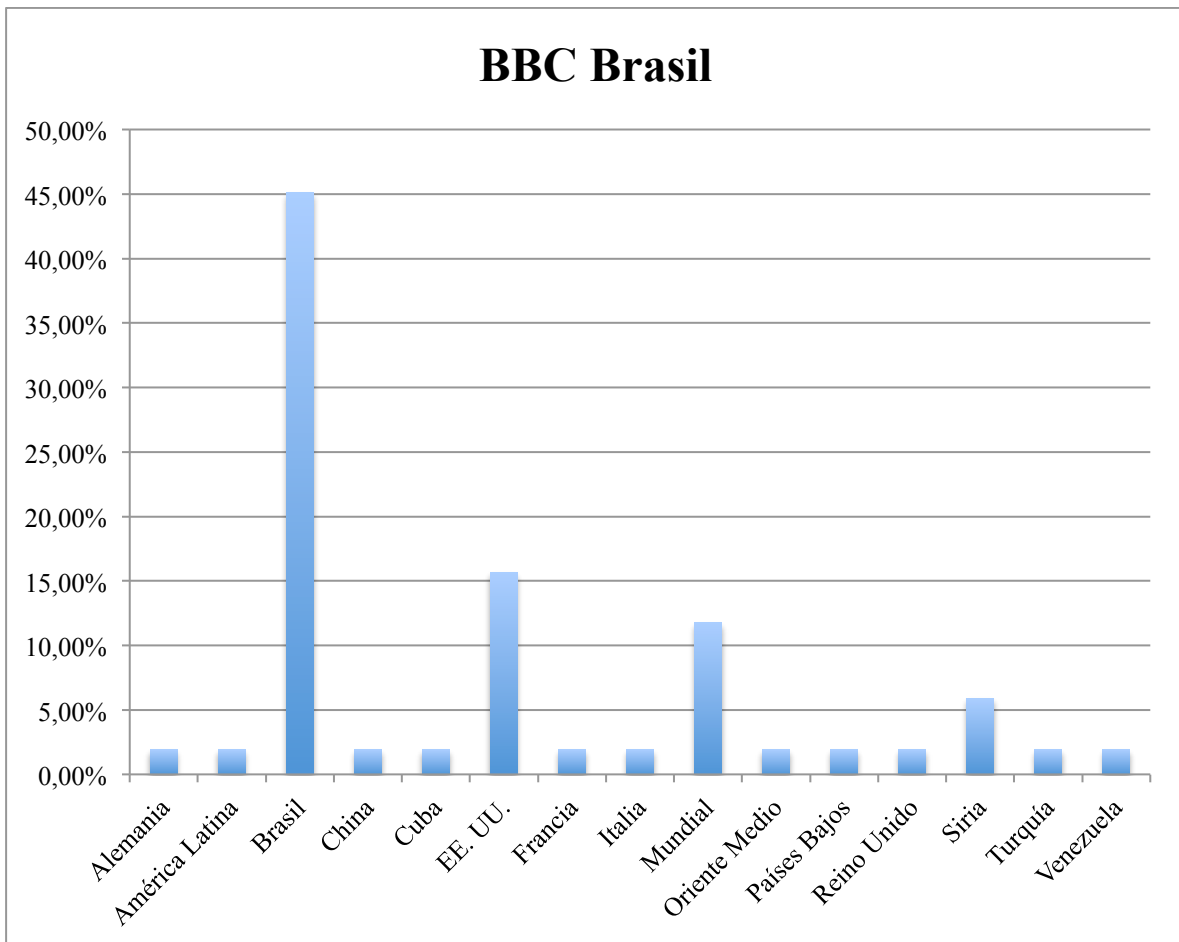


Gráfico 3: Presencia por países en BBC Brasil

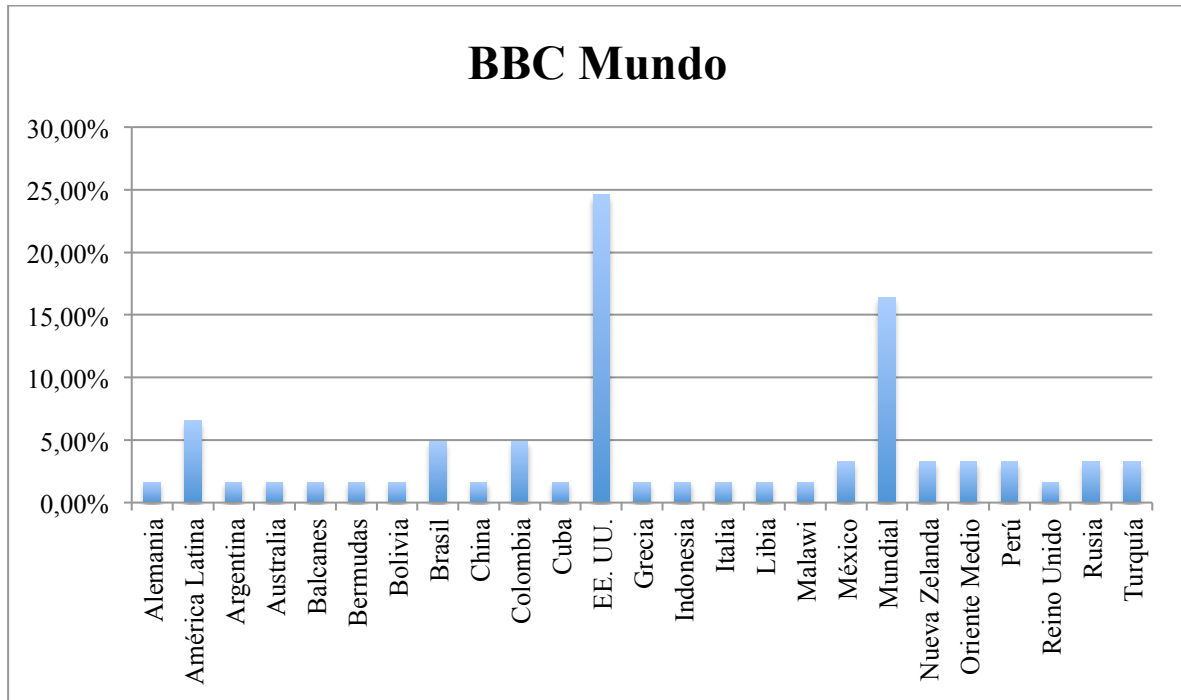


Gráfico 4: Presencia por países en BBC Mundo

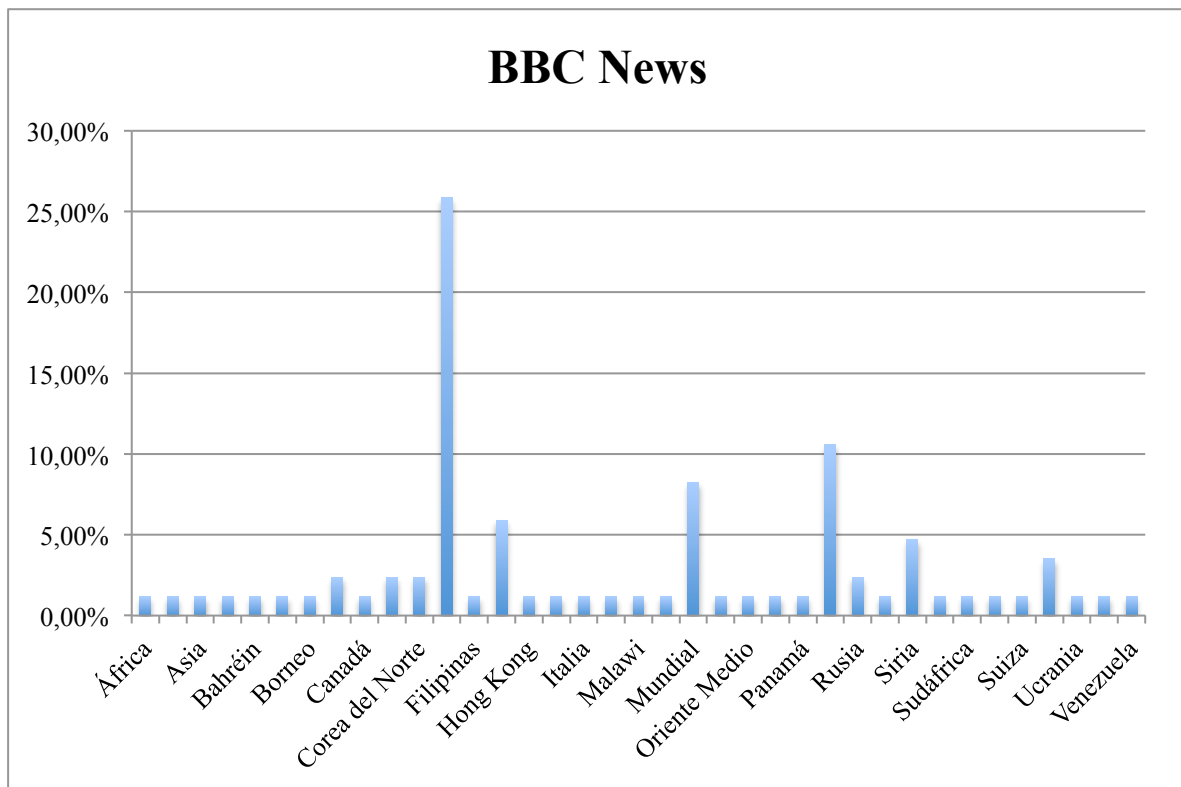


Gráfico 5: Presencia por países en BBC News

Para tener una imagen más clara de las zonas de las que se informa, se han agrupado los datos en las siguientes áreas geopolíticas: África, América Latina, Asia, Brasil, EE. UU., Canadá, Europa, Oceanía, Oriente Medio, Reino Unido, Rusia y Mundial. Se han considerado por separado 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 considerado Reino Unido por separado del resto de Europa, por tratarse del país de origen de la corporación mediática.

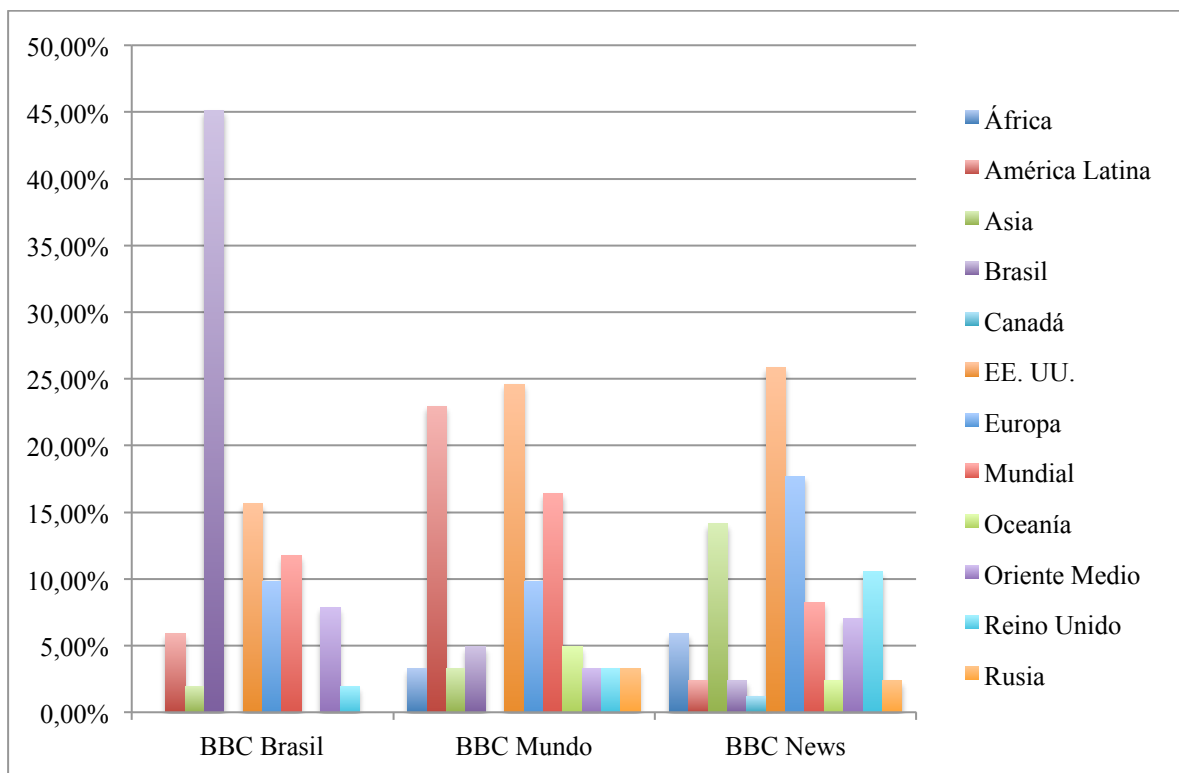


Gráfico 6: Distribución por áreas geopolíticas

En BBC Brasil, casi la mitad de las noticias (45,10 %) son de carácter nacional. Después, la zona con más presencia sería Estados Unidos (15,69 %), seguida de aquellas noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ningún área en particular (11,76%). En cuarto lugar aparece Europa (excluyendo Reino Unido), con el 9,80%. América Latina tiene una presencia del 5,88%. En BBC

Mundo, aparecen en primera posición las noticias sobre EE. UU. (24,59%) y, a continuación, las noticias sobre América Latina (22,95%). Después, estarían las noticias de ámbito mundial (16,39%) y de Europa sin Reino Unido (9,84%). Brasil tiene una presencia del 4,92%. En BBC News, las noticias sobre Estados Unidos representan el 25,88% del total, las de Europa (sin Reino Unido) suponen el 17,65%. A continuación, aparecen Asia (14,12%) y Reino Unido (10,59%). Las noticias sobre América Latina y sobre Brasil suponen un 2,35%, en ambos casos.

Estos datos muestran la diferente cobertura que reciben las distintas áreas 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 el caso de BBC Mundo, el porcentaje de noticias sobre América Latina es bastante menor, por debajo del 25%, e inferior al de noticias sobre Estados Unidos. De América Latina, Colombia es el país que más veces aparece (4,92%), seguido de Perú y México (3,28% cada uno). En total, están presentes seis países latinoamericanos; Argentina, Bolivia, Colombia, Cuba, México y Perú (Gráfico 4).

Resulta llamativa la escasa presencia de cada una de las dos zonas de Sudamérica en el sitio web correspondiente a la otra, a pesar de la cercanía geopolítica. Las noticias sobre Brasil en BBC Mundo representan apenas un 4,92% (Gráfico 4), y las noticias de América Latina en BBC Brasil, un 5,88% (Gráfico 6). Las noticias sobre Brasil y América Latina en BBC News suponen un porcentaje del 2,35% en cada caso. El hecho de que Reino Unido sea el país de origen del grupo mediático no parece influir demasiado en los contenidos de BBC Mundo y BBC

Brasil, puesto que la presencia de noticias sobre este país en estos dos medios es del 3,28% y el 1,96% respectivamente.

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

5.1.4 Conclusión

En esta primera parte del análisis, se han examinado los contenidos de las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil, para compararlos con los de BBC News y, así, tratar de establecer la selección que hace la BBC en cada uno de sus sitios web y para cada uno de sus públicos.

A partir de los datos obtenidos, parecería que los criterios de selección de noticias son diferentes en cada uno de los sitios web. En primer lugar, al analizar el tiempo que permanecen las noticias en la página de inicio, se observa que este es más prolongado en BBC Brasil y en BBC Mundo que en BBC News, lo que parecería indicar que el criterio de la actualidad a la hora de seleccionar las noticias no resulta tan importante en estos casos.

Atendiendo a la temática de las noticias, observamos que, aunque el contenido de tipo político domina en todos los sitios web, en BBC Mundo hay una presencia importante de noticias de temáticas más características de las *soft news*, como Catástrofes y accidentes e Interés humano. Si analizamos el contenido del corpus en función de las áreas geopolíticas tratadas en las noticias de cada uno de los sitios web, se observa que la proporción de noticias sobre la región a la que va dirigido cada medio es mucho mayor en BBC Brasil con respecto a BBC Mundo, donde hay una proporción mayor de noticias internacionales, en particular de Estados Unidos.

A pesar de que el limitado tamaño de la muestra no permite obtener datos relevantes de la combinación de categorías temáticas y zonas geopolíticas, se han observado algunos datos destacables: En el caso de BBC Brasil, la mayoría de las noticias de las dos categorías temáticas principales, Política y Policía y justicia, son de carácter nacional (siete y nueve de un total de 12, respectivamente). Así pues, 16 de las 23 noticias sobre Brasil tratan sobre Política y Policía y justicia, lo que es particularmente relevante si consideramos que en esta segunda categoría se encuentran las noticias sobre corrupción. Esto puede deberse a un interés del servicio brasileño por priorizar las noticias nacionales, lo que entraría en contradicción con los estudios de Dalpiaz (2009, 2011), aunque esta presencia también podría deberse al momento en que se recogió la muestra, con una situación política nacional complicada, tras la reciente destitución de la presidenta Dilma Rousseff y con varios casos de corrupción abiertos. También parece contradecir a los estudios mencionados la escasa presencia de noticias de Interés humano, en particular, y de *soft news* en general.

En BBC Mundo, se observa que nueve de las 15 noticias sobre Estados Unidos pertenecen a la categoría temática de Política, lo que supone más de la mitad de las noticias de esta categoría (9 de 17). Esto podría deberse a la importancia que tiene la política exterior estadounidense para los países de la zona, así como a la época de recogida de la muestra, que coincide con la llegada al Gobierno del presidente Trump. En cambio, de las 14 noticias sobre América Latina, solo tres pertenecen a la categoría Política, y en cambio ocho de ellas pertenecen a las categorías temáticas que se han establecido como *soft news*.

En general, los resultados del análisis de contenido parecen indicar que cada uno de los sitios web lleva a cabo sus propios procesos de selección de noticias, de acuerdo con su propia agenda o a las expectativas del público al que se dirigen.

5.2 Uso de la traducción en BBC Mundo y BBC

Brasil

Para analizar el uso de la traducción en las redacciones de BBC Mundo y BBC Brasil se han observado en primer lugar las fuentes a las que se hace referencia en el propio texto de la noticia. De acuerdo con este criterio, las noticias del corpus se dividen en tres grupos: aquellas noticias que únicamente mencionan fuentes en el idioma en que están redactadas (español o portugués), las que mencionan alguna fuente en otro idioma, y las que no mencionan ningún tipo de fuente.

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

Tabla 4: Clasificación según el idioma de las fuentes

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. Esto supone el 56,86% y el 77,05%, respectivamente. Como se ha comentado en secciones anteriores, en la práctica periodística no es frecuente que se lleve a cabo la traducción completa de un solo texto, sino que se suele recurrir a diversas estrategias de reescritura en las que la traducción está integrada en los procesos de redacción y edición de la nueva información. Por ello, a menudo resulta imposible encontrar los materiales originales a partir de los que se ha elaborado la noticia. Para este estudio, interesaba encontrar aquellos textos fuente que correspondan a publicaciones de otros departamentos de la BBC, pues de lo que se trata es de

comprender la dependencia de los servicios en portugués y en español con respecto a la publicación matriz, así como las dinámicas de colaboración e intercambio de informaciones dentro de la corporación.

Por este motivo, en aquellos casos en que se identificó presencia de traducción, se procedió a una búsqueda de las posibles noticias originales en el sitio web de BBC News y otros sitios web dentro del dominio bbc.com, a partir de palabras clave, nombres propios y marcas de traducción. En esta búsqueda, se encontraron coincidencias para 17 de las 29 noticias con fuentes en otros idiomas de BBC Brasil y para 26 de las 47 noticias con fuentes en otros idiomas de BBC Mundo, lo que supone el 33,33% y el 42,62%, respectivamente. En otros 18 casos (siete de BBC Brasil y 11 de BBC Mundo) se encontraron noticias similares o sobre el mismo tema, pero cuya redacción se diferencia lo suficiente como para considerar que se trata de textos elaborados de forma independiente.

Con estos datos, se han clasificado las noticias del corpus 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 (Tabla 5).

	BBC Brasil	BBC Mundo	Total
Externas (mismo idioma)	21	9	30
Externas (otro idioma)	13	23	36
BBC	17	26	43
No menciona fuentes		3	3
Total	51	61	112

Tabla 5: Origen de las fuentes mencionadas

Por otro lado, se observó quién firma cada noticia. En BBC Brasil, se encontraron 17 noticias sin firma y 34 con firma. Todas las noticias firmadas llevan el

nombre del periodista; 24 de ellas están firmadas por periodistas que escriben en portugués y 10 por periodistas que escriben en otra lengua. En el caso de BBC Mundo, aparecen únicamente 2 noticias sin firma. De las noticias firmadas, la mayoría (39) están firmadas por Redacción BBC Mundo, y 20 llevan el nombre del periodista. De estas, siete están firmadas por periodistas que escriben en español y 13 por un periodista que escribe en otra lengua.

	Periodista otro idioma	Periodista PT/ES	Redacción	Sin firma	Total
BBC Brasil	10	24		17	51
BBC Mundo	13	7	39	2	61
Total	23	31	39	19	112

Tabla 6: Firma de las noticias

Así, se aprecia una diferencia importante entre ambos sitios web; mientras que en BBC Brasil el 66,67% de las noticias están firmadas con el nombre del periodista, en BBC Mundo la mayoría (el 63,93%) llevan la firma genérica de Redacción y solo 32,79% están firmadas por un periodista. Esto parece apuntar a una mayor invisibilidad de los periodistas en BBC Mundo.

En las secciones siguientes, se describen las características de cada uno de estos grupos de noticias, de acuerdo con la clasificación que hemos establecido, poniendo estos datos en relación, cuando sea relevante, con los resultados obtenidos en la primera parte del análisis.

5.2.1 Noticias sin presencia de traducción interlingüística

Como se aprecia en las tablas 4 y 5 presentadas en el apartado anterior, el volumen de noticias elaboradas exclusivamente a partir de fuentes en el mismo idioma en el

que están redactadas difiere bastante entre ambos sitios web. Esta disparidad es mucho más acusada en BBC Mundo (nueve noticias con fuentes en español de un total de 61, un 14,75%), que en BBC Brasil (21 noticias con fuentes en portugués de 51, un 41,18%). En ambos casos se trata de noticias sobre América Latina y Brasil respectivamente y, en el caso de BBC Brasil, la proporción es bastante parecida, aunque algo inferior, a la del total de noticias nacionales, que, como se explicaba en un apartado anterior, es ligeramente superior al 45%. En BBC Mundo, en cambio, estos dos porcentajes están más alejados, pues las noticias sobre América Latina superan el 22%.

Dado que se trata de noticias elaboradas a partir de fuentes propias, cabría esperar que fueran firmadas con nombre propio. Esto ocurre en BBC Brasil, donde 19 de las 21 noticias están firmadas por un periodista y solo en un caso no aparece ningún tipo de firma. En BBC Mundo, en cambio, solo cuatro de las nueve noticias están firmadas por el periodista que las redactó; en las otras cinco, la firma que aparece es de Redacción. Así pues, en este grupo de noticias sin traducción interlingüística, la visibilidad del periodista parece ser bastante mayor en BBC Brasil, donde la proporción de noticias firmadas es aun mayor que en la muestra general, que en BBC Mundo.

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 que, por los elementos paratextuales y por las fuentes citadas, parecen haber sido elaboradas por BBC Mundo y BBC Brasil de forma independiente 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 encontrado noticias similares en otra página de la BBC, pero cuya redacción está 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 23 de BBC Mundo, lo que supone, respectivamente, el 25,49% y el 36,70% 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: 145-149) y que tanto BBC Mundo como BBC Brasil tienen corresponsales propios en distintos lugares del mundo. A pesar de que resulta complicado averiguar cuál es el origen de estas noticias, puede ser útil fijarse en las fuentes que se mencionan. Como explica Hernández Guerrero, las noticias internacionales se suelen nutrir principalmente de «tres fuentes: las noticias de agencia, las redactadas por los corresponsales del periódico en distintas capitales extranjeras y las noticias traducidas de otros medios impresos» (Hernández Guerrero, 2009: 66). En nuestro caso, se han encontrado solamente 5 noticias que mencionen expresamente que se ha recurrido a contenido de agencias; sin embargo, sí es frecuente que se indique que las fotografías proceden de agencias. A menudo se mencionan otro tipo de fuentes, entre las que se incluyen otros medios de comunicación, declaraciones de autoridades, organismos internacionales, etc. Tampoco se han encontrado noticias traducidas de otros medios, en el sentido en que la autora se refiere a ellas (*ibid.*: 73-78), puesto

que no parece que los servicios de la BBC traduzcan informaciones de «otros medios con los que mantienen vínculos económicos, empresariales e ideológicos» (*ibid.*: 77), aunque sí se han encontrado una serie de noticias redactadas a partir de una sola fuente, que corresponderían con la definición de lo que esta autora llama «reescritura *stricto sensu*», es decir, aquellas en las que «la traducción de un original sirve como punto de arranque para la creación de un nuevo texto que difícilmente puede ser considerado como su traducción» (*ibid.*: 90).

Con estos datos, se han definido tres categorías de noticias redactadas a partir de fuentes externas a la BBC: noticias redactadas a partir de una variedad de fuentes, noticias de corresponsales y reescrituras a partir de una fuente única (Tabla 7). Esto nos da la siguiente distribución:

	BBC Brasil	BBC Mundo
Varias fuentes	7	14
Corresponsal	4	2
Una fuente	2	7
Total	13	23

Tabla 7: Origen de las fuentes

5.2.2.1 Noticias redactadas a partir de varias fuentes

Como indica Hernández Guerrero, «en la producción de noticias a partir de material en otras lenguas, es poco frecuente que el periódico se centre en un solo texto y en su traducción completa» (*ibid.*: 83). Lo que suele ocurrir es que se recopile información de distintas fuentes para componer un artículo. El medio de comunicación recibe despachos o teletipos de distinta procedencia, ya sea de agencias o por otras vías, en distintos idiomas, y va dando forma a la noticia a partir de todas estas fuentes (*ibid.*: 68). En la muestra analizada, este procedimiento parece ser el más frecuente dentro de las noticias redactadas a partir de fuentes en

otro idioma, con siete casos de 13 en BBC Brasil y 13 de 23 en BBC Mundo. Como se indicaba en el apartado anterior, solo cinco de estas noticias mencionan específicamente el uso de contenido de agencias, aunque es posible que en otros casos se utilice este tipo de material sin hacer mención a la fuente. Más frecuente parece el recurso a otras fuentes, como son otros medios de comunicación, organismos internacionales y declaraciones de políticos y autoridades; sin embargo, esta información podría haberse obtenido directamente a partir de las fuentes citadas, o bien a través de agencias u otros medios. En algunos casos, aparecen mencionados corresponsales de otros servicios de la BBC, sin que por ello se trate de una traducción de otra noticia, lo que parecería indicar que las distintas redacciones del Servicio Mundial de la BBC recurren unas a otras para nutrirse de información.

Este tipo de traducción podría corresponder a lo que Hernández Guerrero denomina traducción compilada:

Quando se traduce una noticia procedente de otros medios o de agencias, en ocasiones se hace necesario ponerla al día, completarla con datos de otras fuentes o introducir información adicional, para poder transmitir la actualidad informativa de una manera fidedigna y fácilmente comprensible por el nuevo receptor. Se produce entonces un nuevo texto que, al compilar fragmentos de otros, adquiere una nueva identidad y empieza a diferenciarse del original primero del que partía. (*ibid.*: 86)

En general, estas noticias no llevan firma, en el caso de BBC Brasil, o van firmadas por Redacción, en el caso de BBC Mundo, aunque aparecen dos noticias, una en cada medio, firmadas con nombre propio. Con todo, no parece que estas dos noticias tengan ninguna particularidad que permita explicar esta excepción.

Las noticias citan fuentes en distintos idiomas, aunque no resulta posible saber si hay traducción directa desde estos o si se ha recurrido a traducciones

indirectas (por ejemplo, de agencias). En una ocasión, una noticia de BBC Mundo cita entre las fuentes a BBC Brasil, lo que parece dar a entender que existe comunicación directa entre ambos servicios, como apuntaba Dalpiaz (2011).

5.2.2.2 Noticias de corresponsales extranjeros

Como explica Hernández Guerrero,

los artículos de los corresponsales de prensa apenas si han recibido atención desde el punto de vista traductológico, pues, al tratarse de textos redactados por periodistas nacionales enviados a otros países para que informen a la audiencia de sus periódicos, se han considerado como producción original y no como información traducida. Sin embargo, la realidad es bien distinta. Gran parte de la labor de estos profesionales implica traducir; sus crónicas, además, reproducen mucho material foráneo traducido (citas textuales, declaraciones, comunicados de prensa...) (*ibid.*: 71).

Como ya se ha mencionado, los servicios en otras lenguas del Servicio Mundial de la BBC a menudo cuentan con corresponsales propios que cubren noticias en otras áreas del mundo, con independencia de los corresponsales de la BBC en lengua inglesa o en otras lenguas. En este corpus, se han encontrado seis artículos de corresponsales, cuatro de ellos de BBC Brasil y dos de BBC Mundo. Dichos corresponsales están establecidos en diferentes lugares de Estados Unidos (en Nueva York y en Los Ángeles los de BBC Mundo, y en Washington y en Winston-Salem los de BBC Brasil), así como en Venezuela y en Alemania (BBC Brasil). En todos los casos excepto en uno, las noticias están firmadas por el propio corresponsal. Esto parece indicar que a los corresponsales en el extranjero se les atribuiría un grado de autoría mayor del que se reconoce a los redactores que elaboran noticias a partir de diversas fuentes.

5.2.2.3 *Noticias elaboradas a partir de una sola fuente*

Se han incluido bajo esta denominación una serie de noticias elaboradas a partir de una única fuente, ya sea un artículo aparecido en otro medio o en un blog, declaraciones institucionales de cargos políticos o estudios e informes de organismos internacionales o expertos. En todos estos casos, la noticia resultante no es exactamente una traducción del texto original, sino que adapta la información y la recontextualiza en el nuevo formato. Este tipo de reescrituras aparece en el corpus en nueve ocasiones, dos en BBC Brasil y siete en BBC Mundo.

Este tipo de noticias correspondería a lo que Hernández Guerrero denomina reescritura *stricto sensu*, pues se trata de materiales elaborados a partir de una sola fuente, pero con un grado de reelaboración muy alto, que impediría considerarlas como traducciones (*ibid.*: 90-94). Dentro de este grupo encontramos, por ejemplo, noticias elaboradas a partir de informaciones publicadas en otros medios (una noticia publicada en *The Guardian*, una entrevista a Trump emitida por la CBS o la lista de los más ricos de la revista *Forbes*), pero también entradas de blog, informes de instituciones o estudios académicos sobre ciencia y tecnología, y declaraciones oficiales de la Casa Blanca y del Kremlin.

Todas ellas aparecen sin firmar o, en el caso de BBC Mundo, firmadas por Redacción, por lo que, de nuevo, en esta ocasión no se tiene en cuenta la autoría del redactor de la noticia final, aunque tampoco se reconoce la del autor de la información de origen, como sí ocurre en los casos presentados por Hernández Guerrero (*ibid.*).

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. Como se indicaba en la tabla 5 se trata de 17 noticias en el caso de BBC Brasil y 26 en el caso de BBC Mundo. Esto supone el 33,33% del total de noticias de BBC Brasil y el 44,62% de BBC Mundo. En la mayoría de los casos, estas noticias mencionan explícitamente la fuente (Tabla 8), ya sea en la firma o en el contenido del texto. En cuatro ocasiones, dos en cada uno de los medios, se incluye un enlace a la noticia original. Sin embargo, también se han encontrado casos (seis en BBC Brasil y cinco en BBC Mundo) en los que no se hace ningún tipo de mención a la BBC como fuente.

	BBC Brasil	BBC Mundo
en el texto	0	9
en la firma	9	11
en la firma y enlace al original	1	2
enlace al original	1	0
no se menciona	6	5

Tabla 8: Mención de la fuente de la noticia

Para la mayoría de las noticias se ha encontrado una coincidencia con fecha previa procedente de BBC News; sin embargo, las cuatro noticias con enlace a la versión original proceden de otros sitios web de la BBC, como son BBC Autos, BBC Cultures, BBC Earth y BBC Worklife. Estos sitios web, de contenido temático, tienen un estilo diferente a la información de BBC News, con reportajes de entretenimiento y no tanto de actualidad. Se han encontrado además dos coincidencias en formato audio en BBC Newsday y una coincidencia en vídeo de BBC Three. Además, se ha encontrado una coincidencia en BBC Brasil para una noticia de BBC Mundo. Salvo esta última, todas las coincidencias son en inglés.

Parece pues que hay un cierto intercambio de información entre ambos servicios latinoamericanos; no obstante, esto no es así en todos los casos: en BBC Brasil se han encontrado dos noticias sobre América Latina traducidas del inglés, y en BBC Mundo, una noticia sobre Brasil cuyo original está en inglés, aunque escrito por un periodista brasileño. Incluso se ha encontrado en BBC Mundo una noticia sobre Argentina que no está escrita originalmente en español, sino traducida del inglés.

Si nos fijamos en los días de diferencia entre la publicación del texto original y la traducción vemos que en BBC Mundo en 16 de los 26 casos, el original se publicó el mismo día o el día anterior. En BBC Brasil, sin embargo, las traducciones no parecen tan inmediatas: en la mayoría de los casos (14 de 17), el original se publicó en la semana anterior a la publicación de la traducción, pero solo hay seis noticias en las que la diferencia entre original y traducción sea como máximo de un día. Merece la pena comentar un grupo de noticias cuya fuente se habría publicado con más de un mes de antelación, llegando, en algún caso, a sobrepasar los cien días de diferencia. Se trata de cinco noticias (tres de BBC Brasil y dos de BBC Mundo), todas ellas correspondientes a categorías consideradas *soft news*, en las que la actualidad no es un valor informativo importante. Entre ellas están las cuatro noticias mencionadas anteriormente, cuya fuente son secciones de entretenimiento de la BBC. Se trata pues de lo que se conoce como noticias de relleno, es decir, noticias que se pueden publicar en cualquier momento y que se utilizan para llenar los huecos que puedan quedar en la publicación (Ilan, 2019: 31).

En lo que respecta a la firma, las noticias traducidas van acompañadas del nombre del periodista en 10 ocasiones en BBC Brasil y en 14 ocasiones en BBC

Mundo. Salvo en una ocasión en BBC Mundo, en todos los casos se trata del nombre del periodista que redactó la noticia original, y no del traductor. Dicha excepción es una noticia firmada por una corresponsal de BBC Mundo en Los Ángeles, en la que hay una parte traducida de otra noticia de BBC News (apenas unas frases), pero que el resto de la noticia es de redacción propia. Como se ha visto en las secciones anteriores, los corresponsales son la excepción en la que las noticias van firmadas por los periodistas del medio de destino. El resto de las noticias no llevan firma o están firmadas por Redacción.

5.2.3.1 Tipo de traducción

Por último, se han comparado las noticias del corpus con los textos originales encontrados para comprobar qué grado de intervención se da en las noticias traducidas. La intención de este apartado no es analizar las estrategias de traducción utilizadas, sino comparar el grado de similitud del texto resultante con la noticia original para tener una idea general del grado de intervención del periodista-traductor en los textos que traduce. De esta comparación, se han obtenido los siguientes patrones:

- Coincidencia completa: Traducción del texto completo, sin eliminar ni añadir nada. Se trata de una traducción muy literal, casi palabra por palabra.
- Coincidencia casi completa: Traducción del texto completo. Se modifica alguna frase, aunque los cambios son mínimos.
- Coincidencia parcial: Se traduce una parte, pero no el texto completo. Se han encontrado casos en los que el texto se recorta, casos en los que el texto

traducido es más largo que el original y casos en los que hay tanto omisiones como adiciones.

- **Combinación de dos o más fuentes:** La traducción combina párrafos traducidos de dos o más noticias originales. En algunos casos, incluye además otras modificaciones.
- **Vídeo/Audio:** La noticia original está en formato de vídeo o de audio. En estos casos, la traducción es parcial y adaptada al cambio de formato.

	BBC Brasil	BBC Mundo
Coincidencia total	10	6
Coincidencia casi total	1	8
Coincidencia parcial	3	9
Combina dos o más fuentes	1	2
Vídeo/Audio	2	1
Total	17	26

Tabla 9: Tipos de coincidencia en las noticias traducidas de la BBC

En el caso de BBC Brasil, donde las coincidencias totales o casi totales suman 11 de un total de 17, parece haber una tendencia a traducir este tipo de noticias de forma íntegra o con mínimas modificaciones, y son escasos en el corpus los casos de traducción parcial o la combinación de varias fuentes. Esta tendencia no es tan clara en BBC Mundo, donde la cifra de coincidencias totales o casi totales estaría solamente un poco por encima de la mitad, con 14 casos de 26.

No obstante, aun en aquellos casos en que hay modificaciones (exceptuando las noticias en las que hay un cambio de formato), las partes traducidas, a nivel de párrafo o de frase, son traducciones literales, es decir, se eliminan fragmentos que se considera que no interesan o se añade información nueva para adaptar la noticia, pero, en general, los fragmentos traducidos no se reelaboran, como sí ocurre en las reescrituras mencionadas en las secciones anteriores.

Para explicar estas estrategias, resulta útil recurrir a los conceptos de fuentes estables e inestables, de la forma en que Hernández Guerrero los aplica a la traducción periodística. Así pues,

cuando el original es una fuente inestable, no se considera como texto definitivo; en sus diferentes fases de producción, pasa por varios mediadores que cuentan con gran libertad para ponerlo al día y actualizarlo. Es habitual que en este periplo el quehacer traductor implique que los textos se abrevien o se amplíen, se les añada información o se les suprima, en un proceso de reescritura que termina por adaptarlos a las necesidades informativas de los medios, con todas las implicaciones que ello conlleva (2009: 45).

En cambio,

cuando el original es una fuente estable, el texto de llegada lo reproduce fielmente, si bien se adapta al nuevo marco comunicativo. [...] En el proceso de traducción, estos textos reciben la consideración de fuente estable: se respeta su contenido y su integridad, se reproducen fielmente. El producto resultante suele ser equivalente al original, dando lugar a traducciones *stricto sensu*. Su estatus, además, suele ser el de una traducción; por ello, en algunos medios, es frecuente que incluya ciertas marcas que permiten reconocerlo como tal (*ibid.*: 45-46).

Mientras que las noticias procedentes de agencias e informaciones de otras fuentes reciben, por lo general, el tratamiento de fuentes inestables, «textos polivalentes, abiertos, manipulados una y otra vez por los informadores, adaptados a las exigencias propias de cada medio y reescritos de continuo» (*ibid.*: 69), las ya publicadas por otros servicios de la BBC parecen tener una consideración diferente; su contenido y su integridad parecen respetarse con más frecuencia y a menudo se incluyen marcas que permiten reconocerlas como traducción, como el nombre del autor del texto original o incluso un enlace a la noticia de origen. Es decir, recibirían un tratamiento de fuentes estables.

5.2.4 Conclusión

A pesar de que BBC Mundo y BBC Brasil, como medios traducidos, dependen en gran medida de los contenidos que se traducen del sitio web en inglés, lo cierto es que el corpus analizado muestra una proporción relativamente alta de noticias que parecen de elaboración propia.

En particular, parece deducirse de los resultados que las noticias sobre temas que afectan a las regiones a las que está destinada la publicación son generalmente noticias de elaboración propia, a cargo de las redacciones locales de los servicios para América Latina. Por otra parte, estas redacciones se ocupan también de una parte no desdeñable de los contenidos internacionales, ya sea a través de los periodistas de la propia redacción, que recurren a contenido de agencias, instituciones u otros medios, o mediante corresponsales propios. En general, los resultados del análisis de la presencia de traducción parecen indicar una cierta independencia en la selección de información y una voluntad de adaptar los contenidos al público meta, puesto que la mayoría de las noticias de la muestra son de elaboración propia. Estos datos, en contraposición a las conclusiones obtenidas por Valdeón hace quince años (2005a, 2005b), parecen indicar un cambio de modelo similar al que describe Podkalicka (2011: 145-148) para otros servicios de la BBC, en el que los contenidos propios adquieren mayor relevancia.

Con todo, no se puede negar que la dependencia de la publicación matriz es alta, ya que un tercio de los contenidos, en el caso de BBC Mundo, y más de un 40% en el caso de BBC Brasil son traducciones de noticias aparecidas en BBC News o en otros servicios de la BBC en inglés. Esto supone, en ambos casos, más de la mitad de las noticias en las que hay algún tipo de presencia de traducción. En

las ocasiones en que esto ocurre, parece haber una tendencia a traducir las noticias de forma íntegra o prácticamente íntegra, a pesar de que en algunos casos hay modificaciones importantes o se combinan varias noticias en una.

Por último, cuando se trata de traducciones de otras noticias de la BBC, es frecuente la presencia de marcas de traducción; en la mayor parte de los casos, hay algún tipo de mención a la página en la que se publicó la noticia fuente, ya sea en la firma o en el propio texto. A menudo, se incluye el nombre del periodista original en la firma, otro elemento que indicaría que se trata de una traducción y reafirmaría el argumento de que estas noticias reciben el tratamiento de fuentes estables. No ocurre lo mismo con otras noticias en las que hay presencia de traducción de otro tipo, que no suelen ir firmadas a menos que sean de la autoría de corresponsales; sin embargo, en las noticias para las que se utilizan fuentes en el mismo idioma en que están redactadas, en ambos medios más de la mitad de ellas están firmadas con nombre propio.

5.3 El encuadre y reencuadre en los titulares de las noticias de las páginas de inicio

La última fase del análisis consistió en observar los encuadres presentes en los titulares incluidos en el corpus, así como las estrategias de reencuadre en el caso de los titulares de las noticias traducidas. Con ello, se pretende responder al tercer objetivo planteado, que consiste en determinar qué importancia y qué efecto tienen los titulares, como elemento fundamental de encuadre en las portadas de BBC Mundo y BBC Brasil, de qué manera actúan como «textual negotiator between the story and its readers» (Dor, 2003: 696) y mediante qué estrategias se recontextualiza el discurso en el proceso de traducción de estos.

Esta fase del análisis se divide en dos partes, la primera, en la que se comparan los encuadres utilizados en las páginas de inicio de los sitios web de BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News, y la segunda, que se fija específicamente en los titulares traducidos, para observar las estrategias de reencuadre a las que se recurre en cada uno de los medios.

5.3.1 Estrategias de encuadre en los titulares de BBC Mundo y BBC Brasil

El corpus utilizado para el análisis de las estrategias de encuadre consta de 197 titulares de noticias de las páginas de inicio, de los que 85 corresponden a BBC News, 61 a BBC Mundo y 51 a BBC Brasil. Estos se distribuyen en 21 portadas, siete en cada idioma. El análisis consistió en la observación de las estrategias de encuadre más frecuentes en los titulares del corpus, y su clasificación en categorías establecidas en torno a tres ejes: el uso de encuadres temáticos o encuadres

episódicos, el uso de lenguaje evaluativo y el uso de estrategias de anticipación. En las secciones siguientes, se describen los resultados obtenidos.

5.3.1.1 Uso de encuadres episódicos

En una sección anterior, al analizar las temáticas más frecuentes en las páginas de inicio de BBC Mundo y BBC Brasil, se presentaron los conceptos de *hard news* y *soft news* y se explicó que, para clasificar las noticias en estas dos categorías, no solo es importante el tema tratado, sino también cómo se presenta. Tanto es así que, para algunos autores, como Glogger y Otto, el encuadre es la dimensión que mayor impacto tiene en que una noticia se perciba como dura o blanda (2019: 13). Por este motivo, vistos los resultados obtenidos en relación con la temática, a la hora de analizar el encuadre dado a las noticias, interesa averiguar si este hace que se perciban como duras o como blandas.

Para ello, se ha recurrido a los conceptos de encuadre temático y episódico planteados por Iyengar (1991), dado que «thematic framing and the concentration on societal-level consequences of an event are regarded as indicators for hard news, whereas episodic framing and addressing the individual-level significance indicate soft news» (Reinemann *et al.*, 2012: 226). No obstante, a menudo los enfoques no son exclusivamente temáticos o episódicos, sino que presentan una serie de características que justifican su inclusión en una u otra categoría. Por ello, para observar la tendencia hacia uno u otro lado de los titulares de las páginas de inicio de los tres medios analizados, nos hemos fijado en una serie de parámetros que indicarían el uso de encuadres episódicos.

Dado que «the softening of news could be indicated by an increasing focus on personal and private matters or on single events and exemplars» (*ibid.*: 233), se han observado aquellos casos de personalización, entendida como «references to 'ordinary' people, their emotions, experiences» (Bednarek, 2016: 31). Así, se observan el uso de esta estrategia para suavizar noticias que, por su temática, pertenecerían a categorías de noticias duras, como se observa en los siguientes ejemplos:

Mataram meu filho enquanto ele brincava!: a vida em uma cidade síria sitiada

El momento en que un niño afgano le quiere agarrar la mano a Angela Merkel para "agradecerle" por su vida en Alemania

Además, este tipo de personalización crea un dramatismo que genera empatía en el lector, presentando situaciones trágicas desde un enfoque personal:

'Vi tochas humanas': as lembranças de um sobrevivente do ataque que levou EUA a Segunda Guerra

"Adiós al amigo que estaba a bordo": el homenaje de un periodista de la BBC a su mentor que murió en la tragedia aérea del Chapecoense en Colombia

En otras ocasiones, se han encontrado titulares en los que se consigue suavizar una noticia de un tema considerado duro, como puede ser política o economía, mediante un encuadre episódico que recurre a la anécdota, como se observa en los siguientes ejemplos:

Cuba oferece rum para pagar dívida de R\$ 900 milhões com República Tcheca

Las tres vacas que se quedaron aisladas en un prado tras el potente terremoto en Nueva Zelanda

20.000 Biblias usadas como papel sanitario, un video porno de un presidente y otras 3 curiosidades de la Guerra Fría

No obstante, en otros casos, la noticia se enmarcaría dentro de la categoría de *soft news* tanto por tema como por encuadre, como es el caso del siguiente ejemplo:

El ladrón que no dejó las huellas de sus dedos sino de sus nalgas en el lugar del crimen

Por último, se ha observado el uso de expresiones apelativas que se dirigen directamente al lector, es decir, pronombres o verbos en primera o segunda persona, vocativos e imperativos. Este tipo de titulares «fomentan la interacción al despertar la curiosidad en el lector» (Bazaco *et al.*, 2019: 102), como se observa en los siguientes ejemplos, ambos de BBC Brasil:

Dez anos do iPhone: conheça as inovações que tornaram possível o telefone revolucionário

Congresso da andamento a pacote anticorrupção e PEC do teto: saiba o que está em jogo

En ellos, se conmina al lector, mediante un imperativo, a acudir al texto de la noticia para saber más o entender mejor un determinado asunto. En otras ocasiones, lo que se busca es que el lector se vea implicado personalmente en la noticia:

De tenis al genoma humano, los 5 libros de 2016 que Bill Gates cree que no debes perderte

5 trucos para que tu celular se cargue más rápido

¿En qué países te puedes conectar mejor a internet por 4G?

China, o lugar onde há apps para resolver quase todos os seus problemas

Este tipo de encuadres se han encontrado en 16 casos en BBC Brasil y 18 en BBC Mundo, lo que supone el 31,37% y el 29,50% de los titulares del corpus respectivamente, y solo en seis ocasiones (7,05%) en BBC News.

5.3.1.2 *Uso del lenguaje evaluativo*

Para analizar el uso del lenguaje evaluativo en BBC Mundo, BBC Brasil y BBC News, se han observado cuatro de los 12 parámetros propuestos por Bednarek (2010) en el léxico de los titulares del corpus. Estos cuatro parámetros son los de la comprensibilidad, la emotividad, lo (in)esperado y la importancia, y se pueden expresar mediante recursos discursivos muy variados. En este estudio, nos limitaremos a las estrategias léxicas y, en particular, al uso de sustantivos, adjetivos y otros modificadores con un valor evaluativo.

El parámetro de la comprensibilidad, que consiste en evaluar una información según el grado de facilidad o dificultad que plantea su comprensión, se ha encontrado en tres titulares, dos de ellos de BBC Mundo y uno de BBC Brasil. Se trata de los siguientes:

¿Cómo ocurrió en realidad el asesinato del místico ruso Grigori Rasputín?

El extraño objeto que deambula en las fronteras de la Vía Láctea

O misterioso rio de ferro líquido descoberto no centro da Terra

En el primer caso, el efecto dramático se consigue mediante la locución «en realidad», que sugiere que en el texto se va a revelar información sobre el asesinato de Rasputín. En los dos casos siguientes se utilizan adjetivos relacionados con lo desconocido («misterioso», «extraño») para calificar al sujeto de la oración,

generando así una sensación de incomprendibilidad que, de nuevo, se resolvería al leer el texto completo.

La emotividad es el parámetro que aparece con más frecuencia en el corpus, con un total de 21 ocasiones en BBC Mundo, 14 en BBC News y cuatro en BBC Brasil. Como se ha explicado anteriormente, este parámetro refleja posturas de aceptación o rechazo con respecto a personajes o hechos y pretende crear una respuesta emotiva en el lector. Es más frecuente que se utilicen etiquetas de carga negativa, puesto que la negatividad es uno de los principales valores noticiosos para los medios de comunicación (Molek-Kozakowska, 2013: 118). En el corpus, se encontraron evaluaciones negativas en cuatro casos de BBC Brasil, en 12 ocasiones en BBC Mundo y en diez en BBC News. En nuestro corpus, el lenguaje emotivo negativo aparece generalmente en titulares políticos, de forma que el juicio de valor, además de provocar una emoción en el lector, expresa la postura ideológica del medio, como se ve en estos dos ejemplos de BBC Brasil:

De "zumbi fascista" a "Frankenstein esquizofrênico"? A crítica de juristas de peso a pacote anticorrupção

Decisões de Obama sobre conflito entre Israel e Palestina são tímidas e tardias?

En el primero, las etiquetas *zumbi fascista* y *Frankenstein esquizofrênico* se utilizan para calificar el paquete de medidas anticorrupción del que habla la noticia. Esta calificación negativa se ve reforzada por la etiqueta *de peso* para referirse a los juristas que las utilizan, expresando así el parámetro de importancia. En el segundo ejemplo, el medio emite un juicio de valor sobre las decisiones de Obama mediante los adjetivos *tímidas* y *tardias*.

Este uso de etiquetas negativas que marcan la postura ideológica del medio con respecto a un tema también aparece en BBC Mundo, como se observa en estos ejemplos:

¿Es peligroso que Donald Trump se rodee de militares para gobernar Estados Unidos?

Gobierno de Turquía retira polémica ley para que abusadores de menores de edad se casen con sus víctimas

¿Demasiado tarde?: por qué Obama desató la ira de Israel a pocas semanas de terminar su mandato

En los dos primeros casos, los adjetivos «peligroso» y «polémica» tienen una carga emotiva importante y, a la vez, califican negativamente las decisiones de los gobiernos estadounidense y turco respectivamente. En el tercero, tanto la primera parte del titular, «¿Demasiado tarde?», como el sustantivo «ira» expresan una evaluación de las acciones de Obama y, al mismo tiempo, inducen una reacción negativa en el lector.

En BBC News, el uso del lenguaje negativo para marcar la postura política del medio se ve de forma muy clara en los titulares relacionados con las primeras acciones de Trump en el Gobierno, como puede comprobarse en los siguientes ejemplos:

Controversial Trump strategist defended

Trump picks climate sceptic Pruitt

Trump picks hardliner as Israel envoy

En los tres casos, las etiquetas *controversial*, *climate sceptic* y *hardliner* se utilizan para expresar una opinión crítica sobre estos nombramientos.

No obstante, también se han encontrado casos en los que el uso de lenguaje emocional negativo no parece responder tanto a una cuestión de posicionamiento ideológico como a la intención de aumentar el dramatismo. Esto se ve en los ejemplos siguientes de BBC Mundo:

"Adiós al amigo que estaba a bordo": el homenaje de un periodista de la BBC a su mentor que murió en la tragedia aérea del Chapecoense en Colombia

El olvidado naufragio que dejó 500 muertos en el mar Mediterráneo y nadie lo investigó

En estos dos casos, el sustantivo «tragedia» y el adjetivo «olvidado» tienen la función de resaltar los aspectos dramáticos de ambos sucesos. Lo mismo ocurre en los siguientes ejemplos de BBC News:

Aleppo's 'forgotten' civilians evacuated

Chaos as Venezuela banknote withdrawn

En el primer ejemplo, con el adjetivo *forgotten* se busca la empatía con los civiles sirios evacuados; en el segundo, se trata de dar intensidad emotiva la situación de Venezuela mediante el sustantivo *chaos*.

No se han encontrado ejemplos de este tipo en BBC Brasil, donde los cuatro casos de lenguaje emocional negativo parecen indicar más bien una evaluación política.

A pesar de la mayor frecuencia de lenguaje emotivo negativo, también se encuentran en el corpus titulares con lenguaje emotivo positivo. Esto ocurre en nueve ocasiones en BBC Mundo y en tres en BBC News.

En BBC Mundo, el léxico con connotaciones emotivas positivas se utiliza generalmente para aportar dramatismo o interés al titular, como vemos en los siguientes ejemplos:

El fascinante origen mexicano de la poinsettia, la planta navideña por excelencia

La actriz Carrie Fisher, la legendaria Princesa Leia de Star Wars, sufre un ataque al corazón en un avión

En el primer caso, con el adjetivo «fascinante» se busca despertar interés en el lector por el origen de esta planta. En el segundo, se pretende generar empatía con la actriz al calificarla de «legendaria». Solo en un caso parece haber una valoración política, y es en el siguiente:

Por qué el Congreso de Perú forzó la renuncia del popular ministro de Educación

Aquí, se califica al ministro de «popular», lo que parece indicar una valoración positiva por parte del medio de comunicación.

En BBC News, uno de los ejemplos de uso de lenguaje positivo encontrados refleja la intención de crear una respuesta emotiva en el lector:

Man 'in love' drives through airport

El hecho de mencionar que el hombre estaba enamorado provoca en el lector empatía con el protagonista de la noticia. En los otros dos casos, la valoración positiva no la hace el periodista, sino uno de los sujetos de la noticia:

Trump gets 'very nice letter' from Putin

Queen feels 'better' says Princess Anne

El parámetro de lo (in)esperado refleja la valoración de un hecho o una situación como esperados o inesperados. Se han encontrado cuatro ejemplos, todos

ellos de lo inesperado, uno en BBC Mundo y tres en BBC News, que son los siguientes:

20.000 Biblias usadas como papel sanitario, un video porno de un presidente y otras 3 curiosidades de la Guerra Fría

UK terror threat unprecedented - MI6

Surprise fall in US life expectancy

Migrant dies in "suspicious" Paris fire

En el ejemplo de BBC Mundo, es el sustantivo «curiosidades» lo que sugiere que en el cuerpo de la noticia se va a encontrar una información inesperada. En los tres ejemplos de BBC News, se presentan tres eventos diferentes como extraordinarios mediante los adjetivos *unprecedented*, *surprise* y *suspicious*.

El último parámetro observado consiste en la evaluación de la importancia de un sujeto o un acontecimiento. Se ha observado en 3 ocasiones en BBC Brasil, 5 en BBC Mundo y 4 en BBC News. Para señalar la importancia se utilizan determinados adjetivos y sustantivos, como en los ejemplos siguientes:

Dez anos do iPhone: conheça as inovações que tornaram possível o telefone revolucionário

New Zealand rocked by strong aftershocks

Las tres vacas que se quedaron aisladas en un prado tras el potente terremoto en Nueva Zelanda

Aquí, los elementos a los que se recurre para valorar estos hechos como importantes son los adjetivos *revolucionário*, *strong* y *potente*. En otros casos, la importancia se marca mediante el uso de superlativos, como se muestra en los siguientes ejemplos:

'Crise entre Legislativo e Judiciário é a maior da historia recente do pais', diz historiador Boris Fausto

Nairo Quintana: cómo y por qué se volvió feminista uno de los mejores ciclistas del mundo

Paris launches major anti-rat campaign

Por último, se puede utilizar el recurso de sustantivos o adjetivos que indiquen números altos no definidos o expresiones hiperbólicas:

Thousands flock to Hong Kong protest

China, o lugar onde há apps para resolver quase todos os seus problemas

Blippar, la app que te dice todo sobre ti "escaneando" tu rostro

Otro elemento a tener en cuenta en esta categoría son las metáforas y las metonimias, «that are supposed to add drama to the coverage» (Molek-Kozakowska, 2013: 192), y que también introducen un elemento evaluativo en el discurso. En nuestro corpus se han encontrado metáforas en siete titulares, tres de BBC Brasil, tres de BBC News y uno de BBC Mundo. Las metáforas tienen la intención de aportar dramatismo al titular, como se ve en los ejemplos siguientes:

As cicatrizes do confinamento de descendentes de japoneses nos EUA durante a 2ª Guerra

Bullets fly outside Istanbul club

En ocasiones, la metáfora no la introduce el redactor del titular, sino que tiene su origen en una cita, como en estos dos ejemplos:

Aleppo may become giant graveyard - UN

Vi 'tochas humanas': as lembranças de um sobrevivente do ataque que levou EUA a Segunda Guerra

Vale la pena comentar, por último, los siguientes titulares de dos noticias sobre el mismo tema que aparecen en BBC News y en BBC Mundo respectivamente:

Two years hard labour for Malawi 'hyena'

El "hombre hiena de Malawi" no ira a la cárcel por tener sexo con niñas, sino por sus relaciones con viudas

«Hiena» es el calificativo que se da en Malawi a unos hombres a los que se paga para llevar a cabo ciertos ritos sexuales. Sin embargo, tanto en español como en inglés, el significado de este calificativo no resulta evidente para los lectores y su uso añade un matiz despectivo.

En ocasiones, el lenguaje evaluativo aparece como parte de una cita (tres en BBC Mundo, tres en BBC Brasil y diez en BBC News). El uso de citas en los titulares puede tener distintas funciones. En ocasiones, una cita puede servir para «convince the readers that what is reported is authentic, accurate and reliable» (Chen, 2009: 207). Este podría ser el caso de los titulares siguientes:

'Crise entre Legislativo e Judiciário é a maior da historia recente do pais', diz historiador Boris Fausto

UK terror threat unprecedented - MI6

En otros casos, el uso de una cita potencia el efecto de «vividness and dramatization» (*ibid.*: 208), como ocurriría en estos ejemplos:

Vi 'tochas humanas': as lembranças de um sobrevivente do ataque que levou EUA a Segunda Guerra

Man 'in love' drives through airport

Sin embargo, las citas también sirven para que el periodista, o el medio, se distancie de la información dada. En este caso, el hecho de incluir el lenguaje evaluativo en citas y no directamente en la voz del redactor puede servir para crear un vínculo emotivo con el lector sin dejar de guardar una imagen de rigor y objetividad.

5.3.1.3 Anticipación

Bajo la categoría de anticipación se han agrupado todos aquellos recursos léxicos que generan en el lector una sensación de falta de información que le impulsaría a acudir al texto de la noticia para suplir esa carencia.

Como ya se adelantaba en un apartado anterior, la estructura de anticipación utilizada con mayor frecuencia en el corpus son las oraciones interrogativas, que aparecen en 20 ocasiones en BBC Mundo y en 15 ocasiones en BBC Brasil. Pueden aparecer con o sin signos de interrogación. El ejemplo típico de esta estrategia de anticipación son los «interrogantes incontestados cuya respuesta es la clave de la noticia» (Bazaco *et al.*, 2019: 100), es decir, aquellos que ofrecen una información incompleta que se debe resolver acudiendo al texto. Vemos, a continuación, algunos ejemplos de interrogantes incontestados en el corpus:

¿En qué países te puedes conectar mejor a internet por 4G?

¿Por qué Chapecoense cambió de avión en Bolivia en su viaje hacia Medellín?

Como armas compradas pelos EUA acabaram nas mãos do Estado Islâmico

Como cachorros salvaram as vidas de todos os moradores de uma cidade americana

En estos cuatro ejemplos, la pregunta se refiere a la información principal del cuerpo de la noticia. En otras ocasiones, en cambio, lo que se omite en el titular es

el punto de vista de la noticia. En estos casos, el interrogante plantea un debate, y la información que falta son los argumentos para resolverlo. Es lo que sucede en los ejemplos siguientes:

Brasil deveria aumentar impostos sobre bebidas açucaradas para combater a obesidade?

¿Tienen razón las aerolíneas que quieren cobrar más caro a los pasajeros obesos?

Decisões de Obama sobre conflito entre Israel e Palestina são tímidas e tardias?

Por último, se ha encontrado un caso particular en el que el titular interrogativo apela directamente al lector, siendo el texto que encabeza un cuestionario con el que este puede comprobar sus conocimientos sobre un tema: *Ponte a prueba: ¿cuánto sabes de la desaparecida Unión Soviética?*

El siguiente tipo de estrategia de anticipación más frecuente en el corpus, que aparece en 19 ocasiones en BBC Mundo y en tres en BBC Brasil, es el sintagma no verbal con subordinada de relativo. Esta estructura podría considerarse un tipo de deixis discursiva, en la que el antecedente funciona como una referencia implícita a una información que está en el cuerpo de la noticia. Esto se aprecia de forma muy clara en ejemplos como los siguientes:

Lo que los primeros nombramientos de Trump nos dicen sobre las futuras políticas de EE.UU.

El extraño objeto que deambula en las fronteras de la Vía Láctea

El primer titular muestra con claridad la función deíctica del pronombre «lo». En el segundo, el sustantivo común «objeto» «has an implicit deictic reference to the upcoming discourse» (Blom y Hansen, 2015: 95). En otros casos, sin embargo, la

estrategia de anticipación no resulta tan evidente. Esto ocurre en ejemplos como los siguientes:

Las tres vacas que se quedaron aisladas en un prado tras el potente terremoto en Nueva Zelanda

El ladrón que no dejó las huellas de sus dedos sino de sus nalgas en el lugar del crimen

En estos casos, en principio, no parece que haya una referencia a un elemento posterior del discurso ni una omisión de información. No obstante, al utilizar esta estructura gramatical, formada por un sustantivo que funciona como antecedente de una oración de relativo, se crea la sensación de un texto incompleto y, por lo tanto, de que el cuerpo de la noticia contendrá más información sobre estos sujetos. No obstante, el uso de una estructura de relativo, que tiene una relación anafórica con el antecedente, y el hecho de que este vaya precedido por un artículo determinado dan lugar a una sensación de anticipación.

Las enumeraciones son otra estrategia de anticipación relativamente frecuente en el corpus, con cuatro ocurrencias en BBC Brasil y seis en BBC Mundo. Por lo general, se combinan con la estructura de relativo mencionada anteriormente, dando lugar a titulares de este tipo:

"No tengan miedo": las 6 cosas más importantes que dijo Donald Trump en su primera entrevista como presidente electo

Os 7 mitos da política que Trump derrubou para chegar à Casa Blanca

Otras veces, la enumeración aparece en estructuras diferentes, como de sintagmas no verbales (*20.000 Biblias usadas como papel sanitario, un video porno de un presidente y otras 3 curiosidades de la Guerra Fría*), o con subordinadas

finales introducidas por la preposición «para» (*8 perguntas para entender a guerra na Síria e o que está acontecendo em Aleppo*).

Este tipo de artículos que organizan la información en forma de lista, conocidos como *listicles*, son cada vez más frecuentes en los medios de comunicación (Kilgo y Sinta, 2016: 116). Se trata de titulares «a modo de inventario para que los lectores tengan que acceder obligatoriamente al contenido si quieren completar la enumeración» (Bazaco *et al.*, 2019: 100).

Por último, en BBC Brasil aparecen una serie de titulares como los siguientes, en los que se utilizan verbos de conocimiento como elemento de anticipación:

Suspeito de ataque em Berlim é morto por polícia na Itália; o que se sabe até agora

Ataque em boate de Istambul deixa ao menos 39 mortos: o que se sabe até agora

Congresso da andamento a pacote anticorrupção e PEC do teto: saiba o que está em jogo

Lula é novamente denunciado pela Procuradoria; entenda todas as suspeitas contra o expresidente

Entenda acordo para Odebrecht e Braskem pagarem US\$ 800 mi nos EUA e Suíça

Dez anos do iPhone: conheça as inovações que tornaram possível o telefone revolucionário

La anticipación se genera de dos formas; en una oración subordinada de relativo introducida por un pronombre con función deíctica, *o que se sabe até agora* (lo que se sabe hasta ahora), como se observa en los dos primeros ejemplos, o mediante un imperativo (*saiba, conheça, entenda*), que funciona como «implicit forward-reference in imperative [...] headlines» (Blom y Hansen, 2015: 95).

Este tipo de verbos no se han encontrado en BBC Mundo, donde sí aparecen otros dos titulares que anticipan información en el texto:

La fascinación de los chinos por los productos falsos: algo más que un gran negocio

En fotos: con grandes fiestas y cielos multicolores, así celebró el mundo la llegada de 2017

En el primero de ellos, la expresión «algo más» funciona como deixis discursiva, pues se refiere a una información contenida en el texto de la noticia. En el segundo caso, tanto el sustantivo «fotos» como el pronombre «así» se pueden considerar elementos de anticipación. Blom y Hansen explican que las referencias a fotos y vídeos suponen «an implicit deictic reference to the upcoming discourse» (2015: 95). Asimismo, el adverbio «así» utilizado «como elemento introductorio de la descripción de un hecho» supone para Bazaco *et al.* un ejemplo de deixis modal (2019: 100).

Por lo tanto, encontramos estrategias de anticipación en 26 titulares de BBC Brasil y en 47 de BBC Mundo, lo que supone el 50,98%% y el 77,04% del total respectivamente.

En BBC News, en cambio, no se ha encontrado ninguna de estas estrategias de anticipación; como se vio al analizar las estructuras, en la mayoría de los casos, los titulares son enunciativas u oraciones con el verbo omitido, por lo que no encontramos interrogativas, imperativos ni sintagmas de relativo. Tampoco se han encontrado adverbios o pronombres deícticos, ni verbos de conocimiento o nombres comunes que cumplan esta función. No obstante, sí se han hallado algunos casos de titulares que resultan ambiguos o que no ofrecen información suficiente para entender de qué trata la noticia. Un ejemplo de ambigüedad deliberada sería el titular siguiente:

"Pence" gifts to abortion provider surge

La noticia a la que se refiere trata sobre una protesta que consistió en enviar donaciones a una clínica abortista a nombre de Mike Pence. A pesar del entrecomillado, el titular parece dar a entender que fue el propio Pence quien hizo la donación. Otro caso lo encontramos en *Women take over Wikipedia*, referido a un editatón organizado para aumentar la presencia de entradas referidas a mujeres en la Wikipedia, o *Mariah Carey stormed out of 2016*, una noticia que trata sobre cómo la cantante abandonó un concierto de fin de año a la mitad por problemas técnicos.

Bazaco *et al.* definen la ambigüedad deliberada como:

falta de claridad o precisión en la redacción del titular destinada a sembrar dudas en el lector. En ocasiones, se utiliza un juego de palabras que induce a error, un léxico que denota intriga o suspense o una estructura de frase confusa pero con elementos llamativos (2019: 101).

Se han encontrado además algunos casos en los que el titular no ofrece información suficiente para entender la noticia, como *Rape "advice" sparks anger in Singapore*, en el que no se aclara cuáles fueron las recomendaciones que causaron esa reacción ni quién las hizo, o *"Space pie" soars above Earth's crust*, sobre una tarta enviada al espacio para ver cuáles eran los efectos sobre la estructura molecular.

Este tipo de titulares ambiguos o confusos solo se ha identificado en cinco ocasiones, lo que supone el 5,88% del total de noticias del corpus.

5.3.1.4 Conclusión

En esta sección se han observado una serie de parámetros, relacionados con el encuadre, que presentan los titulares de los medios analizados, BBC Mundo y BBC Brasil, y se ha comparado su uso con el de BBC News. A partir de la idea expresada

por varios autores de que el encuadre es un elemento importante (Reinemann *et al.*, 2012) o incluso el elemento principal (Glogger y Otto, 2019) para definir las noticias como *hard news* o *soft news*, se ha tratado de determinar si el encuadre presente en los titulares de las páginas de inicio es más «duro» o más «blando». Para ello, se ha observado el uso de los encuadres episódicos, el uso del lenguaje evaluativo y las estrategias de anticipación.

En este sentido, resulta interesante ver que el uso de encuadres episódicos y personalización es similar en ambos medios, con una presencia cercana al 30% en ambos casos, frente a solo un 7% en BBC News. El lenguaje evaluativo, en cambio, es más frecuente en BBC Mundo, donde aparece en aproximadamente la mitad de los titulares, que en BBC Brasil, donde solo aparece en 11 de los 51 titulares analizados. En BBC News se observa en 23 de los 85 titulares. Las estrategias de anticipación se observan en aproximadamente la mitad de los titulares de BBC Brasil y en más del 75% de los titulares de BBC Mundo; en BBC News, en cambio, solo están presentes en 5 de los 85 titulares analizados.

En total, estas estrategias aparecen utilizadas en 38 titulares de BBC Brasil, 53 de BBC Mundo y 31 de BBC News. Esto supone el 74,51%, el 86,89% y el 36,47% respectivamente. Por otra parte, en BBC Mundo y BBC Brasil, a menudo se combinan varias estrategias en un mismo titular (en 35 y 13 casos, respectivamente). No ocurre lo mismo en BBC News, donde solamente se combinan varias estrategias en tres ocasiones.

De estos datos se puede deducir que BBC Mundo y BBC Brasil tienden a presentar la mayoría de las noticias de las páginas de inicio como *soft news*, lo que

no ocurre en BBC News, donde solo se utilizan este tipo de estrategias en aproximadamente un tercio de los titulares.

5.3.2 Estrategias de reencuadre en la traducción de titulares

La última fase del análisis consistió en observar las estrategias de reencuadre utilizadas en la traducción de los titulares de BBC Mundo y BBC Brasil. Para ello se seleccionaron los 43 titulares de las noticias para las que se ha encontrado una correspondencia con otra noticia publicada en otro sitio web de la BBC, lo que supone 17 noticias de BBC Brasil y 26 noticias de BBC Mundo, más los titulares de las respectivas noticias originales. Dado que estas se recopilaban con posterioridad a las páginas de inicio, los titulares que se analizaron en este caso son aquellos que encabezan cada noticia en su página correspondiente, y no los que aparecen en las páginas de inicio.

En la traducción de estos titulares, se han observado ejemplos de uso de las estrategias de reencuadre descritas por Baker (2006). A continuación, se comenta cada una de ellas.

5.3.2.1 Encuadre temporal y espacial

Como se ha explicado con anterioridad, esta estrategia no es fácil de definir y, a menudo, se confunde con la apropiación selectiva de material textual. En el corpus, se han encontrado dos posibles ejemplos de esta estrategia.

El primer caso afecta a los dos titulares publicados en BBC Mundo, en relación con el accidente del avión en el que viajaba el equipo de fútbol Chapecoense:

Traducción: "Adiós al amigo que estaba a bordo": el homenaje de un periodista de la BBC a su mentor que murió en la tragedia aérea del Chapecoense en Colombia

Original: Chapecoense plane crash: Goodbye to the men I knew on board

Traducción: ¿Por qué Chapecoense cambió de avión en Bolivia en su viaje hacia Medellín?

Original: #ForçaChape: O tuíte que revelou proibição da Anac e mudança de planos antes de tragédia

En ambos casos, la versión en español incluye los lugares en los que ocurrieron los hechos, destacando así su vinculación con el público colombiano y boliviano. Tanto el titular en inglés de la primera noticia como el titular en portugués de la segunda omiten esta información. Así pues, podría tratarse un ejemplo de encuadre espacial para acercar la noticia al público receptor.

El otro caso que se ha encontrado en el corpus sería un ejemplo de reencuadre temporal, y está más relacionado con la selección de la noticia que con las estrategias textuales. Con motivo del anuncio de la visita del primer ministro japonés Shinzo Abe a Pearl Harbor, BBC News publica, además de la noticia sobre este acontecimiento, con el titular *Japan PM Shinzo Abe to make landmark visit to Pearl Harbor*, un testimonio de uno de los supervivientes, *Pearl Harbor survivor, 103, recalls 'human torches'*. BBC Brasil, en su traducción, combina ambas noticias, bajo el titular *'Vi tochas humanas': as lembranças de um sobrevivente do ataque que levou EUA à Segunda Guerra*, dejando en segundo plano la información sobre el encuentro entre los mandatarios. De esta forma, se favorece el encuadre del conflicto frente al de la reconciliación y, por otra parte, se destaca el aspecto sensacionalista, mediante el relato en primera persona y la metáfora de las «antorchas humanas», dejando en segundo plano la actualidad política.

Estos ejemplos son los dos únicos casos del corpus en los que se ha encontrado una modificación cuyo efecto consista en reencuadrar la información en un contexto temporal o espacial distinto al original.

5.3.2.2 Apropiación selectiva del material textual

La apropiación selectiva de material textual es la estrategia de reencuadre que está presente con más frecuencia en los titulares incluidos en el corpus. Se han encontrado omisiones y adiciones mediante las cuales se modifica el encuadre de la noticia en 26 ocasiones, 11 de ellas en BBC Brasil y 15 en BBC Mundo. En la mayoría de los casos, se añade información (6 y 13 ocasiones respectivamente), en otros (cuatro en BBC Brasil y dos en BBC Mundo) se omite parte de la información y en un caso se modifica el titular por completo.

En general, el resultado de tales modificaciones es un encuadre más blando. Esto se consigue, en ocasiones, suprimiendo información, pues, como se ha explicado en un apartado anterior, la falta de información relevante para entender la noticia aumenta el sensacionalismo. Un ejemplo claro de esta estrategia se ve en el siguiente titular, que es traducción de dos noticias combinadas:

Traducción: Por que científicos se están sublevando en EE. UU. y Canadá antes que Donald Trump llegue al poder

Original: Toronto 'guerrilla' archivists to help preserve US climate data

Former Nasa chief scientist says access to federal data is critical

En este caso, el titular resultante elimina prácticamente toda la información contenida en los dos titulares originales sobre el motivo por el que los científicos «se

están sublevando», estructurándolo además como interrogante no contestado, obteniendo una estrategia de anticipación.

La eliminación de información para obtener un titular más sensacionalista se observa también en el ejemplo siguiente:

Traducción: Como cachorros salvaram as vidas de todos os moradores de uma cidade americana

Original: In 1925, a remote town was saved from lethal disease by dogs

Aquí, al suprimir el año en que ocurrió el suceso, podría parecer que se trata de un acontecimiento reciente, lo que aumentaría su valor noticioso (Bednarek, 2016). Además, al eliminar el motivo por el que la vida de los habitantes de esta ciudad estaba en peligro, aumenta la necesidad de acceder a la noticia para entender el suceso. De nuevo, se crea un efecto de anticipación, al convertir el titular en interrogativa.

Sin embargo, en otras ocasiones, al añadir información se refuerza el componente evaluativo presente en el original. Es el caso del siguiente ejemplo:

Traducción: ¿Cómo ocurrió en realidad el asesinato del místico ruso Grigori Rasputín?

Original: How was Russian mystic Rasputin murdered?

En este caso, al añadir la locución «en realidad», se presenta la información como nueva o desconocida. En otras ocasiones, se añade información que no estaba en el titular original para aumentar el efecto dramático. Es el caso de los ejemplos siguientes:

Traducción: "Adiós al amigo que estaba a bordo": el homenaje de un periodista de la BBC a su mentor que murió en la tragedia aérea del Chapecoense en Colombia

Original: Chapecoense plane crash: Goodbye to the men I knew on board

Traducción: El olvidado naufragio que dejó 500 muertos en el mar Mediterráneo y nadie lo investigó

Original: The forgotten shipwreck

En el primer ejemplo, el efecto dramático se consigue dando más detalles sobre la relación personal del periodista que firma el artículo con el fallecido, mediante calificativos como «mentor» y «amigo»; por otro lado, el accidente se clasifica de «tragedia». En el segundo, el titular resulta más informativo que el original, ya que aporta más datos sobre el naufragio; por otra parte, se aumenta el dramatismo al indicar el número de muertos y reforzar la idea de «olvidado» añadiendo la frase «nadie lo investigó».

En el siguiente ejemplo, el titular se modifica y el encuadre cambia totalmente con respecto al original:

Traducción: China, o lugar onde há apps para resolver quase todos os seus problemas [sic]

Original: China's demanding consumers are fueling a huge new industry

Aquí, el encuadre se traslada de la perspectiva económica original a destacar la narrativa personal, interpelando directamente al lector.

Sin embargo, no en todos los casos la apropiación selectiva incrementa el sensacionalismo del titular. En dos ocasiones, parece que lo que se consigue es más bien el efecto contrario:

Traducción: "Transhumana": la chica que se autoimplantó 50 chips y varios imanes para que su cuerpo fuera "mejor"

Original: Hack Me! The Girl with Magnetic Fingers

Traducción: Pesquisa indica que El Niño contribuiu para epidemia de zika na América do Sul

Original: El Niño blamed for Zika virus outbreak

En ambos casos, se trata de noticias cuya publicación original no corresponde a BBC News, sino a otros sitios web de la BBC, en este caso, BBC Three y BBC Newsday respectivamente. Así pues, la modificación podría venir explicada por la diferencia de estilo de cada publicación.

Por otra parte, se han encontrado algunos titulares que modifican el punto de vista político o ideológico con respecto al original. Esto se puede ver en los dos siguientes, sobre educación:

Traducción: Como funciona a universidade sem professores inaugurada nos EUA

Original: University opens without any teachers

Traducción: Para aumentar diversidade, universidade britânica decide facilitar ingresso de alunos de baixa renda

Original: University lowers entry grades for disadvantaged

En el primer ejemplo, el titular original resalta el aspecto inesperado de la noticia, la curiosidad de una universidad sin profesores, sin dar más contexto. En la traducción, en cambio, se explica que esta «funciona», y se añade el país. Lo mismo ocurre en el segundo ejemplo, con la mención en el titular traducido de que se trata de una universidad «británica» y la especificación de que se hace «para aumentar la diversidad». En ambos casos, en la traducción se acentúa la narrativa del prestigio de los países anglosajones y la innovación en educación. De esta forma, el foco pasa del valor de lo inesperado al valor del prestigio (Bednarek, 2016).

En otras ocasiones, parece que se introduce un cambio del punto de vista político en el enfoque del titular traducido con respecto del original. Esto es lo que parece ocurrir en los dos siguientes ejemplos, que son traducción del mismo titular original:

Traducción: Como armas compradas pelos EUA acabaram nas mãos do Estado Islâmico

Traducción: Cómo terminaron en manos de Estado Islámico armas compradas por Estados Unidos

Original: IS conflict: How is it getting hold of weapons from the West?

En ambos casos, la traducción («Estados Unidos» y «EUA») es más específica que el original, *the West*. Al precisar el país responsable de las armas, se dirige la crítica contra este en concreto y no contra Occidente.

En este otro ejemplo:

Traducción: ¿Demasiado tarde?: por qué Obama desató la ira de Israel a pocas semanas del fin de su mandato como presidente de EE.UU.

Original: Obama and the Middle East - too little, too late?

Al hablar de «ira» y destacar que esto ocurrió al final del mandato, el titular refuerza la idea de que las decisiones no eran adecuadas y se tomaron demasiado tarde, frente al original, que lo plantea de forma más vaga. Por último, en una entrevista al director saliente de la CIA, con motivo de la llegada de Donald Trump a la presidencia, la traducción del titular es la siguiente:

Traducción: Por que el jefe de la CIA le advierte a Trump que sería "una total locura" abandonar el acuerdo nuclear con Irán y le pide cautela con Rusia

Original: CIA chief warns Trump: Scrapping Iran deal 'height of folly'

En este caso, en la traducción se llevan al titular dos asuntos, no solo el tema del acuerdo con Irán, sino también la advertencia ante el acercamiento a Rusia.

De cualquier manera, se trata únicamente de ejemplos aislados; para averiguar si realmente hay una intencionalidad detrás de estos cambios de encuadre, sería preciso estudiar un corpus que incluyera un número suficiente de noticias sobre estos temas específicos.

5.3.2.3 *Labelling o etiquetado*

El *labelling* o etiquetado se refiere al uso de determinados elementos léxicos para identificar cualquier elemento clave de la narrativa que cree un marco interpretativo que condicione la respuesta del lector (Baker, 2006: 122). Baker se refiere principalmente al uso de etiquetas que marcan el punto de vista ideológico de la traducción. Esto no se ha encontrado con frecuencia en este corpus, salvo por el siguiente titular:

Traducción: Decisões de Obama sobre conflito entre Israel e Palestina são timidas e tardias?

Original: Obama and the Middle East - too little, too late?

Aquí, *Middle East* se convierte en «conflicto entre Israel y Palestina». Por una parte, se añade la etiqueta «conflicto», algo que ya puede implicar un posicionamiento. Por otra, al nombrar a Israel y Palestina como dos entidades diferenciadas, añadiendo además la preposición «entre», se reconoce la existencia de Palestina como entidad diferenciada y se sitúa a ambas partes al mismo nivel. En todo caso, se trata únicamente de un titular, y, para poder sacar conclusiones más

firmes sobre los posicionamientos políticos de ambos medios, habría que analizar más traducciones sobre el mismo tema.

En cambio, es frecuente el uso de etiquetas de tipo evaluativo, que se pueden clasificar con base en los parámetros descritos por Bednarek y explicados en una sección anterior: la comprensibilidad, la emotividad, lo (in)esperado y la importancia (2016). Este tipo de etiquetas se han observado en 14 titulares, 6 de BBC Brasil y 8 de BBC Mundo.

En los siguientes ejemplos, se ve cómo, en ocasiones, se añaden etiquetas de valor emotivo a la traducción que no aparecen en el titular original:

Traducción: La controversia política por la que seguidores de Donald Trump piden el boicot de "Rogue One: una historia de Star Wars"

Original: Trump fans urge Star Wars boycott over reshoot claims

Traducción: As cicatrices do confinamento de descendentes da japoneses nos EUA durante a 2ª Guerra

Original: How Pearl Harbor changed Japanese-Americans

Aquí, la etiqueta «controversia política», en el primer caso, y la metáfora *cicatrices*, en el segundo, aumentan el dramatismo del titular y, por lo tanto, su valor apelativo.

En otros casos, se añaden etiquetas intensificadoras o superlativos, que reforzarían el parámetro de importancia (Bednarek, 2016), como se aprecia en los ejemplos siguientes:

Traducción: Las tres vacas que se quedaron aisladas en un prado tras el potente terremoto en Nueva Zelanda

Original: Cows stranded after New Zealand quake

Traducción: 10 anos do iPhone: conheça as inovações esquecidas que tornaram possível o telefone mais revolucionário da história

Original: The iPhone at 10: How the smartphone became so smart

En el primer ejemplo, se añade el adjetivo «potente» para calificar el terremoto, que no tenía ningún calificativo en la redacción del titular original. En el segundo, *so smart*, que ya es una etiqueta de tipo evaluativo, se traduce por el superlativo o [...] *mais revolucionário da história*, que intensifica ese parámetro de importancia ya presente en el titular original.

Se ha encontrado también un ejemplo en el que se refuerza la cualidad de incomprendibilidad del suceso, añadiendo, en este caso, la etiqueta *misterioso*:

Traducción: O misterioso rio de ferro líquido descoberto no centro da Terra

Original: Iron 'jet stream' detected in Earth's outer core

En otras ocasiones, se mantienen las etiquetas que ya estaban en el original. Es el caso del siguiente ejemplo, en el que se conserva en la traducción el adjetivo «olvidado»:

Traducción: El olvidado naufragio que dejó 500 muertos en el mar Mediterráneo y nadie lo investigó

Original: The forgotten shipwreck

Algo similar ocurre con la metáfora *tochas humanas* en el siguiente ejemplo:

Traducción: 'Vi tochas humanas': as lembranças de um sobrevivente do ataque que levou EUA a Segunda Guerra

Original: Pearl Harbor survivor, 103, recalls 'human torches'

Por otra parte, se han encontrado tres casos en los que el *labelling* evaluativo del original se elimina, como ocurre en la siguiente traducción del portugués en BBC Mundo:

Traducción: ¿Por qué Chapecoense cambió de avión en Bolivia en su viaje hacia Medellín?

Original: #ForçaChape: O tuíte que revelou proibição da Anac e mudança de planos antes de tragédia

En este caso, se elimina tanto la etiqueta *#ForçaChape* como el calificativo *tragédia*, dos etiquetas de tipo emotivo que sirven para añadir dramatismo al titular.

Lo mismo se observa en los siguientes titulares en español y portugués de la misma noticia:

Traducción: Como armas compradas pelos EUA acabaram nas mãos do Estado Islâmico

Traducción: Cómo terminaron en manos de Estado Islámico armas compradas por Estados Unidos

Original: IS conflict: How is it getting hold of weapons from the West?

En ambos casos, se elimina la etiqueta *conflict*, que aparece en el original para dar contexto al titular. De esta forma, la eliminación de la etiqueta que pone en contexto el titular, así como el distinto uso de los tiempos verbales, parece apuntar a un encuadre más episódico en el titular traducido con respecto al original. Esto mismo sucede en el titular siguiente, con la eliminación de la etiqueta que hace referencia a la guerra de Siria:

Mataram meu filho enquanto ele brincava': a vida em uma cidade síria sitiada

Syria war: From besieged Madaya, desperate calls for help

Como se ha observado en los ejemplos, en general (salvo en una ocasión), se recurre al uso de etiquetas como estrategia de encuadre para ofrecer un encuadre más blando, añadiendo etiquetas de tipo evaluativo o manteniendo las que estaban en el titular original.

5.3.2.4 Reposicionamiento de los participantes

En el corpus, se han observado ejemplos de reposicionamiento de los participantes en el acontecimiento que recoge la noticia con respecto a los hechos, pero no del autor o del lector con respecto a estos.

En el siguiente ejemplo, se observa un reposicionamiento de los elementos de la noticia. Se trata de un titular de BBC Mundo elaborada a partir de fragmentos de cuatro noticias de BBC News:

Traducción: La fascinación de los chinos por los productos falsos: algo más que un gran negocio

Original: China's Alibaba back on US counterfeits blacklist

Original: Counterfeits often better quality, says Alibaba's Jack Ma

Original: China's challenge: Moving from copier to innovator

Original: Why China loves to build copycat towns

En este caso, los titulares de las cuatro noticias originales tratan asuntos más concretos, en particular, la primera, publicada el mismo día que la traducción y que, por lo tanto, parece ser la que motiva la publicación de la noticia en español. Como se observa, en el titular traducido el protagonista ya no es la empresa Alibaba, ni siquiera China, como ocurre en el resto de titulares, sino «los chinos».

En otros casos, el reposicionamiento de los participantes se consigue modificando la estructura de la oración, sin añadir ni eliminar información. Es lo que se observa en el siguiente ejemplo:

Traducción: ¿Tienen razón las aerolíneas que quieren cobrar más caro a los pasajeros obesos?

Original: Should obese passengers pay more to fly?

En este caso, se modifica el sujeto de la oración, así como la perspectiva (de pagar a cobrar), de forma que el foco del titular pasa del problema que esto supone para los pasajeros al problema que supone para las aerolíneas.

En el ejemplo que se describe a continuación, se recurre a la personalización para presentar un conflicto armado, modificando así el protagonista de la noticia:

Traducción: 'Mataram meu filho enquanto ele brincava': a vida em uma cidade síria sitiada

Original: Syria war: From besieged Madaya, desperate calls for help

Al suprimir el nombre de la ciudad, así como la referencia al contexto de la guerra, e incluir un testimonio en primera persona, se crea un mayor dramatismo y se apela a la empatía del lector, al mismo tiempo que se pasa a un encuadre más episódico que el original.

Por último, se ha encontrado un ejemplo en el que el reposicionamiento parece tener una intención política:

Traducción: Por qué el anuncio de Trump de que retirará a EE.UU. del Acuerdo Transpacífico es una gran noticia para China

Original: US leaving TPP: A great news day for China

En este caso, el foco de la acción se desvía del país al presidente, pasando EE. UU. a la posición de complemento directo, y atribuyéndosele así la responsabilidad explícitamente a Trump. No obstante, como se ha indicado en otros apartados, todos estos casos no son más que ejemplos aislados de distintas estrategias, que no permiten sacar conclusiones sobre la adaptación de los titulares al posicionamiento ideológico de los diferentes medios.

5.3.2.5 Conclusión

En esta sección se han observado las estrategias de reencuadre utilizadas en los titulares traducidos de BBC Mundo y BBC Brasil recurriendo a la teoría de Baker (2006). Se ha visto que el uso de al menos una de estas estrategias de reencuadre está presente en gran parte los titulares: de las 17 noticias traducidas de BBC Brasil, en 14 se ha observado al menos una de estas estrategias, y de las 26 de BBC Mundo, se ha observado en 22. En la mayoría de los casos (9 y 15 respectivamente), se utiliza una única estrategia, pero también hay ocasiones en las que se combinan dos estrategias (tres y cinco casos respectivamente) o incluso tres (dos casos en cada uno de los medios). La estrategia que aparece con más frecuencia es la apropiación selectiva, seguida del *(re)framing* por etiquetado.

Este recurso a las estrategias de reencuadre en la traducción refleja una voluntad de adaptar los titulares de las noticias traducidas a la línea editorial del medio de llegada. En esta adaptación, se observan varios elementos:

En primer lugar, se ha visto un uso de estas estrategias para obtener titulares con un encuadre más blando que los originales, lo que es coherente con los resultados de la sección anterior. Esto se consigue mediante la apropiación

selectiva, mediante el reposicionamiento de los elementos de la narración o mediante el etiquetado con lenguaje evaluativo. Esto se observa en 19 casos, 12 en BBC Mundo y siete en BBC Brasil.

No obstante, hay que mencionar dos casos en los que el titular final tiene un encuadre más duro que el original; en ambas ocasiones, se trata de titulares cuyo origen no es BBC News, sino otros servicios de la BBC, que se caracterizan por otro tipo de contenidos, lo que podría explicar que los titulares de origen sean más sensacionalistas y que en la traducción se haya adaptado el enfoque al de BBC Mundo y BBC Brasil.

En lo que respecta a la orientación ideológica de los tres medios, este corpus no permite hacer un análisis riguroso de las modificaciones del punto de vista, dada la amplitud de temas y el tamaño de la muestra, pero sí ver algunos indicios. Como ya se ha ido explicando a través de los ejemplos, vemos cómo en algunas noticias relacionadas con la educación, se refuerza la idea de prestigio de ciertos Estados, como EE. UU. y Reino Unido. En cambio, cuando se habla de China, parece haber un cierto cambio en la narrativa, como se aprecia en la noticia sobre los productos falsos, que atribuye esta práctica a un elemento cultural, mientras que en las noticias originales se habla, por un lado, de un caso concreto y, por otro, de la evolución de la industria china en este mercado. Algo similar ocurre en BBC Brasil con la noticia sobre la industria de las aplicaciones de China, que se sale de la narrativa económica del original para plantearlo como una curiosidad.

Por último, parece haber cierto cambio de narrativa, aunque sutil, en las noticias que tienen que ver con EE. UU. y, en particular, con Barack Obama. Esto parece ser así en los titulares de noticias relacionadas con la venta de armas en la

guerra de Siria, al especificar el país involucrado, pero también parece haber un ligero cambio de narrativa en las noticias sobre Barack Obama e Israel, con una crítica más fuerte de la postura de Barack Obama en las versiones en español y en portugués, en particular en la primera. Por otra parte, en algunas noticias que corresponden al gobierno de Donald Trump, se añade su nombre donde en inglés solo menciona a Estados Unidos, o se insinúa el peligro que representa su presidencia, así como se pone énfasis en su relación con Rusia.

Aunque, para poder llegar a conclusiones sólidas sobre esta cuestión, haría falta un análisis más detallado con un corpus de noticias temático, estos datos podrían reflejar un intento de adaptación de los contenidos políticos al público meta, dada la relación geopolítica de estos países con Estados Unidos.

6 Discusión

En los capítulos anteriores, se han analizado diversos aspectos para tratar de comprender el funcionamiento de BBC Mundo y BBC Brasil dentro de la corporación mediática de la BBC y en el panorama de los medios de comunicación internacionales en general. El estudio se ha centrado, por una parte, en el análisis de los contenidos de ambos medios, así como de la presencia de traducción en cada uno de ellos, y, por otra, en el análisis de los titulares, entendiendo estos como un elemento fundamental de encuadre. En todo momento se ha tratado de enfocar el proceso de investigación desde un punto de vista interdisciplinar, combinando teorías, métodos y conceptos de áreas relacionadas, como la traductología, el periodismo y las ciencias de la comunicación. A continuación, se discuten los principales resultados en el análisis y se extraen las conclusiones pertinentes, en relación con las preguntas planteadas en los objetivos.

6.1 BBC Mundo y BBC Brasil y su relación con la corporación

Si entendemos la práctica periodística como una práctica institucional, una de las primeras preguntas que se plantean en el caso que nos ocupa es qué papel tienen BBC Mundo y BBC Brasil dentro del conglomerado mediático que es la corporación de la BBC y, en particular, del Servicio Mundial.

Como se explicó en un capítulo anterior, a pesar de que, en sus inicios, y hasta la década de los noventa, el Servicio Mundial de la BBC no gozaba de una

gran independencia editorial (Podkalicka, 2011: 145), esta situación se ha ido modificando con el tiempo (Baumann *et al.*, 2011: 136), y, en la actualidad, cada departamento sigue sus propios criterios editoriales (Cheesman y Nohl, 2011: 217). No obstante, estos mismos autores reconocen que la mayoría de las redacciones en otros idiomas recurren a la traducción de contenidos del Servicio Mundial de la BBC en inglés, a pesar de que, en algunos casos, cuentan con recursos propios que les permiten elaborar una parte de las noticias de forma independiente (Cheesman y Nohl, 2011: 219).

En el caso de BBC Mundo, Valdeón consideró, en sus estudios de la primera década del siglo XXI (2005a, 2005b, 2007, 2008), que la dependencia de este servicio en particular con respecto a la corporación era importante. Así, explica que:

The claim that it is a service specifically conceived as a meeting-point for Spanish-speaking readers throughout the world is unsubstantiated since most Spanish texts have matching articles in English from which they are directly derived. We identified a few articles that seem to have been specifically written for a Spanish-speaking readership, but even in these cases we found a strong dependence on English sources (Valdeón, 2005b: 215).

Los resultados del presente estudio, sin embargo, parecen indicar una independencia bastante mayor, pues en ambos casos, tanto en el de BBC Mundo como en el de BBC Brasil, se ha encontrado que la mayor parte de las noticias son de elaboración propia. Es lo que ocurre con aquellas que tratan sobre la propia región, aunque no solo; las redacciones de BBC Mundo y BBC Brasil se ocupan también de una parte importante de las noticias internacionales, recurriendo a contenidos generados por agencias y otras fuentes externas, incluso mediante corresponsales propios. Al comparar estos resultados con los obtenidos por Valdeón (2005a, 2005b, 2008), se puede afirmar que en BBC Mundo se ha producido un

cambio de modelo con respecto al de décadas anteriores, similar al que explica Podkalicka (2011: 145-148) para otros servicios del Servicio Mundial de la BBC. Para BBC Brasil, Dalpiaz ya apunta que el medio tiene autonomía tanto para la selección de temas como para la elección de contenidos (2011).

No obstante, la dependencia con respecto a la versión en inglés sigue siendo alta, y la presencia de noticias traducidas de otros departamentos de la BBC es importante, ya que supone un tercio de los contenidos de BBC Brasil y más de un 40% de los contenidos de BBC Mundo. Además, cuando esto ocurre, se ha observado una cierta tendencia a tomar estas noticias como fuentes estables, es decir, la traducción, en una parte importante de los casos, es íntegra o casi íntegra.

Por otra parte, apenas se han observado casos de traducción de noticias cuyo origen sea una noticia en otro idioma diferente al inglés. Resulta llamativo que apenas haya traducciones entre BBC Mundo y BBC Brasil, dadas la cercanía geográfica y geopolítica de sus ámbitos de destino, sin embargo, solo se ha encontrado un caso de traducción del portugués al castellano y ninguno en el sentido inverso; incluso cuando se informa sobre la zona geográfica vecina (noticias sobre Brasil en BBC Mundo o sobre los países hispanoparlantes en BBC Brasil), el idioma de origen de las noticias traducidas es el inglés. En noticias con presencia de traducción, pero cuyo origen no es otro servicio de la BBC, se ha encontrado una ocasión en la que se cita como fuente BBC Brasil, lo que indicaría una cierta comunicación entre ambos servicios, aunque parece ser muy escasa.

Según explica Podkalicka, esta elevada dependencia de la traducción de contenidos escritos en lengua inglesa tiene que ver con una falta de financiación (2011: 149), que no permitiría contratar corresponsales y equipos de redacción

propios. La falta de financiación de estos servicios explicaría también la escasa actualización de las noticias en BBC Mundo y en BBC Brasil con respecto a BBC News. Como se vio en los resultados del análisis de los contenidos, es frecuente encontrar, en ambos servicios, noticias de uno e incluso dos días anteriores a la fecha de publicación en las páginas de inicio; sin embargo, en BBC News prácticamente todas las noticias tienen fecha del mismo día. Como explica Valdeón (en prensa), en su estudio de la versión en español de *The New York Times*, «this feature contradicts the need for constant availability of updated news texts in a globalized world».

Recuperando la diferenciación que hace Hernández Guerrero entre medios traducidos y medios que traducen, según la cual, por un lado estaría «la prensa traducida, que consiste en la traducción total o parcial de los contenidos de una publicación matriz» (2009: 15) y, por el otro, «la prensa que genera sus propios contenidos, pero que utiliza la traducción para producir información a partir de material periodístico procedente de fuentes externas» (*ibid.*:15-16), podríamos decir que los servicios de la BBC para América Latina se encuentran en una situación intermedia, con una presencia importante de contenidos traducidos de la publicación matriz, pero con una mayoría de contenidos producidos a partir de fuentes externas. No obstante, hay que tener en cuenta que se trata de medios que dependen, tanto en su financiación como en su gestión, de la corporación a la que pertenecen. En los apartados siguientes se reflexiona sobre algunos aspectos relacionados con esta condición de medio subsidiario.

6.2 La visibilidad de la traducción

Como se ha visto en los capítulos de análisis, la visibilidad de periodistas y traductores en cada uno de los medios analizados es desigual. En BBC Brasil, la mayoría de las noticias incluidas en el corpus, 34 de 51, están firmadas, siempre con el nombre propio de la persona que la redactó. En BBC Mundo, en cambio, la firma no es tan frecuente, y solo 20 de 61 llevan como firma un nombre propio (muchas noticias aparecen firmadas por Redacción).

Es frecuente que las noticias vayan firmadas por el periodista que las redactó cuando han sido redactadas a partir de fuentes en el mismo idioma, sin presencia de traducción interlingüística, en particular en BBC Brasil, aunque también, en menor medida, en BBC Mundo. Sin embargo, cuando se trata de noticias redactadas a partir de fuentes en otros idiomas, normalmente aparecen sin firma, excepto en el caso de aquellas noticias de corresponsales, a quienes sí se les suele reconocer la autoría.

Cuando se trata de traducciones de contenidos de la BBC en otros idiomas, en más de la mitad de los casos, estas están firmadas por quien redactó la noticia original. En otros casos, las noticias no van firmadas o van firmadas por Redacción. Solo se ha encontrado, en una ocasión, una noticia traducida cuya firma corresponde a una corresponsal del medio de destino. En dicho caso, la coincidencia de la traducción con el original es muy pequeña, de apenas unas frases. Suponemos, pues, que aquí la noticia no se entiende de hecho como una traducción, sino como un texto de la autoría de la corresponsal, y por eso lleva la firma de quien lo redacta/traduce.

Estos datos nos llevan a concluir que no hay un reconocimiento de la figura del traductor como tal cuando lo que hace es elaborar una información a partir de varias fuentes desde la redacción; solamente parece reconocerse la figura del corresponsal. Cuando el resultado sí se identifica como una traducción, es decir, cuando las fuentes son las propias noticias de la BBC en otro idioma, el traductor queda invisibilizado y es al redactor de la noticia original a quien se atribuye la autoría.

En cambio, el periodista-redactor sí tiene en ocasiones visibilidad a título individual como autor de las noticias cuando redacta en su propio idioma; de forma mucho más evidente en BBC Brasil, donde dos tercios de las noticias van firmadas, y no tanto en BBC Mundo, donde es más frecuente la firma colectiva de Redacción.

Estos resultados concuerdan con lo descrito en la literatura al respecto, que se ha comentado en los capítulos teóricos de la presente tesis. Como explica Hernández Guerrero, «la edición se ve como un proceso que comprende toma de decisiones y creatividad, mientras que la traducción se percibe como una tarea pasiva o una imitación» (2009: 29). Así, cuando se considera que el periodista-traductor está llevando a cabo una labor de edición, en la que las tareas de traducción están integradas con el resto (Bielsa y Bassnett, 2009: 65), no se le percibe como traductor, aunque trabaje con materiales en varios idiomas (Bassnett, 2005: 124). Sin embargo, cuando se trata de traducción *stricto sensu*, esta se considera una labor menor (*ibid.*: 124) y, por lo tanto, la visibilidad se otorga, en todo caso, al redactor de la noticia en el idioma original.

6.3 La adaptación de noticias al público meta

Es sabido que la traducción periodística se caracteriza por un alto grado de intervención en el texto, una reescritura, en términos de Lefevere (1997), en la que la noticia se presenta como un texto nuevo, «specifically designed for the new readers to which they are targeted» (Bielsa, 2016: 200) o en virtud de la idea que se tiene de lo que a dichos lectores les interesa (Chen, 2009: 206). A menudo, en el caso de las grandes corporaciones mediáticas internacionales, la influencia de la estructura de la que dependen provoca una sobrerrepresentación de determinados tipos de noticias o puntos de vista que no se ajustan a la realidad del público meta.

En el caso del Servicio Mundial de la BBC, cada una de las divisiones goza de una cierta independencia editorial en lo que respecta a la localización de las noticias, a pesar de buscar una voz corporativa única (Cheesman y Nohl, 2011).

En lo que respecta a la adaptación al público meta en BBC Mundo y BBC Brasil, este último medio tiene una gran presencia de noticias nacionales; en BBC Mundo, en cambio, las noticias de ámbito latinoamericano no llegan a un cuarto del total y tienen una presencia menor que las que tratan sobre Estados Unidos. En BBC News, por su parte, predominan las noticias sobre EE. UU., seguidas de las de ámbito europeo, mientras que la presencia de noticias sobre Reino Unido resulta bastante escasa. Se puede decir, por tanto, que hay unos criterios de selección de contenidos diferentes en cada uno de los medios, de forma que la información se adapta a las agendas respectivas o a lo que se percibe que pueda interesar a cada público.

La importante presencia de noticias sobre EE. UU. en BBC Mundo, teniendo en cuenta además que se trata, en gran medida, de contenido de elaboración propia,

no traducido de otras páginas de la BBC, puede estar relacionada con la importancia de la política estadounidense para todos los países de habla hispana del continente, de tal forma que podría reflejar un interés común de todo el público potencial de BBC Mundo, a quien no necesariamente le interesaría la política nacional del resto de países del entorno.

En el caso de BBC Brasil, a la hora de explicar el gran volumen de noticias nacionales, hay que tener en cuenta la época a la que corresponden las informaciones analizadas, con una abundancia de casos de corrupción tras un cambio de Gobierno complicado, por lo que tal vez la presencia de noticias nacionales fuera más alta en estos meses que en otros momentos.

A la adaptación apunta también el hecho de que haya una cantidad relativamente alta de noticias de elaboración propia, ya sea con o sin presencia de traducción. Es decir, no solo se elaboran en la redacción correspondiente las noticias nacionales, sino también contenidos internacionales, con recurso a fuentes en otros idiomas o incluso a corresponsales propios de cada medio. En ocasiones, se elaboran noticias sobre el mismo tema de forma independiente en cada redacción, a partir de las mismas fuentes, pero sin recurrir a la traducción directa de la noticia en inglés.

No obstante, la presencia de contenidos de la casa matriz es importante en ambos medios. Las noticias traducidas de otros contenidos de la BBC suponen un tercio del total en BBC Brasil y casi el 45% en BBC Mundo, en todos los casos excepto uno, a partir de contenidos en inglés. Cuando se traduce, se suele hacer de forma íntegra o casi íntegra, aunque en BBC Mundo hay una proporción bastante alta de traducciones modificadas. Como ya se ha mencionado, parece que este tipo

de traducciones funcionan para los periodistas de BBC Mundo y BBC Brasil generalmente como fuentes estables, de tal forma que se tiende a respetar la integridad de estas noticias en una parte importante de los casos.

En lo que respecta a los titulares, ambos medios, tanto BBC Mundo como BBC Brasil, se alejan bastante del estilo de redacción de la versión en inglés y recurren a un estilo más propio de las tradiciones periodísticas de las áreas geográficas a las que se dirigen. Cuando se trata de titulares traducidos, las modificaciones son importantes o incluso se reescriben por completo, algo que, por otra parte, es lo común en la traducción periodística. En la comparación de los titulares de las noticias traducidas con sus originales, parece haber una cierta voluntad de adaptación a la línea editorial del medio de llegada. Se aprecia pues, aquí también, una intención de adecuar los titulares a las expectativas del público meta o a lo que se considera que puede tener más éxito en el nuevo contexto.

Por todo ello, se podría hablar de un proceso de localización de noticias en el sentido en que Orengo (2005) define el concepto, es decir, la adaptación inter e intralingüística a un mercado nuevo, no solo con la intención de facilitar la comunicación, sino también para ampliar la presencia del medio en dicho mercado (Orengo, 2005: 175). En el caso que nos ocupa, al tratarse de un medio público, esta adaptación no tendría tanto que ver con una voluntad de ampliar el volumen de mercado como con una cuestión de influencia cultural.

6.4 La agenda de la BBC en América Latina

La teoría del establecimiento de la agenda establece que los temas tratados por los medios de comunicación y la forma de tratarlos influyen en el modo en que las audiencias configuran la realidad. Así, los medios establecen en qué debemos pensar y cómo (McCombs, 2005: 546). En este análisis, se ha tratado de inferir la agenda de BBC Mundo y BBC Brasil, fijándonos en los contenidos a los que se da mayor prioridad en las portadas de ambos medios (*gatekeeping*) y en los mecanismos utilizados para destacar o disimular determinados atributos de dichas informaciones (*framing*).

Como se ha comentado al presentar los resultados del análisis de contenido, en BBC News, las tres categorías más representadas son Política, Policía y justicia, y Disturbios, conflictos y guerra. Por otra parte, las áreas geográficas más representadas son Estados Unidos y Europa, que concentran más del 50% de los contenidos si se incluye al Reino Unido. Se aprecia, por lo tanto, una tendencia a priorizar las *hard news* sobre otros contenidos más ligeros y a informar principalmente sobre entidades geográficas consideradas de élite.

En BBC Brasil, también se observa una preferencia similar por las *hard news* y, en particular, por las categorías de Política y Policía y justicia, que suponen el 47% de las informaciones de la página de inicio. Casi la mitad de las noticias son de ámbito nacional, de las cuales, gran parte corresponde a las categorías temáticas mencionadas, en particular, a Política y Policía y justicia (esta última categoría incluye las noticias sobre corrupción). A continuación, se da relevancia a EE.UU. y Europa, lo que se estaría relacionado con el prestigio que se atribuye a dichas entidades geográficas. Esto contrasta con los resultados de Dalpiaz (2011), que

afirma que se privilegian las noticias internacionales sobre las relacionadas con Brasil y que, por otra parte, menciona un esfuerzo por incluir noticias de interés humano, algo que no se ha evidenciado en el presente estudio, pues BBC Brasil presentó el porcentaje más bajo de *soft news* de los tres medios, por debajo del 8%.

En BBC Mundo, por último, a pesar de que la categoría Política es la que tiene más presencia, se da una importancia relativa a categorías típicas de *soft news*, como Interés humano, que sería la segunda más representada, y, en total, las categorías duras y blandas tienen una presencia parecida. Las noticias tienen que ver en su mayoría con Estados Unidos y con América Latina, que suponen casi la mitad de los contenidos, mientras que la presencia de otras zonas es bastante menor, siendo el tercer grupo más representado el de las noticias de ámbito mundial o que no corresponden a ninguna zona concreta, que suelen referirse a ciencia, tecnología o curiosidades, en ocasiones planteadas como recomendaciones al lector.

En relación con la postura ideológica del medio, los resultados no permiten ofrecer interpretaciones claras, pero parece haber ciertos indicios de un cambio de encuadre en la traducción de algunos titulares. Este proceso tendría relación con la consideración de prestigio de ciertos Estados, como por ejemplo EE. UU. y Reino Unido, reforzada en noticias referentes a la educación aparecidas en BBC Brasil, y, por el lado contrario, a la caricaturización cuando se trata de noticias referidas a China. Por otra parte, una serie de noticias relacionadas con el Gobierno estadounidense parecen apuntar a una postura más crítica que la que se presenta en los titulares originales.

Así, todo parece indicar que los asuntos que prioriza cada uno de los medios difieren. Mientras que BBC Brasil incide en reflejar los problemas y las deficiencias de la política nacional y, en este sentido, parece tener una agenda política clara, BBC Mundo parece apostar más bien por favorecer los contenidos de entretenimiento, sin que se haya detectado ninguna agenda concreta, a pesar de ciertos indicios que parecen apuntar en la dirección de una cierta crítica al Gobierno estadounidense.

6.5 *Hard news* y *soft news* en BBC Mundo y BBC

Brasil

Como se ha visto, en lo que respecta a la selección de contenidos, se aprecia una tendencia muy diferente en cuanto a la preferencia por las noticias duras o blandas en cada uno de los servicios analizados. Así pues, se ha constatado una tendencia muy marcada hacia los contenidos de entretenimiento en BBC Mundo, donde las categorías de noticias típicamente *soft news* superan el 40% y tienen prácticamente la misma presencia que las *hard news*. En BBC Brasil, en cambio, las categorías consideradas *soft news* suponen solamente el 7,84% de las noticias, mientras que las *hard news* suman casi el 65% del total. Así pues, tendría un perfil marcadamente más duro que BBC Mundo, pero también más que BBC News, donde las categorías consideradas *hard news* también superan el 60%, pero las *soft news* suponen más del 25%.

Esta tendencia de BBC Mundo a favorecer los contenidos de entretenimiento está en consonancia con la disposición de la página de inicio, en la que las

fotografías son más frecuentes que en los otros dos medios, salvo en las ediciones de BBC News correspondientes al fin de semana, que incluyen más noticias acompañadas de una fotografía.

Sin embargo, la temática no es el único criterio que se debe tener en cuenta para la clasificación de las noticias en *hard news* y *soft news*; de hecho, para algunos autores, ni siquiera sería el principal (Glogger y Otto, 2019). Por ello, es necesario fijarse en los encuadres presentes para determinar la tendencia de cada medio en uno u otro sentido. Así pues, a menudo las noticias duras se suavizan mediante el recurso a determinados encuadres: «the tabloid press in most countries generally tends to exaggerate sensational aspects of public narratives in a bid to improve newspaper's circulation» (Baker 2006: 119). En este sentido, los titulares suponen un elemento de encuadre fundamental porque «even if the article may in fact be more ambiguous and open to interpretation, the framing applied in the headline is likely to restrict reader's readings and judgements» (Molek-Kozakowska, 2013: 185).

Así, a pesar de que la temática de las noticias parece indicar que BBC Brasil tiene un perfil basado en las noticias duras, se han encontrado encuadres episódicos, uso de lenguaje evaluativo y estrategias de anticipación en casi un 75% de los titulares analizados, lo que reflejaría una tendencia muy alta a suavizar las noticias mediante estrategias de encuadre. En el caso de BBC Mundo, estas estrategias se encuentran en más del 85% de los casos. En BBC News en cambio, solo se han encontrado en el 36,47%. En este sentido, se puede hablar de un encuadre blando de las *hard news*. Observando, en particular, las noticias

traducidas, vemos que, de hecho, a menudo se produce un reencuadre, en los términos de Baker (2006), para adaptar los titulares de BBC News al nuevo medio.

Es interesante constatar el uso de la traducción (en este caso, de los titulares) como mecanismo de «tabloidización» de un medio de comunicación considerado de calidad en su versión original, algo que menciona Valdeón (en prensa) en su artículo sobre este mismo fenómeno en la versión en español de *The New York Times*, tanto en lo que se refiere a la selección de los contenidos que se traducen, dando un mayor protagonismo a contenidos que originalmente ocupaban un lugar menos destacado, como mediante el *reframing* a nivel textual.

El recurso a las temáticas y, en particular, a los encuadres que presentan las noticias como *soft news* y entretenimiento se suele asociar a la necesidad de los medios de comunicación de aumentar sus audiencias. Este tipo de estrategias son frecuentes en medios digitales que se financian mediante publicidad, ya que su financiación depende del tráfico que tenga cada página; sin embargo, su uso resulta más difícil de explicar en un medio de financiación pública, como es el que nos ocupa.

6.6 Conclusión

A lo largo de este capítulo se han discutido los resultados del análisis de las estrategias a las que recurren los servicios mundiales de la BBC para Latinoamérica, es decir, BBC Mundo y BBC Brasil, a la hora de elaborar los contenidos de sus sitios web. Así, a partir de los resultados obtenidos en los capítulos dedicados al análisis de la selección de contenidos, del uso de la traducción y del encuadre en los

titulares de las noticias principales de las páginas de inicio de ambos medios, se han planteado cuestiones relativas a la dependencia editorial, la visibilidad de los traductores, la adaptación al público meta y el establecimiento de la agenda, así como al uso del entretenimiento y su relación con las dinámicas de mercado en el periodismo.

Se ha visto que ambos medios, a pesar de su relativa libertad editorial, son dependientes de la versión inglesa en lo que respecta a la obtención de una parte muy importante de sus contenidos. No obstante, hay una voluntad de localización de las noticias para adaptarlas a los intereses, reales o percibidos, del público de destino, y el resultado de esta estrategia es diferente en cada uno de ellos. Sin embargo, tal diferencia no responde únicamente a una cuestión de mercado o difusión, sino a la intención de establecer una agenda. Esta agenda se construye a través de la selección de las noticias que aparecen en las portadas (*gatekeeping*) y el punto de vista en el que se sitúa el discurso (*framing* o encuadre).

Como se explicó en la sección dedicada al Servicio Mundial de la BBC, los medios de comunicación internacionales de financiación pública funcionan como herramientas de influencia cultural y soft power.

Como sabemos, los medios de comunicación crean y conforman la opinión pública (Hernández Guerrero, 2012: 971) pero, además, para que esta estrategia funcione, es fundamental que el resultado sea atractivo, de forma que pueda llegar a un público cada vez más amplio. Es decir,

soft power is more than just persuasion or the ability to move people by argument, though that is an important part of it. It is also the ability to entice and attract. In behavioral terms, soft power is attractive power. In terms of resources, soft power resources are the assets that produce such attraction (Nye, 2008: 95)

En un panorama internacional en el que el acceso a la información se ha facilitado enormemente en las últimas décadas, «attention rather than information becomes the scarce resource» (*ibid.*: 99).

En este sentido, las noticias de entretenimiento o *soft news* y los titulares de corte sensacionalista suponen una estrategia fácil a la que los medios de comunicación pueden recurrir para atraer lectores en un momento de declive de la prensa escrita, y «even quality newspapers frequently adopt sensational devices when under pressure to attract more readers» (Lee, 2020: 15).

No obstante, resulta llamativo que la BBC recurra a este tipo de contenidos, cuando su estrategia ha consistido tradicionalmente en presentar una imagen de rigor periodístico e imparcialidad, generando una reputación que se ha mantenido constante a lo largo de los años (BBC, 2017: 19) y que se extiende al Servicio Mundial, percibido por lo general como una fuente de noticias imparciales y de calidad (Cheesman y Nohl, 2011: 218). Como explica Nye, «credibility is the crucial resource and an important source of soft power. Reputation becomes even more important than in the past, and political struggles occur over the creation and destruction of credibility» (2008: 100).

7 Conclusiones

En este último capítulo de la tesis se hace una recapitulación de los resultados del estudio, en relación con los objetivos planteados en la introducción, así como se introduce una reflexión sobre las contribuciones y las limitaciones del trabajo llevado a cabo y las posibles direcciones de investigación futuras. La investigación ha servido para responder a las preguntas planteadas, pero también ha dado lugar a la aparición de nuevos interrogantes y reflexiones que no se habían anticipado al inicio de este estudio.

A lo largo de estas páginas, se ha tratado de averiguar de qué forma los sitios web de la BBC para América Latina crean un discurso nuevo, adaptado a la nueva audiencia a la que se dirigen, y establecen una agenda determinada. Al contrario de lo que se planteó como hipótesis inicial, a pesar de tratarse de dos medios orientados a públicos de países pertenecientes a un mismo entorno geopolítico, los resultados para uno y otro medio son diferentes, es decir, no hay una similitud en la selección de contenidos ni en el encuadre de los titulares.

Como se ha demostrado con el análisis llevado a cabo, tanto BBC Mundo como BBC Brasil elaboran estrategias editoriales propias en lo que se refiere a la selección de contenidos, al uso de la traducción y al encuadre de los titulares, en un esfuerzo por localizar su contenido para diferenciarlo del de la versión inglesa y adecuarlo al nuevo contexto en el que se enmarca, con la intención de alcanzar a un público cada vez mayor.

Al mismo tiempo, a través de la selección de contenidos que conforman la categoría principal de las noticias de la portada y del tono y el encuadre que establecen los titulares, ambos medios, BBC Mundo y BBC Brasil ofrecen

representaciones distintas de la realidad, conformadas por planteamientos ideológicos propios, aunque sin dejar de responder a los intereses de la corporación de la que forman parte. Así pues, mediante el análisis desarrollado se ha podido responder a las preguntas iniciales planteadas como objetivos de esta tesis.

7.1 Contribuciones

Este estudio ha contribuido a profundizar en la interdisciplinariedad en las ciencias sociales y las humanidades, en particular, en la combinación de traducción y periodismo, tratando de acercar estas dos disciplinas. Se ha querido contribuir asimismo a la generalización en la investigación traductológica de métodos y técnicas propias del periodismo y de los estudios de comunicación, como son los conceptos de *agenda-setting* o el uso del método de la semana construida.

En lo que respecta al contenido de la investigación, se ha contribuido a una mejor comprensión del funcionamiento y las políticas de la BBC y de su Servicio Mundial, así como de los medios multilingües digitales y las grandes corporaciones mediáticas en general. En este sentido, se hace una aportación específicamente al estudio de la traducción periodística en el contexto latinoamericano y, en particular, en portugués, una lengua sobre la que las investigaciones de la traducción periodística son escasas.

Por otro lado, se ha aportado información sobre cómo se generan y se difunden el discurso periodístico y su traducción. Mediante el recurso a conceptos clásicos del periodismo, se ha explicado cómo un medio determinado puede adaptar su discurso a lo que percibe como las necesidades del público meta y, así, ampliar

su alcance para tratar de ejercer una influencia en un área determinada y favorecer una agenda informativa.

7.2 Limitaciones

La limitación más evidente de este estudio es la antigüedad de los datos analizados. Debido a la rapidez con la que evolucionan los medios digitales en los últimos años, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, y al tiempo que supone la elaboración de una tesis doctoral, los datos utilizados, recopilados al inicio del proceso, resultan ya, en cierta medida, anticuados, puesto que los medios estudiados pueden haber cambiado sus políticas en estos años.

Por otra parte, el corpus, a pesar de estar recopilado mediante una técnica de muestreo diseñada para asegurar la mayor representatividad posible de los datos, representa un periodo de tiempo muy corto, de aproximadamente un mes y medio, e incluye un número de noticias relativamente pequeño. Esto hace que, al clasificarlas en categorías para el análisis de contenido, el número de noticias incluidas en cada una fuera, en ocasiones, demasiado bajo como para permitir establecer resultados sólidos.

En lo que respecta al análisis de la presencia de traducción en el corpus, las limitaciones tienen que ver con una cuestión característica de la traducción periodística, como es la falta de textos fuente y la invisibilidad de los traductores y de los procesos traductivos. Para tratar de contrarrestarlo, se observaron todos los indicios que pudieran apuntar a la presencia de esta, como son las fuentes mencionadas y los nombres de redactores y corresponsales, y se procedió a una

búsqueda exhaustiva en los sitios web de la BBC para recuperar las noticias originales correspondientes; sin embargo, no podemos asegurar que se haya conseguido en todos los casos. A eso se añade el hecho de que las noticias originales se obtuvieron tiempo después de la publicación de las noticias del corpus, lo que complica el trabajo de recuperación, puesto que algunas podrían haber sufrido modificaciones.

En lo que se refiere al análisis del encuadre en los titulares, debe tenerse en cuenta que estos se elaboran de forma independiente a la noticia y que, por lo tanto, no necesariamente reflejan el encuadre de esta. No obstante, cabe señalar que, “even if the article may in fact be more ambiguous and open to interpretation, the framing applied in the headline is likely to restrict reader's readings and judgements” (Molek-Kozakowska, 2013: 185).

Por otra parte, a la hora de extraer conclusiones sobre el funcionamiento de una institución a partir del análisis textual, debemos ser cuidadosos, puesto que este, por sí solo, no puede explicar las decisiones que hay detrás de una estrategia de traducción determinada ni “how a specific organisation reacts to the social context in which it functions” (Pan, 2014: 549).

7.3 Líneas de investigación futuras

A pesar de la intención interdisciplinar del presente estudio, reflejada en la combinación de planteamientos teóricos y metodológicos provenientes no solo de la traductología, sino también de disciplinas afines, esta investigación se ha limitado a examinar la traducción de noticias como producto, que es el tipo de planteamiento

más asentado y más frecuente. No obstante, algunos autores consideran que es un tipo de estudio insuficiente si no se combina con otros enfoques (Davier *et al.*, 2018b). En este sentido, sería interesante reforzar los resultados obtenidos con estudios de tipo etnográfico, para entender la forma en que trabajan los periodistas en ambas redacciones. También resultaría esclarecedor un estudio de recepción, para comprobar el efecto de la información elaborada por ambos medios en los lectores.

Por otra parte, este estudio no deja de ser un estudio de caso, una descripción de un medio determinado en un momento limitado en el tiempo y en el espacio, lo que exige tener cautela con las generalizaciones. Para poder alcanzar un mayor conocimiento de cómo funciona la infraestructura global de la información, sería conveniente comparar los resultados de este estudio con otros estudios sobre otros medios globales. Además, dada la rápida obsolescencia de la información periodística, podría resultar interesante repetir un análisis similar con datos más actuales, con el fin de comprobar la evolución de las estrategias utilizadas a lo largo del tiempo.

Por último, dadas las particularidades de la prensa digital y la rápida evolución tecnológica de los sistemas de comunicación, sería interesante analizar los elementos paratextuales de ambos sitios web, como puede ser el uso de imágenes, elementos multimedia e hipervínculos, así como estudiar la relación de estos medios con las redes sociales.

8 Referencias

- Álvarez, R., y Vidal, M. C. A. (1996). *Translation, power, subversion* (Vol. 8). Clevedon: Multilingual Matters.
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social* 70, 423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Ardèvol-Abreu, A., de Zúñiga, H. G., y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *El profesional de la información (EPI)*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Baker, M. (2006). *Translation and conflict: A narrative account*. Nueva York: Routledge.
- 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*, 35-45. Warwick: Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.
- Bassnett, S. (2005). Bringing the news back home: Strategies of acculturation and foreignisation. *Language and Intercultural Communication*, 5(2), 120-130. <https://doi.org/10.1080/14708470508668888>
- Bassnett, S. (2006). Introduction. En K. Conway y S. Bassnett (Eds.) *Translation in Global News. Proceedings of the conference held at the University of Warwick*, 5-8. Warwick: Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.
- Bassnett, S., y Lefevere, A. (1990). *Translation, History and Culture*. Londres y Nueva York: Pinter Publishers.
- Baumann, G., Gillespie, M., y Sreberny, A. (Eds.). (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>
- Bazaco, Á., Redondo, M., y Sánchez-García, P. (2019). El *clickbait* como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología. *Revista Latina de Comunicación social* 74, 94-115. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1323>

- BBC para África (2011). BBC em português: 72 anos de história. *BBC para África*.
http://www.bbc.co.uk/portugueseafrika/highlights/story/2011/03/110301_historybbcportuguesetl.shtml (Consultado el 11 de mayo de 2021).
- BBC World Service (2008). BBC Brasil celebrates 70 years of broadcasting with four special debates. *BBC Press Office*.
http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2008/02_february/28/brasil.shtml (Consultado el 11 de mayo de 2021).
- 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
- BBC. (2017). *Annual Report and Accounts 2016/2017*.
<https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/bbc-annualreport-201617.pdf>
- Bednarek, M. (2010). Evaluation in the news: A methodological framework for analysing evaluative language in journalism. *Australian Journal of Communication*, 37(2), 15-50.
- 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. (2005). Globalisation and translation: A theoretical approach. *Language and Intercultural Communication*, 5(2), 131-144.
<https://doi.org/10.1080/14708470508668889>
- Bielsa, E. (2007). Translation in global news agencies. *Target. International Journal of Translation Studies*, 19(1), 135-155. <https://doi.org/10.1075/target.19.1.08bie>
- Bielsa, E. (2010). Cosmopolitanism, translation and the experience of the foreign. *Across Languages and Cultures*, 11(2), 161-174. <https://doi.org/10.1556/Acr.11.2010.2.2>
- Bielsa, E. (2016). News translation: global or cosmopolitan connections? *Media, Culture & Society*, 38(2), 196-211. <https://doi.org/10.1177/0163443715613635>
- Bielsa, E. (2019). News Translation. En Baker, M., & Saldanha, G. (Eds.). *Routledge Encyclopedia of Translation Studies (3.ª ed.)*, 365-370. Londres: Routledge.

- Bielsa, E., y Bassnett, S. (2009). *Translation in global news*. Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Blom, J. N. y Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87-100.
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- 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>
- Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., y Ganguly, N. (2016). Stop clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media. *IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* , 9-16.
<https://doi.org/10.1109/ASONAM.2016.7752207>
- 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*, 147-160. Nueva York: Routledge.
- Connolly-Ahern, C., Ahern, L. A. y Bortree, D. S. (2009). The effectiveness of stratified constructed week sampling for content analysis of electronic news source archives: AP Newswire, Business Wire, and PR Newswire. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(4), 862-883. <https://doi.org/10.1177/107769900908600409>
- Conway, K. (2006). A cultural studies approach to translation in the news: The case of Canada and Quebec. *Translation in Global News. Proceedings of the conference held at the University of Warwick*, 47-58. Warwick: Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.
- Conway, K. (2008). A cultural studies approach to semantic instability: The case of news translation. *Linguistica Antverpiensia, New Series—Themes in Translation Studies* (7), 29-43.

- Conway, K. (Ed.). (2015a). *Perspectives* 23(4): Culture and News Translation.
- Conway, K. (2015b). 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>
- Conway, K. y Bassnett, S. (Eds.) (2006). *Translation in global news. Proceedings of the conference held at the University of Warwick*. Warwick: Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.
- Conway, K., y Vaskivska, T. (2010). Consuming news translation: The New York Times online and the “Kremlin rules” experiment. *Across Languages and Cultures*, 11(2), 233-253. <https://doi.org/10.1556/Acr.11.2010.2.6>
- Cristina Caimotto, M. 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>
- Cronin, M. (2003). *Translation and Globalization*. Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Cronin, M. (2006). *Translation and identity*. Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Dalpiaz, J. (2009). Da convivência à convergência das mídias: As representações do mundo na BBC Brasil. *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Comunicação, Educação e Cultura na Era Digital*. Curitiba.
- Dalpiaz, J. (2011). Rotinas e critérios de noticiabilidade: um estudo sobre a produção jornalística da BBC Brasil. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 8(1), 213-233. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2010v8n1p213>
- Davier, L. (2015). ‘Cultural translation’ in news agencies? A plea to broaden the definition of translation. *Perspectives*, 23(4), 536-551. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1040036>
- Davier, L. (2017). *Les enjeux de la traduction dans les agences de presse*. Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.
- 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 Conway, K. (2019). *Journalism and Translation in the Era of Convergence* (Vol. 146). Ámsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- 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>

- Davier, L., Schäffner, C. y van Doorslaer, L. (Eds.). (2018a). *Across Languages and Cultures* 19(2): Methods in News Translation
- Davier, L., Schäffner, C. y van Doorslaer, L. (2018b). The methodological remainder in news translation research: outlining the background. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 155-164. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.1>
- Dencik, L. (2013). What global citizens and whose global moral order? Defining the global at BBC World News. *Global Media and Communication*, 9(2), 119-134. <https://doi.org/10.1177/1742766513479716>
- Develotte, C. y Rechniewski, E. (2001). Discourse analysis of newspaper headlines: a methodological framework for research into national representations. *The Web Journal of French Media Studies*, 4(1), 1-12. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01510703>
- Dor, D. (2003). On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of pragmatics*, 35(5), 695-721. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00134-0](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00134-0)
- Entman, R. M., Matthes, J. y Pellicano, L. (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies*, 175-190. Nueva York: Routledge.
- Gagnon, C., Boulanger, P.-P. y Kalantari, E. (2018). How to approach translation in a financial news corpus? *Across Languages and Cultures*, 19(2), 221-240. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.5>
- Gambier, Y. (2006). Transformations in international news. En K. Conway y S. Bassnett (Eds.) *Translation in Global News. Proceedings of the conference held at the University of Warwick*, 9-21. Warwick: Centre for Translation and Comparative Cultural Studies.
- Gambier, Y. y van Doorslaer, L. (Eds.) (2016). *Border crossings: Translation studies and other disciplines* (Vol. 126). Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Gentzler, E. (2014). Translation studies: Pre-discipline, discipline, interdiscipline, and post-discipline. *International Journal of Society, Culture & Language*, 2(2), 13.
- Gillespie, M., Sattar, N. A. y Lami, M. (2015). 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"*, 77-103. Bristol: Policy Press.

- Glogger, I. y Otto, L. P. (2019). Journalistic views on hard and soft news: Cross-validating a popular concept in a factorial survey. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 811-829. <https://doi.org/10.1177/1077699018815890>
- Hänska-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>
- Hänska, 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>
- Harcup, T. y O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hatim, B. y Mason, I. (1997/2005). *The translator as communicator*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Hernández Guerrero, M. J. (2006). Técnicas específicas de la traducción periodística. *Quaderns: revista de traducció*(13), 125-139. <https://www.raco.cat/index.php/QuadernsTraduccio/article/view/51667>
- Hernández Guerrero, M. J. (2008). La traducción periodística en los diarios españoles de información general. En L. Pegenaute, J. DeCesaris, M. Tricás y E. Bernal (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. (2009). *Traducción y periodismo*. Berlín: Peter Lang.
- Hernández Guerrero, M. J. (2010). Translated interviews in printed media — A case study of the Spanish daily El Mundo. *Across Languages and Cultures*, 11(2), 217-232. <https://doi.org/10.1556/Acr.11.2010.2.5>
- Hernández Guerrero, M. J. (2012). La traducción al servicio de una línea editorial: la primavera árabe en el diario *El País*. *Meta: journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 57(4), 960-976. <https://doi.org/10.7202/1021227ar>

- Hernández Guerrero, M. J. (2015). La traducción en *The Huffington Post*. *Hermeneus: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de Soria*(17), 111-136.
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/17003>
- Hernández Guerrero, M. J. (2016). Traducción y opinión pública global: el caso de Project Syndicate. En M. R. Martín Ruano y M. C. Á. Vidal Claramonte (Eds.) *Traducción, medios de comunicación y opinión pública*. Granada: Comares.
- Hernández Guerrero, M. J. (2017). Translation in new independent online media: the case of Mediapart. *Perspectives*, 25(2), 294-307.
<https://doi.org/10.1080/0907676X.2016.1213304>
- Hernández Guerrero, M. J. (2019a). Journalistic Translation. En R. A. Valdeón y Á. Vidal (Eds.), *The Routledge Handbook of Spanish Translation Studies*. Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Hernández Guerrero, M. J. (2019b). La traducción en las nuevas formas de periodismo. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, 72-93.
<https://doi.org/10.6035/MonTI.2019.ne5.3>
- Hernández Guerrero, M. J. (2020). The translation of tweets in Spanish digital newspapers. *Perspectives*, 28(3), 376-392. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2019.1609535>
- Hester, J. B. y Dougall, E. (2007). The efficiency of constructed week sampling for content analysis of online news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(4), 811-824. <https://doi.org/10.1177/107769900708400410>
- Hjarvard, S. (2001a). Introduction. En S. Hjarvard (Ed.), *News in a globalized society*. Gotemburgo: Nordicom.
- Hjarvard, S. (2001b). News Media and the Globalization of the Public Sphere. En S. Hjarvard (Ed.), *News in a Globalized Society*. 17-40. Gotemburgo: Nordicom.
- Hong, J. (2018). Translation of attribution and news credibility. *Journalism*, 22(3): 787-803.
<https://doi.org/10.1177/1464884918775201>
- House, J. y Loenhoff, J. (2016). Communication studies and translation studies. En Y. Gambier y L. van Doorslaer (Eds.) *Border crossings: Translation studies and other disciplines*, 97-116. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Huang, Q. y Valdeón, R. (en prensa) *Agenda-setting and journalistic translation: The New York Times in English, Spanish and Chinese*.

- Hursti, K. (2001). An insider's view on transformation and transfer in international news communication: an English-Finnish perspective. *The electronic journal of the Department of English at the University of Helsinki*, 1(1). <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/> (Consultado el 11 de mayo de 2021)
- Hutchings, S., Gillespie, M., Yablokov, I., Lvov, I. y Voss, A. (2015). Staging the Sochi winter Olympics 2014 on Russia Today and BBC World News: From soft power to geopolitical crisis. *Participations: Journal of Audience Reception Studies*. <http://hdl.handle.net/10023/6967>
- Iarovici, E. y Amel, R. (1989). The strategy of the headline. *Semiotica*, 77(4), 441-460. <https://doi.org/10.1515/semi.1989.77.4.441>
- Ilan, J. (2019). Saving some news for later: The making and gatekeeping process of the national TV news filler. *The Communication Review*, 22(1), 26-44. <https://doi.org/10.1080/10714421.2018.1564503>
- International Press Telecommunications Council (s.f.) *Select and show IPTC NewsCode taxonomies as tree diagram*. <https://show.newscodes.org/index.html?newscodes=subj&lang=es&startTo>Show> (Consultado el 11 de mayo de 2021)
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. The University of Chicago Press.
- 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>
- Kang, J.-H. (2007). Recontextualization of news discourse: A case study of translation of news discourse on North Korea. *The translator*, 13(2), 219-242. <https://doi.org/10.1080/13556509.2007.10799239>
- Kelly, D. (1998). Ideological implications of translation decisions: positive self-and negative other presentation. *Quaderns: revista de traducció*(1), 57-63. <https://www.raco.cat/index.php/QuadernsTraduccio/article/view/25142>
- Kilgo, D. K. y Sinta, V. (2016). Six things you didn't know about headline writing: Sensationalistic form in viral news content from traditional and digitally native news

organizations. En *Research Journal of the International Symposium on Online Journalism* 111-130

- Kim, H., Jang, S. M., Kim, S.-H. y Wan, A. (2018). Evaluating sampling methods for content analysis of Twitter data. *Social Media+ Society*, 4(2), <https://doi.org/10.1177/2056305118772836>
- 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>
- Leal Filho, L. L. (2008). *Vozes de Londres: memórias brasileiras da BBC*. São Paulo: EdUSP.
- Lee, N. Y. (2020). Headlines for summarizing news or attracting readers' attention? Comparing news headlines in South Korean newspapers with the New York Times. *Journalism*, <https://doi.org/10.1177/1464884920929202>
- Lefevere, A. (1997). *Traducción, reescritura y la manipulación del canon literario*. [orig. *Translation, Rewriting, and the Manipulation of Literary Fame*]. Trad. Á. Vidal y R. Álvarez. Salamanca: Colegio de España.
- Lehman-Wilzig, S. N. y Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37-56. <https://doi.org/10.1177/1464884909350642>
- Liu, N. X. (2017). Same perspective, different effect: framing the economy through financial news translation. *Perspectives*, 25(3), 452-463. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2017.1287203>
- 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>
- Luo, Y. (2015). News translation as a site of framing Chinese identity: The case of Yeeyan Sport. *Ethnicities*, 15(6), 829-847. <https://doi.org/10.1177/1468796814546912>
- Manfredi, M. (2018). Investigating ideology in news features translated for two Italian media. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 185-203. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.3>

- Marinetti, C. (2011). Cultural approaches. En Y. Gambier y L. van Doorslaer (Eds.) *Handbook of translation studies*, 2, 26-30. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- 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. *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43133020> (Consultado el 11 de mayo de 2021).
- Matsushita, K. y Schöffner, C. (2018). Multilingual collaboration for news translation analysis: possibilities and limitations. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 165-184. <https://doi.org/10.1556/084.2018.19.2.2>
- 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>
- Medina, M. y Ojer, T. (2011). The Transformation of Public TV Companies into Digital Services at the BBC and RTVE. *Comunicar* (36), 87-94. <https://doi.org/10.3916/c36-2011-02-09>
- Molek-Kozakowska, K. (2013). Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication*, 7(2), 173-197. <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>
- Munday, J. (2001). *Introducing Translation studies: Theories and applications*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Nadal Palazón, J. (2012). Rasgos formales de los titulares periodísticos: notas sobre diez diarios del ámbito hispánico. *Acta poética*, 33(1), 173-195. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ap/v33n1/v33n1a8.pdf>
- Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign policy* (80), 153-171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Nye, J. S. (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>
- Odriozola-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. <https://hdl.handle.net/10171/27964>

- Oliver, E. (2019). A Voice for East Germany: Developing the BBC German Service's East Zone Programme. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 39(3), 568-583. <https://doi.org/10.1080/01439685.2019.1643111>
- Orengo, A. (2005). Localising news: Translation and the 'global-national' dichotomy. *Language and intercultural communication*, 5(2), 168-187. <https://doi.org/10.1080/14708470508668892>
- Ortega, A. (1981). Peticiones parlamentarias en favor de los programas de la BBC en español. *El País*. https://elpais.com/diario/1981/12/04/radiotv/376268402_850215.html (Consultado el 11 de mayo de 2021).
- Otto, L., Glogger, I. y Boukes, M. (2017). The softening of journalistic political communication: A comprehensive framework model of sensationalism, soft news, infotainment, and tabloidization. *Communication Theory*, 27(2), 136-155. <https://doi.org/10.1111/comt.12102>
- Palmer, L. (2019). "Translating" Russia: News Fixers and Foreign Correspondents in an Era of Political Uncertainty. *Journalism Studies*, 20(12), 1782-1797. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1638295>
- Pan, L. (2014). Investigating institutional practice in news translation: An empirical study of a Chinese agency translating discourse on China. *Perspectives*, 22(4), 547-565. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2014.948888>
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *Ethical Space: The International Journal of Communication Ethics*, 4(1), 57-66.
- Paterson, C. A. (2001). Media Imperialism Revisited. The Global Public Sphere and the News Agency Agenda. En S. Hjarvard (Ed.), *News in a Globalized Society*. 77-92. Gotemburgo: Nordicom
- Patterson, T. E. (2000). Doing well and doing good. *John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Faculty Research Working Papers Series* <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.257395>
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 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>
- Potthast, M., Köpsel, S., Stein, B. y Hagen, M. (2016). Clickbait detection. *European Conference on Information Retrieval*. 810-817. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-30671-1_72
- Pym, A. (2009). *Exploring translation theories*. Londres: Routledge.
- Qin, B. y Zhang, M. (2018). Reframing translated news for target readers: a narrative account of news translation in Snowden's discourses. *Perspectives*, 26(2), 261-276.
<https://doi.org/10.1080/0907676X.2017.1377265>
- Rantanen, T. (2005). *The media and globalization*. Londres: 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 quarterly*, 70 (1), 133-139. <https://doi.org/10.1177/107769909307000115>
- Riggs, A. (2020). The role of stylistic features in constructing representations of Muslims and France in English online news about terrorism in France. *Perspectives*, 28 (3), 357-375. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2018.1478863>
- Riggs, A. (2021). How online news headlines and accompanying images 'translate' a violent event: a cross-cultural case study. *Language and Intercultural Communication*, 1-14.
<https://doi.org/10.1080/14708477.2020.1870486>
- Salaverría-Aliaga, R. (2009). Los medios de comunicación ante la convergencia digital. *Actas del I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 (CD-Rom)*. Bilbao, 11-13 noviembre de 2009. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
<https://hdl.handle.net/10171/5099>
- Salaverría-Aliaga, R., García-Avilés, J. A. y Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López García y X. Pereira Fariña (Coords.) *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. 41-64. Santiago de Compostela: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico.

- Scammell, C. (2016). Putting the foreign in news translation: A reader-response investigation of the scope for foreignising the translation strategies of the global agencies. (Tesis de doctorado) Londres: King's College.
- Schäffner, C. (2004). Political discourse analysis from the point of view of translation studies. *Journal of Language and Politics*, 3(1), 117-150.
<https://doi.org/10.1075/jlp.3.1.09sch>
- Schäffner, C. (2005). Bringing a German voice to English-speaking readers: Spiegel International. *Language and Intercultural Communication*, 5(2), 154-167.
<https://doi.org/10.1080/14708470508668891>
- Schäffner, C. (2008). 'The prime minister said...': voices in translated political texts. *Synaps*, 22, 3-25.
- Schäffner, C. (2012). Rethinking transediting. *Meta: Journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 57(4), 866-883. <https://doi.org/10.7202/1021222ar>
- 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. P. (2009). *Gatekeeping theory*. Nueva York y Abingdon: 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 T. Hanitzschs. (Ed.), *The handbook of journalism studies* 73-87. Nueva York y Abingdon: Routledge.
- Sidiropoulou, M. (1995). Headlining in translation: English vs. Greek press. *Target. International Journal of Translation Studies*, 7(2), 285-304.
<https://doi.org/10.1075/target.7.2.06sid>
- Snell-Hornby, M. (2006). *The Turns of Translation Studies: New paradigms or shifting viewpoints?* (Vol. 66). Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing.
- 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>

- Thiranagama, S. (2011). Ethnic entanglements: The BBC Tamil and Sinhala services amidst the civil war in Sri Lanka. *Journalism*, 12(2), 153-169.
<https://doi.org/10.1177/1464884910388584>
- Tsai, C. (2005). Inside the television newsroom: An insider's view of international news translation in Taiwan. *Language and Intercultural Communication*, 5(2), 145-153.
<https://doi.org/10.1080/14708470508668890>
- Tsai, C. (2006). Translation through interpreting: A television newsroom model. En K. Conway y S. Bassnett (Eds.) *Translation in Global News. Proceedings of the conference held at the University of Warwick*, 59-72.
- Tsai, C. (2012). Television news translation in the era of market-driven journalism. *Meta: Journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 57(4), 1060-1080.
<https://doi.org/10.7202/1021233ar>
- Tuning In. (s.f.) Tuning In: Diasporic contact zones at the BBC World Service.
<http://www.open.ac.uk/researchprojects/diasporas/> (Consultado el 11 de mayo de 2021).
- Tymoczko, M. (2007/2014). *Enlarging translation, empowering translators*. Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Tymoczko, M. y Gentzler, E. (2002). *Translation and power*. University of Massachusetts Press.
- Valdeón, R. (2005a). Media Translation in BBCMUNDO Internet Text. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, (51), 105-120.
- Valdeón, R. (2005b). 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. (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. (Ed.). (2010). *Across Languages and Cultures* 11(2): Translation in the post-industrial society.
- Valdeón, R. (2012a). From the Dutch corantos to convergence journalism: The role of translation in news production. *Meta: Journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 57(4), 850-865. <https://doi.org/10.7202/1021221ar>
- Valdeón, R. (Ed.). (2012b). *Meta: Journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 57(4): Journalisme et Traduction/Journalism and Translation

- Valdeón, R. (2014). From adaptation to appropriation: Framing the world through news translation. *Linguaculture*, 2014(1), 51-62. <https://doi.org/10.1515/lincu-2015-0019>
- Valdeón, R. (2015). Fifteen years of journalistic translation research and more. *Perspectives*, 23(4), 634-662. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1057187>
- Valdeón, R. (2016). Traducción periodística y gatekeeping. En M. R. Martín Ruano y Á. Vidal Claramonte (Eds.) *Traducción, medios de comunicación, opinión pública*, 35-51. Granada: Comares.
- Valdeón, R. (2018). On the use of the term 'translation' in journalism studies. *Journalism*, 19(2), 252-269. <https://doi.org/10.1177/1464884917715945>
- Valdeón, R. (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>
- Valdeón, R. (2020a) Gatekeeping, ideological affinity and journalistic translation. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884920917296>
- Valdeón, R. (2020b). Journalistic translation research goes global: theoretical and methodological considerations five years on. *Perspectives*, 28(3), 325-338. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2020.1723273>
- Valdeón, R. (2020c). On the Interface Between Journalism and Translation Studies: A Historical Overview and Suggestions for Collaborative Research. *Journalism Studies*, 21(12), 1644-1661. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1788413>
- Valdeón, R. (2021). Translation: from mediation to gatekeeping and agenda-setting. *Language and Intercultural Communication*, 21(1), 24-36. <https://doi.org/10.1080/14708477.2020.1833903>
- Valdeón, R. (en prensa) *Translation and the tabloidization of the New York Times in Spanish*.
- Van Doorslaer, L. (2009). How language and (non-) translation impact on media newsrooms: The case of newspapers in Belgium. *Perspectives: Studies in Translatology*, 17(2), 83-92. <https://doi.org/10.1080/09076760903125051>
- Van Doorslaer, L. (2010). The double extension of translation in the journalistic field. *Across Languages and Cultures*, 11(2), 175-188. <https://doi.org/10.1556/Acr.11.2010.2.3>
- Van Doorslaer, L. (2012). Translating, narrating and constructing images in journalism with a test case on representation in Flemish TV news. *Meta: Journal des*

traducteurs/Meta: Translators' Journal, 57(4), 1046-1059.

<https://doi.org/10.7202/1021232ar>

Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility*. Londres y Nueva York: Routledge.

Vidal Claramonte, M. C. Á. (2009). A vueltas con la traducción en el XXI. *MonTI*.

Monografías de Traducción e Interpretación(1). <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/monti/article/view/1643>

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*. 161-172. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.

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>

Wu, X. (2018). Framing, reframing and the transformation of stance in news translation: a case study of the translation of news on the China–Japan dispute. *Language and Intercultural Communication*, 18(2), 257-274.

<https://doi.org/10.1080/14708477.2017.1304951>

Zhang, M. (2013). Stance and mediation in transediting news headlines as paratexts.

Perspectives, 21(3), 396-411. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2012.691101>



AUTORIZACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORAL

Año Académico: 2020 / 2021 _

1.- Datos personales del autor de la Tesis		
Apellidos: de Albornoz Domínguez	Nombre: Sara	
DNI/Pasaporte/NIE: 71657513R	Teléfono: 649697687	Correo electrónico: saradealbornoz@gmail.com

2.- Datos académicos	
Programa de Doctorado cursado: Investigaciones Humanísticas	
Órgano responsable: Centro Internacional de Posgrado	
Departamento/Instituto en el que presenta la Tesis Doctoral: Filología inglesa, francesa y alemana	
Título definitivo de la Tesis	
Español/Otro Idioma: Español/Otro Idioma: Selección de contenidos, usos de la traducción y estrategias de encuadre en BBC Mundo y BBC Brasil: la agenda del Servicio Mundial de la BBC en América Latina	Inglés: Gatekeeping, translation and framing strategies in BBC Mundo and BBC Brasil: the agenda of the BBC World Service in Latin America
Rama de conocimiento: Artes y Humanidades	

3.- Autorización del Director/es y Tutor de la tesis	
D/D ^a : Roberto A. Valdeón García	DNI/Pasaporte/NIE: 10844744Z
Departamento/Instituto: Filología Inglesa, Francesa y Alemana	
D/D ^a :	DNI/Pasaporte/NIE:
Departamento/Instituto/Institución:	
Autorización del Tutor de la tesis	
D/D ^a : M ^a del Carmen Pérez Riu	DNI/Pasaporte/NIE: 09396030R
Departamento/Instituto: Filología Inglesa, Francesa y Alemana	

Autoriza la presentación de la tesis doctoral en cumplimiento de lo establecido en el Art. 32 del Reglamento de los Estudios de Doctorado, aprobado por el Consejo de Gobierno, en su sesión del día 20 de julio de 2018 (BOPA del 9 de agosto de 2018)

Oviedo, 17 de mayo de 2021

Director/es de la Tesis

VALDEON GARCIA
 ROBERTO ANTONIO
 - 10844744Z

Fdo.:

Firmado digitalmente por
 VALDEON GARCIA ROBERTO
 ANTONIO - 10844744Z
 Fecha: 2021.05.17 12:46:53
 +02'00'

Tutor de la Tesis

Carmen
 Perez Riu

Fdo.:

Firmado digitalmente por Carmen
 Perez Riu
 Nombre de reconocimiento (DN):
 cn=Carmen Perez Riu, o, ou,
 email=perezriucarmen@gmail.com
 c=ES
 Fecha: 2021.05.17 19:09:44 +01'00'

**SR. PRESIDENTE DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA DE DOCTORADO
 EN INVESTIGACIONES HUMANÍSTICAS**



RESOLUCIÓN DE PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORAL

Año Académico: 2020/2021

1.- Datos personales del autor de la Tesis		
Apellidos: Albornoz Domínguez	Nombre: Sara de	
DNI/Pasaporte/NIE: 71657513R	Teléfono: 649697687	Correo electrónico: saradealbornoz@gmail.com

2.- Datos académicos	
Programa de Doctorado cursado: Investigaciones Humanísticas	
Órgano responsable: Centro Internacional de Postgrado	
Departamento/Instituto en el que presenta la Tesis Doctoral: Filología Ingles, Francesa y Alemana	
Título definitivo de la Tesis	
Español/Otro Idioma: Selección de contenidos, usos de la traducción y estrategias de encuadre en BBC Mundo y BBC Brasil: la agenda del Servicio Mundial de la BBC en América Latina	Inglés: Gatekeeping, translation and framing strategies in BBC Mundo and BBC Brasil: the agenda of the BBC World Service in Latin America
Rama de conocimiento: Artes y Humanidades	
Señale si procede:	
<input type="checkbox"/> Mención Internacional <input type="checkbox"/> Idioma de presentación de la Tesis distinto al español <input type="checkbox"/> Presentación como compendio de publicaciones	

3.- Autorización del Presidente de la Comisión Académica	
D/D ^a : Marco de la Rasilla Vives	DNI/Pasaporte/NIE: 00665910Z
Departamento/Instituto: Historia	

Resolución: La Comisión Académica del Programa de Doctorado en Investigaciones Humanísticas en su reunión de fecha 17/06/2021, acordó la presentación de la tesis doctoral a la Comisión de Doctorado, previa comprobación de que la tesis presentada y la documentación que la acompaña cumplen con la normativa vigente, según lo establecido en el Art.32.8 del Reglamento de los Estudios de Doctorado, aprobado por el Consejo de Gobierno, en su sesión del día 20 de julio de 2018 (BOPA del 9 de agosto de 2018)

Además, informa:

	Favorable	Desfavorable
• Mención Internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Idioma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Presentación como compendio de publicaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FOR-MAT-VOA-012 (Reg. 2018)



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

Justificación

Oviedo, 17 de junio de 2021

Presidente de la Comisión Académica del Programa de Doctorado

DE LA RASILLA
VIVES MARCO
- 00665910Z

Firmado digitalmente
por DE LA RASILLA
VIVES MARCO -
00665910Z
Fecha: 2021.06.18
08:44:19 +02'00'

Fdo.: Marco de la Rasilla Vives

Contra la presente Resolución, podrá interponer recurso de alzada ante el Rectorado, en el plazo de un mes, a partir del día siguiente al de la presente notificación, de conformidad con el art. 122 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas

SR. DIRECTOR DEL CENTRO INTERNACIONAL DE POSTGRADO