

Televisión e información: análisis de los criterios de televisión de calidad en los informativos de las cadenas nacionales

Television and Information: analysis of television quality criteria in national channels news

Antonio López Téllez
Francisco Antonio Cuenca García
Málaga (España)

RESUMEN

La presente investigación plantea desarrollar una aplicación práctica de los criterios de televisión de calidad al estudio de los informativos de las cadenas generalistas de ámbito nacional en España.

La televisión de calidad es un derecho del ciudadano y una obligación para los profesionales de los medios, de ahí la necesidad de analizar los distintos contenidos de la parrilla de programación para conocer si las emisiones que se realizan responden a unos criterios de calidad (como su finalidad de servicio público, independiente de que la titularidad de la cadena sea pública o bien sea una concesión a una empresa privada). Una televisión de calidad se preocupa por contribuir a la diversidad social, al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre, la extensión de la cultura, la promoción de valores sociales y la defensa de ciertos colectivos (claro ejemplo son la infancia y la juventud). Los informativos son la principal ventana a través de la cual los espectadores se acercan a la realidad social y a la información de su entorno; por otro lado constituyen uno de los géneros "estrella" (por la inversión económica que las cadenas realizan y por la audiencia que congregan) de la programación televisiva. Todos estos argumentos justifican el análisis prioritario de este formato televisivo, pues hoy día éstos tampoco (a pesar del prestigio que hasta el momento les ha acompañado) se libran de las críticas, llegando en ocasiones a considerarlos otra forma de telebasura.

La muestra escogida para esta investigación está formada por los informativos de sobremesa de las cadenas generalistas de ámbito nacional y emisión en abierto (TVE-1, Tele 5 y Antena 3), al ser las que pueden llegar a un mayor público potencial. Por sorteo se ha escogido una semana para analizar, del 23 al 29 de mayo de 2005.

A la hora de desarrollar el modelo de análisis, nos hemos valido de 4 criterios principales, a saber:

- ¿Qué tipo de información sobre su entorno se le da al espectador?
- ¿Existe pluralidad de voces?
- ¿La información es comprensible para el espectador?
- ¿Se vulnera la separación entre publicidad e información?

El modelo comprende varios apartados, comenzando por el análisis de la estructura del informativo (para conocer rasgos básicos para el posterior análisis, como el número de informaciones y su género, o la propia estructura interna del informativo). A continuación se estudian sus rasgos formales, tales como la presencia de presentador, uso de rotulación y presencia de gráficas para facilitar la comprensión de ciertas informaciones. Finalmente, se procede al análisis de su contenido, en el cual se estudia el criterio usado para seleccionar la información (incluyendo categorías básicas como la importancia del acontecimiento, su interés mayoritario, el tema que presenta, o la cantidad de personas afectadas), la diversidad cultural en él presente (con indicadores tales como tipología de sujetos-actores, temática y ámbito de la información, e incluso el género), la claridad expositiva de la información (fundamental si su objetivo es proporcionar las herramientas para que el espectador se forme una opinión de su entorno) o la diferenciación entre información y publicidad (así como la adecuación a la legislación vigente).

ABSTRACT

This essay develops a practical application of quality TV criteria to the study of national channels' news bulletins. We have analysed them for a week in relation to quality criteria such as opinion diversity, technical accuracy, exposition clarity, distinction between information and promotion pieces or selection criteria. In conclusion, this study aims to make an analysis of the TV information we set from television and then compare it with quality TV criteria.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión, televisión de calidad, información audiovisual, informativos.

Television, Quality TV, audio-visual information, news bulletins.

Hoy día es difícil negar la importancia creciente de los medios de comunicación en la estructura de nuestra sociedad. Desde hace muchos años viene diciéndose que vivimos en la denominada sociedad de la información. Los estudiosos llaman la atención constantemente sobre el papel determinante que los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, ejercen en la sociedad, no ya desde el punto de vista de la conformación de la opinión pública, sino también desde el de la labor educativa que cumplen; y no nos referimos sólo a educación como pedagogía, es decir, formación de los más jóvenes, inculcación de conocimientos, valores, hábitos, formas de comportamiento sociales, etc. sino que entendemos este concepto desde la más amplia perspectiva que nos permite la etimología latina de la palabra: dirigir, encaminar, adoctrinar a jóvenes y no tan jóvenes, inculcarles unos instrumentos culturales, otorgarles unas claves de decodificación, a través de los cuáles interpretar el mundo que les rodea. Los medios de comunicación, en especial la televisión, han sido muy criticados en general por ofrecer esa perspectiva, a veces deformada, de la realidad. Se habla de telebasura y se desmascaran formatos televisivos que de forma descarada cualquiera catalogaría dentro de esa denostada categoría. Sin embargo, esos procesos de influencia pueden ser más nocivos en tanto en cuanto se ocultan tras formatos aparentemente más respetables y prestigiosos. Nos referimos a los informativos de televisión, claro está. No están libres de críticas, pero en líneas generales conservan un barniz de prestigio y credibilidad de cara a sus audiencias que les permite seguir cumpliendo esa labor formativa de encaminar o conducir al espectador adonde haya preestablecido el criterio editorial de la cadena.

Los mensajes transmitidos por televisión tienen efectos de gran alcance debido a su enorme potencia comunicadora (audiencias masivas que asimilan pasivamente un alud de mensajes heterogéneos), su capacidad para asimilar elementos de otros medios (teatro, radio, música) de reconocida eficacia comunicacional e integrarlos en sus sustancias expresivas, su capacidad de invadir el espacio familiar y apelar directamente al espectador (a través de locutores prestigiosos), su poder para uniformizar contenidos predigeridos orientados al ocio y al consumo pasivo (Fombona, 1997).

Por ello, es lógico que se plantee como objetivo que la emisión televisiva, en su construcción, desarrollo y contenidos, aplique el concepto de calidad. Charo Gutiérrez Gea, en su excelente artículo «Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación» analiza exhaustivamente los planteamientos metodológicos utilizados para abordar el concepto de calidad en la televisión en países como Japón, Reino Unido o Suecia entre otros. Sobre este particular, resulta de interés considerar una serie de elementos de las seis perspectivas que analiza Gutiérrez Gea para aproximarnos al concepto de calidad. Así, para considerar una producción televisiva como un programa de calidad, se deberían cumplir estos requisitos:

- Servir la demanda básica de información, formación y entretenimiento de su público.
- Respetar la pluralidad de creencias y opiniones, y fomentar el intercambio cultural, etc.
- Estimular la imaginación y creatividad de los espectadores.
- Profesionalidad, motivación, independencia y acceso a medios materiales adecuados del equipo humano que realiza el programa.
- Buscar la innovación, explorar nuevas formas para sorprender al espectador y mantener su atención: incluye el uso correcto del lenguaje audiovisual y del escrito o hablado, claridad argumental, raccord imagen/sonido.
- La calidad se puede entender como diversidad en el reflejo de diferentes opiniones y tendencias, etc. diversidad de géneros televisivos (huir de la estandarización de formatos, crear un estilo específico, unos valores, etc. para un programa determinado), diversidad de recursos económicos, humanos y materiales, etc. También se puede entender la calidad como la capacidad representativa de la realidad que tiene la televisión. La calidad descriptiva se entendería como la comparación entre el contenido televisivo y la realidad a la que se refiere.

Es evidente que la calidad no puede reducirse a la consideración de un único criterio. Sólo podremos entender la calidad en tanto que se analizan las características de unos programas en función de unos criterios de evaluación muy definidos. De ahí que a partir de estas directrices sobre cómo entender la calidad en televisión, y basándonos en el ya mencionado prestigio atribuido a los informativos, decidamos centrarnos en el estudio de la calidad en los informativos de las cadenas generalistas de emisión en abierto. Para ello, recurriremos como metodología al análisis de contenido. Aunque el conocimiento objetivo tal vez no sea posible, lo cierto es que toda la labor educativa y científica se sustenta en el principio de que es posible llegar a un conocimiento del mundo más o menos válido o validable por todos. El análisis de contenido ha sido la metodología clásica en este sentido, razón por la que recurrimos a ella. Es pertinente precisar también que, desde el punto de vista metodológico nuestro estudio afronta el análisis fijándonos sólo en relación con los datos «internos» del informativo, el contenido que ofrece, pues partimos de la hipótesis de que todos y cada uno de los elementos que aparecen como definidores de una televisión de calidad pueden identificarse en estos datos que se recojan de los informativos. Con ellos, nos planteamos responder a cuatro preguntas:

- ¿Qué tipo de información sobre su entorno se le da al espectador?
- ¿Existe pluralidad de voces?
- ¿La información es comprensible para el espectador?
- ¿Se vulnera la separación entre publicidad e información?

Se plantea como muestra los informativos de sobremesa de las cadenas generalistas de ámbito nacional y emisión en abierto (TVE-1, Tele 5 y Antena 3), al ser las que pueden llegar a un mayor público potencial. La elección de la sobremesa se debe a motivos de recepción, al tratarse del primer contacto del espectador con la realidad que le rodea. Por sorteo se ha escogido una semana para analizar, del 23 al 29 de mayo de 2005. Respecto a la muestra, se deben precisar una serie de particularidades. En primer lugar, se ha utilizado como referencia para delimitar el informativo las caretas de entrada y salida del mismo, o en su defecto, la aparición del presentador. De acuerdo a ello, para los informativos de Antena 3 y Tele 5 la sección dedicada a la información meteorológica está incluida en la muestra, mientras que para TVE-1 no, dado que la careta de cierre del programa precede a estos contenidos. Por otro lado, señalar que en durante la semana escogida Tele 5 no emitió informativos durante la sobremesa del domingo, al ocuparla con la retransmisión en directo del Gran Premio de Fórmula 1 del Campeonato del mundo (dato que por sí solo resulta revelador).

A la hora de plantear el estudio, se han tenido en cuenta los ya mencionados aspectos, desarrollando las siguientes categorías para el análisis de contenido:

A) Análisis de la estructura del informativo: aquí se ha cubierto la estructura general del informativo, atendiendo a su duración; número de noticias y género; orden de presentación de las informaciones y secciones presentes; presencia de sumarios e intertítulos; y presencia de cortes publicitarios y diferenciación con la publicidad. En cuanto a la clasificación por géneros, se ha optado por las siguientes categorías (adaptadas de López Díez, P.; 2001: 12):

- Cultura, entretenimiento.

- Vida social, nacimientos, celebraciones.
- Delitos, juicios, asuntos legales.
- Accidentes, tragedias, terremotos.
- Economía, negocios, comercio.
- Educación.
- Medioambiente
- Salud, medicina.
- Derechos humanos.
- Crisis internacionales, refugiados.
- Temas laborales, negociaciones.
- Defensa nacional, gastos militares, seguridad.
- Política, gobierno, elecciones.
- Pobreza, vivienda, desempleo.
- Religión.
- Manifestaciones, concentraciones.
- Ciencia.
- Terrorismo.
- Deportes: fútbol.
- Deportes: baloncesto.
- Deportes: otros.
- Otros temas.

En cuanto a la división en bloques, se ha optado por la siguiente (tomada de García Jiménez, J.; 1999: 61): política nacional (incluyendo la autonómica y la local) e internacional, economía y trabajo, sociedad y cultura, sucesos, deportes, meteorología y servicios.

B) Características de la información: en primer lugar, se identifica el tipo de noticia en particular,

- atendiendo a la naturaleza misma de la noticia audiovisual (García Jiménez, 1999): simple, de sumario, de situación, de interés humano, complementaria, de colorido, espacial y cronológica.

- atendiendo a su formato (García Jiménez, 1999): noticia sin imagen ilustrativa, noticia ilustrada con imágenes (fijas o móviles: pueden ser citas, entrevista, imágenes referenciales / a posteriori, de archivo o simuladas), y noticia en imágenes.

Se analiza a continuación la estructura de cada noticia, identificando en ella los siguientes elementos (adaptados de García Jiménez, 1999):

- Pisd: presentador en directo.
- Vsd: vídeo con los protagonistas y hechos de la noticia con sonido directo.
- Vpo: vídeo con imágenes de los hechos y la voz off del presentador (el sonido directo pasa al fondo, si es que hay).
- Cisd: conexión en directo (imagen y sonido) con exteriores a través de unidad móvil.
- VNo: vídeo con imágenes de los hechos (sin sonido directo) y con voz en off de otro narrador.
- P'isd: vídeo con sonido directo de una persona que responde, opina, alega, interpreta, etc. Puede ser un cronista, corresponsal, hombre de la calle, etc.
- PP'isd: presentador en directo (imagen y sonido) con otro personaje, también en directo, en el plató

de informativos.

- PRg: recurso gráfico (infografía, foto fija, etc.) acompañada de la voz del presentador.
- NRg: recurso gráfico (infografía, foto fija, etc.) acompañada de la voz de otro narrador.

Una vez conocida esta estructura, se podrán analizar en detalles toda una serie de aspectos pertinentes para evaluar la calidad del informativo: presencia de imágenes o sonidos defectuosos, uso de imágenes de archivo (identificadas como tales o no), gestualidad del presentador y otros narradores, uso de las citas, presencia de «autocitas», y presencia de elementos espectacularizantes.

C) Observaciones sobre su contenido.

Una vez analizados los aspectos formales, se pueden pasar a estudiar algunos rasgos del contenido de los informativos:

- Criterio de selección de la noticia. Se han considerado (por orden de importancia) los siguientes valores presentes en la noticia que la harían elegible para su inclusión en el informativo (adaptados de Fombona Cadavieco, J.; 1997: 288):

Actualidad.

Novedad.

Polémica.

Utilidad.

Espectacularidad.

Anormalidad.

Proximidad (en el espacio, pues en el tiempo ya está cubierta por la actualidad).

Notoriedad (del acontecimiento o de las personas implicadas).

Interés general.

Desarrollo futuro.

Número de implicados (magnitud del acontecimiento).

Presencia de la información en otros medios.

Interés de la cadena como empresa informativa.

Otros.

- Diversidad cultural y de género presente en la noticia.
- Claridad expositiva de la información.
- Diferenciación entre información y publicidad.

Pasamos ahora a detallar los resultados obtenidos durante el análisis, apartado por apartado.

1. Análisis de la estructura del informativo

1.1. Duración de los informativos, presencia de cortes publicitarios y diferenciación

Al analizar la duración media de los informativos, consideraremos por separado el dato incluyendo publicidad y sin ésta. Así, la media de duración, incluyendo la publicidad, ronda los 50 minutos, salvo en el caso de Tele 5, cuyos informativos no duran menos de 52 minutos (el más breve es el del jueves 26, con 52 minutos y 9 segundos). Sin embargo, si eliminamos el tiempo de publicidad, nos encontramos con que, mientras que TVE-1 y Antena 3 se mantienen en torno a los 48 minutos y 30 segundos (poco más de un minuto de publicidad), Tele 5 baja hasta casi 45 minutos y 30 segundos, con una media de publicidad de algo más de 7 minutos.

Acerca de la duración, cabe señalar que los informativos en la actualidad han superado ampliamente la duración tradicional en torno a los 30 minutos. Este aumento del tiempo permite aumentar el número de noticias, lo que redundará en mayor información para el ciudadano, superando por tanto la limitación del tiempo disponible en la parrilla, pues «los medios experimentan una doble limitación: el tiempo, entendido como el encaje del contenido en un formato de una determinada duración y como el escaso tiempo disponible para dar la noticia, investigar causas, consecuencias, profundizar, etc.; y la obligación de captar espectadores dada su dependencia de los ingresos publicitarios, lo que obliga a primar elementos espectacularizantes,

ficcionales y narrativos», (Villafañe y Minués, 1996).

¿Se supera la otra limitación, a saber, la presencia de cortes publicitarios y su diferenciación con el resto del contenido? Debemos decir que no. De entrada, cuando la publicidad aparece en un espacio televisivo debe estar, por ley, separada del resto del contenido por cortinillas y rotulación 1. La publicidad que aparece en los informativos analizados no destaca tanto por su duración, salvo el caso de Tele 5 (en la muestra analizada fueron 7 minutos y 2 segundos la menor cantidad registrada, el 13,2 % de la duración total del programa), como por el número de presencias y el modo en que aparecen. Los anunciantes aparecen patrocinando espacios como los Deportes sin distinguirse del resto de las noticias (excepto en uno de los cortes de Antena 3, donde el spot aparece al principio separado de la anterior noticia por un negro sobre el que se ha rotulado en blanco «publicidad»). Adicionalmente, se utilizan euroventanas para ciertas secciones, donde realmente nos encontramos con un breve spot enmarcado dentro de una imagen que señala el patrocinio de la empresa de la sección en particular (Deportes o El Tiempo). Por tanto nos encontramos con una clara ruptura de los criterios de calidad tanto por la presencia de publicidad como por la no diferenciación con otros contenidos.

1.2. Número de noticias y género

Respecto al número de noticias, es interesante observar cómo ambas cadenas nos dan el mismo resultado de promedio, 28. Dado que el informativo de Antena 3 dura más, las noticias en éste tendrán una mayor duración (más adelante, al analizar la estructura de las noticias, podremos comprobar por qué). En el análisis diario, Tele 5 tiene un máximo de 32 noticias (el martes) y un mínimo de 27 el jueves (en principio, debido a la cobertura que se le da al desmantelamiento de una red de pederastas, que origina noticias de larga duración este día). Por su parte, podemos observar en Antena 3 todos los días un menor número de noticias, si bien esta tendencia se rompe jueves y sábado, donde tenemos 29 y 27 en Antena 3 por 27 y 24 de Tele 5, respectivamente.

En cuanto al género, en principio un informativo de calidad debe dar cobertura a todos los temas, pues todos pueden contribuir a formar esa imagen de la sociedad que debe transmitir. Analizando los valores presentes, nos encontramos con una elevada presencia de Delitos, juicios, asuntos legales (37), Accidentes, tragedias, terremotos (19), Terrorismo (19), Deportes: otros (13, principalmente cubriendo los eventos de Fórmula 1 de los que tiene la exclusiva), Política, gobierno, elecciones (12), Deportes: fútbol (12) y Cultura, entretenimiento (11). En Antena 3 destacan, por este orden, Deportes: fútbol (34), Delitos, juicios, asuntos legales (24), Otros temas (19), Cultura, entretenimiento (17), Terrorismo (15) y Política, gobierno, elecciones (12). Por su parte, TVE-1 presenta un claro predominio de Deportes: fútbol (42), seguido de Delitos, juicios, asuntos legales (24), Cultura, entretenimiento (23), Otros temas (22), Terrorismo (20) y Política, gobierno, elecciones (19). Se puede observar en ambas, por tanto, homogeneidad al cubrir los acontecimientos vinculados a los Sucesos, así como a actos terroristas o sus consecuencias. Respecto a la elevada presencia de noticias de Cultura y entretenimiento, es conveniente señalar que se dispara su número el viernes, al presentar diferentes ofertas de ocio para el fin de semana.

Al analizar los géneros ausentes o de escasa presencia, podemos ver que Tele 5 no ofrece ninguna noticia vinculada a la Ciencia, y la única aparición de una noticia relacionada con la Educación o los Derechos Humanos se debe a su vínculo con otros sucesos (el suicidio de una joven por acoso escolar y la ejecución de un preso en EE.UU.); mientras que la noticia sobre Vivienda se centra en una Feria Inmobiliaria celebrada en Madrid. También es peculiar la ausencia de noticias sobre baloncesto, un deporte hasta cierto punto popular en España.

Respecto a Antena 3, hay una única noticia de Ciencias (la presentación de un nuevo microscopio con imágenes en 3D), así como de Derechos Humanos y Pobreza, vivienda y desempleo (no consideramos representativo para la valoración de la calidad de un informativo la presencia o ausencia de noticias sobre Vida Social, pues por lo general las cadenas disponen de numerosos programas destinados a glosar este tema). Los temas vinculados a Medioambiente son también escasos, al igual que Deportes: Otros.

En el caso de TVE-1, hay una total ausencia de noticias vinculadas a Educación, Crisis internacionales y refugiados, y Defensa nacional, gastos militares y seguridad; lo cual es bastante significativo: se trata de tres aspectos de la realidad que para nada son abordados por estos informativos. Por otro lado, existe una escasa cobertura de noticias sobre Religión y Manifestaciones y concentraciones, al igual que sobre Vida Social.

En conjunto podemos afirmar que existe una cierta concentración de la información en temas vinculados a los sucesos, lo cual haría pertinente una mejor distribución de los contenidos, para evitar una excesiva saturación al respecto.

1.3. Orden de presentación y bloques

Un informativo de calidad, de acuerdo los criterios presentados, deberá poseer una buena organización, que facilite al espectador su ubicación dentro del programa, y le permita conocer de antemano los contenidos del mismo, así como saber lo que le espera por ver. A este respecto, se debe señalar la ausencia de una separación por secciones en todos los informativos, donde únicamente se distingue la sección de Deportes con una careta, y (en el caso de Tele 5 y Antena 3) El Tiempo. El resto del programa presenta las informaciones sin ubicarlas claramente, y lo que es más, en ocasiones mezclándolas. Así, por ejemplo, en Tele 5, el martes nos encontramos con toda una serie de noticias sobre política nacional, a la que le sigue una breve noticia internacional sobre el conflicto en Irak, para luego, tras una noticia de sucesos (sobre el juicio de un violador), volver a internacional, tras la cual nos encontramos con un par de noticias de economía, entramos de lleno en sucesos, pero éste se ve interrumpido por un fragmento de dos noticias de salud, para luego continuar con sucesos. Finalmente, entramos en la sección de sociedad y cultura, para acabar con deportes y meteorología. Como se ve, una estructura que puede desorientar fácilmente al espectador.

Respecto al uso de sumario e intertítulos, es común usar uno de cada, si bien nos encontramos con diferencias entre los sumarios de los distintos informativos, no sólo en el contenido, sino también en la forma; en Tele 5 es muy breve, dejando muchas noticias sin mencionar (contiene de 4 a 7 noticias, siendo

más común este segundo valor), sin embargo los de Antena 3 son mucho más amplios, abarcando de 11 a 14 noticias que luego se desarrollarán. En ellos se incluyen informaciones de todas las secciones (lo cual facilita conocer cuáles van a ser sus contenidos), salvo en el caso de TVE-1, que nunca presenta informaciones de la sección Deportes. En el caso de los intertítulos, se mantiene una estructura casi común, 3 o 4 noticias nada más (que pueden o no haber aparecido en el sumario).

2. Características de la información

2.1. Tipología según la naturaleza de la noticia

A este respecto, una aplicación de los criterios de calidad implicará que la noticia sea recibida con claridad, y que se la trate con suficiente detalle como para que podamos entender correctamente su contenido. Analizando los resultados obtenidos, vemos cómo predominan las noticias simples en las tres cadenas (en Tele 5 suponen un 56,7% del total, mientras que en Antena 3 son un 57,5%, y en TVE-1 el 57,5%). En segundo lugar nos encontramos con las noticias de colorido en Tele 5 (11,7%), de colorido y complementarias en Antena 3 (ambas en un 13,8%), y complementarias en TVE-1 (17%). Ocupando una tercera posición tenemos las noticias de Interés Humano en Tele 5 (11,1%), y de sumario en TVE-1 y Antena 3 (9,4% y 8,8%, respectivamente).

La gran cantidad de noticias simples es algo natural: por un lado son cómodas y sencillas de realizar para la empresa (al permitirle establecer rutinas productivas), a la vez se trata de un tipo de noticia que transmite mucha información, es muy eficaz al respecto. En cuanto a las noticias de colorido (y las de interés humano, en el caso de Tele 5), se tratan de noticias que en muchas ocasiones se centran en aspectos peculiares de la realidad, perdiendo el carácter objetivo siempre exigible a la información, pero permitiendo a la vez distender la tensión en el flujo informativo, proporcionando una mayor proximidad respecto al espectador mediante las anécdotas que presenta, y ayudando a componer el mosaico de la realidad.

Por otro lado, hay que recordar que una información de calidad es una información que desarrolle (dentro de los límites establecidos) la información; por ello es un dato muy positivo que en dos de las cadenas se utilice con cierta frecuencia este formato (en Tele 5 representa un 8,7% de las informaciones en Tele 5, el quinto formato en uso tras el sumario). Para el caso de Tele 5 podemos aducir dos razones:

- En algunos casos, la noticia simple incorpora datos adicionales que hacen innecesarias noticias adicionales (se trata de noticias de gran duración, como la cobertura realizada sobre el atentado de ETA el miércoles). Esto también está presente en las otras dos cadenas.
- En otros, realmente se limitan a informar del hecho, sin dar información adicional. Esto hace que en ocasiones se eche en falta esa información adicional.

2.2. Tipología según el formato de la noticia

Al atender al formato, entendemos que la calidad, tal y como la hemos abordado, se reflejará en el uso, siempre que se pueda, de imágenes de actualidad, evitando la construcción de la noticia con imágenes de archivo, salvo que éstas sean imprescindibles, y en tal caso, identificándolas como tales. A la vez, esta información debe ser lo más comprensible posible, para lo cual puede ayudar el uso de imágenes generadas por ordenador, o reconstrucciones (si bien sin abusar de ellas).

Observando los datos obtenidos, observamos un claro predominio de las noticias ilustradas con imágenes; es un formato que se apoya mucho en el audio, en el texto locutado, pero que es muy utilizado, por lo que al espectador le puede resultar sencillo asimilar su contenido. El recurso a noticias construidas en su práctica totalidad con imágenes de archivo es escaso (el mayor valor es un 11,1% en Tele 5), lo cual habla a favor del deseo de dar nuevas informaciones con cada elemento de la noticia (si bien, como veremos al analizar más en detalle los contenidos, y en especial el uso de imágenes de archivo, están presentes en prácticamente todas las noticias, en muchas ocasiones sin identificarlas como tales).

Por otro lado, encontramos un elevado número de noticias centradas en las citas (con el máximo de Antena 3, con un 23%). Esto puede suponer un cierto peligro para la claridad de la información, ya que al descontextualizar las frases éstas pueden perder su sentido original, y con el nuevo montaje, adquirir uno completamente diferente (algo que se puede ver en algunos ejemplos de noticias deportivas de Antena 3). Además, en el caso de temas políticos o similares, se puede caer en el riesgo de no mostrar todas las visiones de aquello que se esté abordando (en ocasiones esto ocurre en Tele 5, pues al comparar informaciones de esta cadena con la misma ofrecida por Antena 3 o TVE-1, vemos cómo en éstas se presenta una mayor variedad de citas). Luego abordaremos con algo más de detalle el problema de las citas.

2.3. Estructura de las noticias

En este caso, lo pertinente (aquello que se adecua más a los criterios de calidad establecidos) será que se usen todos los recursos existentes, pues cada uno de ellos aporta un elemento diferente a la noticia, enriqueciéndola en su conjunto.

En términos genéricos, todas las cadenas utilizan los diferentes elementos definidos, salvo la presencia del presentador con otro personaje en directo en el plató de informativos (por no ser común este tipo de entrevistas). Respecto al uso de recursos gráficos para facilitar la comprensión de las noticias, éstos son muy abundantes (probablemente gracias a la extensión del uso de nuevas tecnologías), en el caso de Tele 5 nos encontramos con este recurso (ya sea con la voz del presentador o de otro locutor acompañando a las imágenes) en 19 noticias (un 11,1% del total; es bastante representativo), suponiendo el mayor valor de la muestra.

Si analizamos las estructuras por cadenas, en el caso de Tele 5, observamos 3 formulas muy comunes (utilizaremos la notación indicada en el modelo):

- 1-5-6-5-6-5-6-5: el presentador comenta los aspectos esenciales de la noticia, para luego dar paso a un vídeo que desarrolla los contenidos, combinando imágenes grabadas que llevan el audio de un locutor con citas, opiniones, respuestas, etc.
- 1-3-5-6-5-6-5: al igual que la anterior, el presentador comenta los aspectos esenciales de la noticia, pero parte de ellos los da sobre imágenes de la propia noticia, para luego dar paso al vídeo con los contenidos más desarrollados (con igual combinación que el anterior).
- 1-1-3: uno de los presentadores da unos breves apuntes sobre una noticia, y le da paso al otro, que comenta algunos aspectos adicionales de la misma (parte de ellos sobre las imágenes de la propia noticia).

Los dos primeros son comunes a la hora de tratar noticias con una cierta profundidad, mientras que el tercero (llamado en el argot profesional «cola») se suele usar para noticias breves y de escasa importancia. En ocasiones las opiniones y respuestas pueden verse sustituidas por imágenes con sonido directo de los contenidos que aborda la noticia; en ambos casos se trata de recursos veridictorios: si el vídeo con la voz del locutor nos aporta la información, la cita o la imagen de lo ocurrido nos asegura que aquello que se nos ha relatado es cierto. En otras ocasiones, directamente el presentador principal locuta la noticia.

En el caso de Antena 3, nos encontramos exactamente con las mismas estructuras predominantes, si bien es necesario indicar que hay una mayor presencia de citas en sus informativos (cada noticia suele ir acompañada de un par de citas como mínimo), son en muchas ocasiones opiniones recogidas a pie de calle, con las cuales se pretende acercar tanto el espacio como el tema tratado a los espectadores, pero se puede cuestionar, hasta cierto punto, su valor informativo, especialmente en aquellos casos en los que la noticia se convierte en un mosaico de citas (por ejemplo, el sábado una noticia sobre el primer chapuzón en las piscinas municipales, que presenta 6 cortes de citas irrelevantes, que sirven para la narración colorista del redactor pero no aportan nada de información).

2.4. Análisis particulares

Los criterios de calidad no sólo hacen referencia a los contenidos o a la finalidad del producto audiovisual, también deben entenderse como directrices en lo relativo a la calidad técnica de dichos productos, de ahí que consideremos pertinente dedicar una breve mención a este aspecto. En particular, podemos afirmar que la calidad técnica de los informativos analizados es muy alta, sin embargo no se libran de ciertos defectos en la misma. Así, el viernes nos encontramos una noticia en Tele 5, relativa a la feria Ecumene de productos religiosos, donde la imagen se encuentra muy quemada, mientras que el martes, en Antena 3, durante la sección de Deportes (en particular, al abordar las denuncias presentadas por el Levante sobre un posible amaño del partido Deportivo-Mallorca) comienza a fallar el audio, que se llena de ruido, el cual durará hasta el final del informativo, y el lunes, en TVE-1, durante la noticia acerca de las declaraciones de Fernando Savater se produce un «drop» en la imagen (fallo por desgaste en la señal). Se trata de todos modos de fallos muy puntuales, que en algunos casos se repiten en las tres cadenas (error a la hora de introducir un título, balance de blancos mal hechos, fallo de audio en alguna conexión...) y que no afectan a la calidad técnica global del producto.

Como ya mencionamos anteriormente uno de los criterios de calidad utilizados está vinculado a la presencia e identificación de las imágenes de archivo que se utilizan en las diferentes noticias. Aquí se encuentra uno de los puntos más oscuros dentro de la muestra analizada, dado que son escasas las veces en que las imágenes de archivo son identificadas como tales. El uso de la titulación apropiada («imagen de archivo») es escasa, siendo más común la referencia a la fecha en que se produjeron los acontecimientos mostrados (con titulares como «Febrero 2000» o similar). En algunos casos particulares se utiliza directamente el texto leído como referencia para ubicar temporalmente las imágenes (es un recurso común en Tele 5), pero realmente suponen casos puntuales frente a la gran cantidad de imágenes de archivo que son utilizadas sin identificarse como tales, incluso en ocasiones usándolas fuera de su contexto original. En Antena 3, por su parte, ilustran una noticia sobre manifestantes saharauí en Rabat con imágenes de archivo del desierto argelino.

En lo que a la gestualidad se refiere, podemos distinguir dos tendencias: la primera es la de contención y comedimiento en aras de crear una imagen seria de objetividad y rigor. Es el caso de Televisión Española y de Tele 5. La imagen que percibe el espectador es la de un presentador que se limita a trasladar la información puntualmente sin aportar elementos emotivos o espectacularizantes. Por el contrario, los presentadores de Antena 3 entran de lleno en la segunda tendencia; con una gestualidad (facial sobre todo) más rica y una entonación más variada dan impresión de mayor proximidad y complicidad con el espectador, en detrimento de la seriedad y el rigor: sonríen abiertamente cuando abordan temas de colorido; en el Deporte esto es más visible, no ya en Antena 3, sino también en las otras dos cadenas. El tono es más relajado y distendido lo cual afecta en cierta medida a la percepción de las noticias que presentan.

En lo relativo al uso de las citas, resulta de interés comprobar cómo dependiendo de la cadena el número de las mismas para cubrir una noticia varía sensiblemente, así como la tipología de actores que en ellas se presentan. En el caso de Tele 5 y TVE-1 predominan claramente las citas de autoridad: se suele recurrir a todo tipo de expertos para ilustrar las noticias, y sólo en el caso de que el acontecimiento en cuestión implique a gente de la calle (tales como el atentado de ETA el miércoles, o bien la cobertura realizada de la joven suicida de Elda, al hablar con los familiares) se recurre a este tipo de actores (si bien es cierto que en ocasiones, para darle una mayor proximidad a la noticia, se recurre a personificarla, por ejemplo en Tele 5 al hablar de un nuevo fármaco para los adictos al tabaco, donde se nos presenta primero a una fumadora y sus experiencias fallidas con otros métodos hasta que finalmente consiguió dejar de fumar). Por contra, en Antena 3 nos encontramos con un enfoque completamente diferente de esta herramienta: constantemente nos encontramos con opiniones de ciudadanos de a pie sobre diferentes temas, lo cual puede atender tanto al deseo de presentar una mayor pluralidad de voces como al interés por presentarse como próximos al ciudadano. Esta pluralidad de voces también se da en muchas de las noticias políticas, donde nos encontramos con referencias a un cierto abanico de partidos, el problema puede surgir aquí del tratamiento que se le da a cada uno de ellos, pues en ocasiones se presentan citas directas de algunos partidos, mientras que a otros se los resume mediante simples citas semánticas. Este factor, si se presenta de forma descontrolada, puede dañar la transparencia de la información que se ofrece, de ahí el cuidado que se debe

tener al utilizar este recurso informativo.

Las autocitas son otra constante en los informativos: junto a la inevitable presencia de los distintos cubiletes y paravientos de las emisoras durante las ruedas de prensa y entrevistas en corrillos, muchas informaciones (o detalles en éstas) están claramente orientadas por los intereses de la propia cadena. Como ejemplos podemos poner la presencia de la Fórmula 1 en Tele 5, que posee los derechos en exclusiva de las retransmisiones (de ahí que dedique buena parte de su sección de Deportes a cubrir la evolución del campeonato, mientras que las otras cadenas apenas lo tratan); la mención a los Lunnys en TVE-1 al hablar de la inauguración por parte de los Príncipes de Asturias de la Feria del Libro de Madrid (mencionan que se le regaló a doña Letizia un muñeco de los Lunnys para su bebe, dato que se aporta al pertenecer estos personajes a la propia TVE); o la noticia sobre la compra de Unipublic por parte de Antena 3 en el informativo del jueves de dicha cadena. Clara muestra de que estos contenidos están incluidos por intereses de la cadena es el hecho de que no aparecen en ninguno de las otras cadenas, o si lo hacen se le da escasa relevancia (como el campeonato de tenis de Roland Garros, cubierto únicamente por TVE; o un adelanto del programa 7 Días 7 Noches emitido en los informativos del lunes de Antena 3). La pertinencia de este tipo de informaciones es más que discutible, pues si bien ayudan a diferenciar un informativo de otro, y en ocasiones cubren acontecimientos de amplio interés (es algo común en las retransmisiones deportivas para las que se posee exclusiva), en otros muchos casos no son más que una forma de publicidad (de promoción de imagen de la propia cadena, si se prefiere el matiz) que daña la continuidad y cohesión de los contenidos informativos, y por tanto, empañan la calidad, porque la propia empresa informativa, que en principio no debe ser más que mediadora, se convierte en productora privilegiada de información (privilegiada en tanto que puede asegurarse de la difusión de la información, sea esta de interés para el público en general o no).

Finalmente, se debe señalar la gran difusión de recursos espectacularizantes en los informativos analizados: con frecuencia se recurre al suspense al ocultar algún dato al espectador, alterando el orden lógico de una frase para generar un cierto interés sobre su contenido (por ejemplo, al iniciar una noticia diciendo «Es el responsable del aparato internacional de ETA; esta mañana ha sido detenido en Francia...», para luego identificar a la persona), se utilizan imágenes de gran impacto para iniciar las noticias (tales como los restos de la furgoneta que explotó en el atentado de ETA, o uno de los heridos siendo transportado a una ambulancia), textos que apelan a los sentimientos o emociones, sin resultar informativos («La perversión y la degradación superan los límites conocidos hasta el momento por los investigadores...», al abrir la noticia sobre la red de pederastas desarticulada en España), fondos musicales acompañando a algunas noticias (como la información sobre los lince de Doñana emitida en TVE-1, recopilación de los goles de Eto'o), velocidades inusuales de reproducción (ralentí en unas imágenes de archivo para acompañar unas declaraciones de un consejero del Levante), se juega con el montaje y las diferentes secuencias engarzadas para producir efectos de comicidad (cita de Valery Karpin en una declaración, donde al hablar de su retirada menciona que se acuerda de su familia en Estonia, especialmente de su madre; a esto le sigue la voz del locutor comentando «El que seguro que se tuvo que acordar de su madre fue el jugador al que pisó»)... Todos estos recursos, si bien aumentan el reclamo de la noticia, pueden dañar su contenido informativo, convirtiéndola en un mero reclamo visual desprovisto de auténtico interés. Este es otro de los aspectos más criticables en la muestra, dado que se sacrifica calidad informativa por espectáculo audiovisual, vaciando de contenido la noticia. El uso de estos recursos debe limitarse a noticias de escasa trascendencia, las comentadas anécdotas que ayuden a dinamizar el mosaico de la realidad (y que, como ya hemos comentado, también tienen su lugar en los informativos).

3. Observaciones sobre su contenido

3.1. Criterio de selección de la noticia

A este respecto, nos encontramos con un gran predominio del criterio de Actualidad a la hora de incluir la noticia en el informativo (por ejemplo, en Antena 3 supone el criterio para 90 de las 181 noticias analizadas, cerca del 50% de las mismas). Junto a este criterio, llama la atención la elevada presencia de noticias incluidas por su posibilidad de Desarrollo futuro (en Tele 5 son 19 de las 171, un 11,1%, porcentaje sólo superado por el criterio de Actualidad, que supone el 43,3% del total, con 74 noticias). Ambos datos son de gran interés a la hora de valorar la calidad de los informativos, ya que deben informar al espectador de su entorno (lo cual se cubre con el criterio de Actualidad), pero no se deben cegar por el deseo de inmediatez, las noticias seleccionadas deben contener toda una serie de rasgos que las conviertan en fuente de interés para el ciudadano no sólo en ese momento, sino también con proyección para el futuro (que más adelante puedan tener una mayor relevancia). El siguiente criterio en presencia (en el conjunto de las cadenas), la novedad (representa algo más del 10% en las tres cadenas) puede resultar algo engañoso, ya que en principio se desvía hacia algo que resulte llamativo, que no haya ocurrido antes y que por tanto sea de interés. Algunas noticias cubiertas por este criterio (como el desarrollo de un nuevo microscopio 3D) tienen contenidos de interés para el espectador, pero otras pueden acabar derivando en simple espectacularidad, criterio que también tiene una fuerte presencia en los informativos (supone cerca de un 7% del total de las noticias), al igual que otro criterio más que discutible, el propio interés de la cadena como empresa informativa. En ocasiones aparece también combinado con otros criterios (por ejemplo, la cobertura intensiva que Tele 5 realiza de Mundial de F1 se debe a que tiene en exclusiva los derechos de emisión, luego con su promoción favorece la de la cadena), pero en ciertos casos nos encontramos con noticias exclusivamente concebidas con este criterio, encontrándonos los mayores porcentajes en Antena 3, con cerca de un 16% dentro de su oferta informativa, con todas las implicaciones que hemos comentado acerca de las autocitas.

Como último dato de interés, comentar cómo el propio planteamiento de las cadenas se ve con cierta claridad al analizar estos criterios, por ejemplo cuando comparamos los valores relativos a Utilidad e Interés general: mientras que en TVE-1 predominan las noticias de interés general (24 de las 212, lo cual supone un 11,3%, frente a 5 noticias de Utilidad, apenas un 2,3%), estos porcentajes se disparan en Antena 3, donde las noticias de Utilidad suponen un 12,3% y las de Interés general un 6%. Tele 5, por su parte, mantiene valores intermedios en ambos casos.

3.2. Diversidad cultural y de género de la muestra

Si consideramos la relación entre noticias nacionales e internacionales, nos encontramos con un total de 383 noticias que tratan temas de ámbito nacional, frente a 181 que tratan noticias internacionales (67,9%

y 32,1%, respectivamente), lo cual muestra un predominio del ámbito nacional sobre el internacional. De todos modos, esta división debe ser matizada, ya que mientras que las noticias nacionales abarcan diferentes géneros, las internacionales se concentran en su práctica totalidad en 5 de ellos: Delitos y juicios, Accidentes y tragedias, y las tres modalidades de Deporte. Puede verse así que la representación que se da de los ámbitos externos es bastante fragmentada; únicamente al hablar de temas como las ayudas económicas de la Unión Europea se abordan aspectos políticos. Esto da una visión deformada de la realidad a los espectadores, que sólo contemplan los espacios extranjeros como lugares de peligro.

Por otro lado, si consideramos la tipología de actores presentes en la muestra y su clase social, vemos que por lo general son figuras de poder y expertos, a los que se les cede la palabra para que ilustren alguna noticia, o bien por ser ellos la fuente de la noticia (destaca sobre todo la presencia de políticos de las distintas formaciones, con una cierta diferencia del PSOE frente a otros partidos, si bien los diferentes representantes políticos del País Vasco tienen una presencia mucho más fuerte que la de los de cualquier otra Comunidad Autónoma; otra presencia relevante es la de representantes de los distintos cuerpos de seguridad nacional).

A la hora de analizar la representación de género y clase social, obviamente hay que tener en cuenta que no se puede exigir que aparezca un cierto porcentaje fijo de personas de cada género, dado que la noticia, cuando se produce, tendrá unos protagonistas específicos, y serán estos los actores relevantes. De todos modos, y tal y como ya reflejaban otros estudios 2, es significativa la presencia de actores masculinos pertenecientes a clases sociales alta o media-alta, con importante representación profesional, mientras que la representación profesional femenina es mucho más escasa (como detalle, podemos señalar que al tratar la votación para la presidencia del Parlamento Vasco, que finalmente recayó en Izaskun Bilbao, las informaciones se centran más en la reacción de Atutxa que en la propia Bilbao, concediéndole a éste la aparición como citado directo). Semejante problema se presenta con la representación de las minorías, que apenas aparecen mencionadas (salvo como culpables de algunos delitos, como la detención de marroquíes vinculados a los atentados de 11 M).

Estos datos deben tenerse en cuenta, pues pueden contribuir a que se dé una imagen claramente distorsionada y estereotipada (mujeres en roles pasivos y de escasa relevancia profesional, extranjeros como amenaza a la seguridad del país, etc.) de nuestro entorno; no obstante se debe reconocer también el esfuerzo realizado en algunos casos particulares por dar a conocer y denunciar estas desigualdades, como la noticia de Tele 5 sobre una jugadora de balonmano excluida de participar con su equipo en una competición nacional por ser mujer.

3.3. Claridad positiva de la información

De acuerdo a los datos recogidos, por un lado nos encontramos con una estructura de la noticia (en cuanto a la organización de los contenidos y recursos) claramente orientada a facilitar su comprensión: se ilustran abundantemente las informaciones que se dan, se recurre (sin abusar) a gráficas, imágenes generadas por ordenador y, en algunos casos, reconstrucciones para facilitar la asimilación de los diferentes aspectos de una información; pero por el otro el uso de ciertos recursos propios del discurso espectacularizante, así como una mala utilización de las imágenes de archivo, pueden enturbiar esta comprensión.

A esto debemos añadir que, si bien cada noticia, considerada individualmente, goza de una estructura bien organizada, en la que cada uno de sus elementos aporta información (son muy escasos los datos de contradicciones en los datos o de fragmentos poco comprensibles, como ejemplo peculiar podríamos señalar la cobertura en Antena 3 de la polémica sobre la broma de Carod-Rovira sujetando una corona de espinas sobre su cabeza en una visita a Israel; donde añaden una réplica suya, «todos sabemos lo que pensamos, y si hay alguien que no lo entienda, que estudie... o aprenda...», que aporta poco a la información, de hecho parece sacada de contexto al no comprenderse con claridad lo que se quiere decir), si se analiza el informativo como unidad nos encontramos con una cierta aleatoriedad en su organización interna, lo cual dificulta su recepción como un todo: no hay una definición clara en secciones, que ayude a que el espectador sepa qué tono esperar, y se mezclan noticias sin un sentido claro, mas que alternar elementos llamativos que inciten a permanecer atentos a la pantalla. Este ritmo irregular, además, se ve aún más entrecortado por la aparición de algunas noticias cuya pertinencia dentro del informativo es algo discutible (como algunas de las mencionadas autocitas, o ciertas noticias de colorido que se presentan de forma muy sucesiva).

Nos encontramos por tanto con un adecuado tratamiento de la información, entorpecido por la espectacularización a la que se le somete, y por la selección de algunos contenidos.

3.4. Diferenciación entre información y publicidad

Ya hemos abordado este apartado en puntos anteriores, tan solo añadir al comentario sobre la diferenciación el hecho de que las noticias presentadas como autocitas podrían incluirse, hasta cierto punto, dentro del incumplimiento de dicha diferenciación.

Podemos resumir los resultados de la investigación señalando que los informativos analizados presentan una buena calidad en sus aspectos técnicos y de presentación de la noticia (en tanto que elementos utilizados para darla a conocer). Sin embargo, atendiendo a los criterios de calidad planteados, nos encontramos con una serie de problemas derivados principalmente de la espectacularización de los contenidos informativos: la puesta en escena de las informaciones (el discurso) enturbia la transmisión de los contenidos, al utilizar una serie de recursos formales que lo alejan de un discurso claro, conciso y directo, como es de desear en la transmisión de información. Se da simultáneamente una cierta homogeneización de los contenidos presentados, predominando aquellos que en principio poseen una mayor facilidad para su espectacularización: sucesos, accidentes, delitos, etc., llegando a resultar muy artificiales al combinarse contenido dramático con espectacularización en sus formas. Aun así, se siguen cumpliendo otras funciones (como el servicio público, con noticias de utilidad e interés general) que aquellos que califican a los informativos como telebasura consideran por completo desaparecidos. El proceso de espectacularización de los contenidos es, por tanto, el principal mal que aqueja a la muestra analizada.

Referencias

- CEBRIÁN, M. (1995): *Información audiovisual*. Madrid, Síntesis.
- FOMBONA, J. (1997): *Pedagogía integral de la información audiovisual*. Gijón, Universidad de Oviedo/Ayuntamiento de Gijón.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1999): *Información audiovisual. Los géneros*. Madrid, Paraninfo.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1992): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- GUTIÉRREZ GEA, C. (2000): «Televisión y calidad: perspectivas de investigación y criterios de evaluación», en *Zer*, 9; edición digital en www.ehu.es/zer
- LÓPEZ DÍEZ, P. (dir.) (2001): *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid, IORTV.
- PERALES, A. (1998): «El cumplimiento en España de la directiva Televisión sin Fronteras», en FERNÁNDEZ SORIANO, E. (coord.): *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*. Universidad de Málaga.
- SANABRIA, F. (1994): *Información Audiovisual. Teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva*. Barcelona, Bosch.
- VILLAFANE, J. y MÍNGUEZ, N. (1996): *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid, Pirámide.

¹ Para más información, remitimos a: Perales Albert, A. (1998): «El cumplimiento en España de la directiva Televisión sin Fronteras», en FERNÁNDEZ SORIANO, E.: *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*, Universidad de Málaga; 105-113.

² En particular, nos referimos a LÓPEZ DÍEZ, P. (2001): *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid, IORTV.

José Antonio López es becario de Investigación y doctorando y **Francisco Antonio Cuenca** es coordinador de programas y redactor jefe de informativos del canal de televisión PTV Málaga y doctorando de la Universidad de Málaga (España) (produccion@ptvtelecom.com) (joanlote@uma.es).