

Analizando noticiarios televisivos: revisión y propuesta metodológica

Belén Monclús Blanco (Universitat Autònoma de Barcelona)

Miguel Vicente Mariño (Universidad de Valladolid)

belen.monclus@uab.cat, miguelvm@soc.uva.es

0. Introducción

El noticiario es uno de los ingredientes básicos de la historia de la televisión, así como uno de los pilares de cualquier programación audiovisual con vocación generalista. Sin embargo, su estudio sistemático en las universidades españolas ha sido escaso y carente de la profundidad que se percibe en otros niveles.

Esta comunicación resume, en primer lugar, las principales aportaciones que se han realizado en la literatura especializada española e internacional acerca de los noticiarios, con el propósito de identificar los principales autores y obras de referencia, así como las diferentes aproximaciones que se han realizado a este espacio audiovisual durante las últimas décadas. A continuación, se lanzará una propuesta de protocolo de análisis de contenido que intenta recopilar experiencias previas, con el objetivo de convertirse en un modelo válido para futuras investigaciones. El estudio comparativo de los diseños permitirá establecer los puntos de encuentro y disenso, arrojando pistas útiles para construir una herramienta que sintetice el contenido de los noticiarios televisivos a nivel formal, estructural y discursivo. Dicho diseño establece, define y acota las principales variables, así como los valores que éstas pueden adoptar, para identificar las unidades de análisis y establecer su relevancia, realización formal en términos de imagen y sonido, tratamiento informativo, temática, fuentes, personajes, recursos empleados, encuadres noticiosos, valores-noticia y autoría de la información.

1. El noticiario en la historia de la televisión

Si pensamos en un formato audiovisual en el que la información sea el elemento principal, el espacio que con mayor rapidez salta a nuestra imaginación será, muy probablemente, el noticiario: un contenedor informativo de una duración que oscila entre los 20 y los 60 minutos y con periodicidad establecida en el que se encadenan temas y noticias para completar una visión panorámica de la actualidad. Sobre sus hombros se levantan la gran mayoría de las parrillas de programación de cadenas generalistas de televisión y su solidez permite que operadores especializados consagren a este formato la práctica totalidad de sus programaciones (García Avilés, 2006). Sólo es preciso echar la vista atrás y reconocer

su constante presencia desde los primeros pasos del medio para comprobar su relevancia. Estamos, por lo tanto, ante un espacio de importancia capital en la breve historia del medio televisivo, una seña de identidad corporativa y un campo de cruda batalla en un mercado altamente competitivo. Su emisión en los momentos de mayor audiencia justifica la inversión que destinan las empresas a sus equipos de informativos, un esfuerzo cuyos beneficios apuntan más hacia el prestigio y la imagen lanzada a la sociedad que hacia la rentabilidad.

Las estadísticas hablan por sí solas, evidenciando una tendencia sostenida por la que la mayoría de ciudadanos eligen la televisión como medio para informarse. Constatada esta realidad del consumo mediático, sólo es preciso echar un vistazo a los puntos en los que se condensa la información en las programaciones televisivas para comprender la importancia cuantitativa y cualitativa de este formato.

Por una parte nos encontramos, por lo tanto, con uno de los formatos audiovisuales de mayor tradición profesional e impacto social. Por otra, paradójicamente, se puede afirmar que el noticiario televisivo ha sido uno de los formatos menos estudiados por la investigación en comunicación. Es incuestionable que el contenido de los noticiarios ha sido el tablero de juego en el que se ha movido siempre una amplia porción de los estudios de nuestro campo. Pero la atención se ha centrado prioritariamente en las piezas, mientras el resultado de este puzzle permanecía a la sombra del foco analítico de las academias. En este sentido, esta comunicación pretende rescatar, recopilar y comparar una serie de trabajos que han tomado como objeto de estudio al noticiario en sí, como un formato claramente diferenciado que sigue unas lógicas propias y fácilmente reconocibles por la audiencia.

Esta carencia no es patrimonio exclusivo de la investigación española, sino que es una tendencia común a otras latitudes. El noticiario se concibe más como un repositorio de noticias, en el que los investigadores bucean para seleccionar unidades de análisis, que como una unidad de análisis propia y diferenciada. Por suerte, la acumulación de una serie de esfuerzos individuales está consiguiendo superar este déficit, ofreciendo evidencias significativas sobre diversos aspectos constitutivos del noticiario. Es preciso ahora intentar que estas iniciativas fluyan hacia un buen puerto colectivo, que dignifique la pertinencia del noticiario como unidad de análisis específica.

La investigación a escala internacional sobre el noticiario se ha centrado más en los aspectos de fondo que en los formales. Así, este formato se presentaba como de gran utilidad para los investigadores al ofrecer un compartimento en el que se encontraba

aquello que los profesionales del medio habían considerado como los asuntos más relevantes del momento.

Por su parte, en España la escasez de trabajos que tomasen el noticiario como punto de partida y de llegada de la investigación no debe eclipsar la calidad y pertinencia de muchos de ellos. Las primeras aproximaciones aparecen durante la década de los ochenta del siglo pasado, con las obras de Maciá (1981) y de Aguilera (1985), trabajos exploratorios más volcados en la presentación de las características del formato que en la exposición de resultados empíricos de investigación. Estos autores estaban lanzando una propuesta para comenzar a trabajar de un modo sistemático el noticiario, aunque su oferta no encontró la respuesta deseada, al menos no de forma inmediata.

Las últimas contribuciones a este incipiente campo de investigación siguen la misma división que empleamos con anterioridad, diferenciando entre quienes emplean al noticiario como un banco de unidades de análisis y quienes lo estudian como una entidad propia y diferenciada. Entre estos últimos, se podrían destacar algunos trabajos como los de Cebrián (1998), Barroso (1996), García Avilés (1996), Marín (2003), Salgado (2007) o Vicente (2007), pero que todavía no son el fruto de una coordinación entre autores ni de unas líneas académicamente consolidadas.

2. El análisis de contenido como técnica de investigación

El análisis de contenido es una de las técnicas de investigación con mayor difusión entre la investigación en comunicación contemporánea. La producción periodística tiene en el estudio de los mensajes emitidos uno de sus campos más prolíficos. Así como la encuesta suele ser el principal recurso en la investigación sociológica de corte cuantitativo, la revisión documental en el estudio jurídico o las técnicas experimentales predominan en el campo psicológico, el estudio del contenido mediático se presenta como uno de los principales puntales de nuestro campo¹.

Sin posibilidad de entrar en una presentación detallada de la técnica en esta comunicación, sólo resulta pertinente recordar que el éxito de un análisis de contenido depende, en gran medida, del correcto diseño del protocolo de vaciado de datos. La construcción de una herramienta sólida y capaz de prever los valores que puede adoptar cada una de las

¹ Prueba inequívoca de este desarrollo la encontramos en el sinfín de obras y publicaciones en las que se explica tanto el procedimiento como sus potencialidades. Entre ellas se podrían destacar, en el contexto de producción anglosajón, a Berelson (1952); Bardin (1986); Krippendorff (1990); Riffe, Lacy, Fico (1998); Neuendorf (2002) o Kepplinger (2002). Mientras que en el ámbito español las principales referencias las encontramos en Igartua y Humanes (2004) y Piñuel y Gaitán (1998).

variables observadas es la mejor garantía para alcanzar unos resultados válidos. En este sentido, la comparación de los diversos protocolos empleados en diversas investigaciones resulta de gran utilidad para comprobar la precisión de los instrumentos que emplean los investigadores al recurrir a esta técnica.

Obviamente, el diseño de un protocolo de análisis viene determinado por los objetivos de la investigación. En este sentido, un proyecto que busque informaciones muy concretas sobre un aspecto determinado de la producción informativa en televisión no necesitará, ni mucho menos, completar un vaciado de información tan exhaustivo como otro estudio que aspire a presentar los puntos más destacados de todo un noticiario. En este sentido, el análisis crítico que se incluye en los posteriores apartados sólo aspira a contribuir en la elaboración de un protocolo de análisis de contenido que sea útil para evaluar la integridad de un noticiario.

De nuevo sobrepasa las posibilidades de esta comunicación, pero no está de más recordar que el empleo de una técnica de investigación debe ser contrastado y completado con los resultados de otros procedimientos. Así, los principios de la triangulación metodológica recuerdan la conveniencia de combinar diferentes técnicas de investigación, al igual que diversas aproximaciones teóricas².

3. Revisión de los protocolos de análisis de contenido

La comunidad científica ha estudiado tradicionalmente los noticiarios televisivos para analizar la relación de teorías como la configuración de la Agenda, el *Priming* o el *Framing* en relación a la cobertura y el tratamiento informativo de determinados hechos noticiosos, mayoritariamente, políticos y sociales. Primero, se determinaron qué temas aparecían en los informativos y cuáles se excluían; seguidamente, se preocuparon por la importancia que se les atorgaba; y finalmente, *qué se decía, de qué manera y cómo* se presentaban dichos acontecimientos. Los trabajos existentes hasta la actualidad han tratado de manera individual cada una de estas aproximaciones teóricas, pero también lo han hecho de forma conjunta como sostiene Dussailant (2004: 52):

“En esta etapa de construcción del noticiero, o de encuadre de los temas o asuntos que conforman la pauta de contenido, el *framing* tiene una estrecha relación con la teoría de la *Agenda-Building* o de construcción de la agenda de un medio de comunicación, la que a su vez constituye una parte esencial de la teoría de la *Agenda-Setting*. De ahí que, como

² Sobre la triangulación metodológica se pueden consultar diversas obras, caso de Arias (2000), Denzin (1989); Igartua y Humanes (2004). Sobre las relaciones entre el análisis de contenido y el análisis del discurso, dos técnicas con elevado grado de complementariedad, se puede leer Vicente (2008, en prensa).

señala McQuail «el proceso de ‘confección de la agenda’ constituye una manera de construir un arco de referencia para ver el mundo»”.

La mayoría de los estudios basados en el análisis de contenido de los noticiarios parten de la premisa de la importancia de los medios de comunicación como transmisores de la realidad social y, en grado variable, de la evaluación de sus efectos sobre la audiencia. En el campo de la teoría de la configuración de agenda, McCombs y Shaw presentan sus primeras experiencias empíricas en 1972, tras analizar las noticias que emitieron dos cadenas televisivas durante las elecciones presidenciales de 1968 en Estados Unidos para “evaluar las consecuencias cognitivas de la exposición a una campaña electoral a través de los medios” (Igartua y Humanes, 2004: 250). Desde entonces la información política y, más concretamente, la cobertura informativa de campañas electorales se perfilan como objetos de estudio mayoritarios³. Otros acontecimientos que han captado su interés son el terrorismo⁴, especialmente tras los atentados del 11-S; las guerras o conflictos armados⁵, con importante atención a Oriente Próximo; las crisis políticas a escala nacional⁶ y las políticas internacionales, con un especial foco en Europa sobre todo lo relacionado con la Unión Europea⁷. El tratamiento de aspectos sociales como la inmigración y el racismo⁸, su relación con la violencia y los actos criminales, así como la creación de estereotipos de determinadas etnias, han centrado también buena parte de estos estudios internacionales. Cabe señalar que algunas investigaciones adoptan un grado de especialización considerable, diversificando mucho los tipos de estudios existentes. Junto a estas temáticas, los investigadores también han demostrado una alta preocupación por el proceso productivo⁹ y las rutinas que determinan el contenido del producto final emitido, siguiendo los pasos de Tuchman (1978).

³ Bucy y Grabe, 2007; Bystrom y Dimitrova, 2007; Campbell, 2006; De Vreese, 2004c, 2003b y 2001b; De Vreese et al., 2006; De Vreese y Semetko, 2004; Duissillant, 2004; Druckman, 2005; Fox, Angelini y Gable, 2005; Grabe, 2007; Johansson, 2006; Kim, 2005; Marrito, 2007; McCombs y Shaw, 1972; Mendelson, 1993; Porto, 2007; Roberts y McCombs, 1994; Schaap, König y Webster, 2005; Schulz y Zeh, 2007 y 2005; Semetko, 1991; y Stevens et al., 2006.

⁴ Altheide, 1987; Atwater, 1987; Cho et al., 2003; Wittebols, 1992. Sobre el 11-S: Entman, 2003; Li, 2005; Reynolds y Barnet, 2003.

⁵ Sobre la Guerra de Irak: Aday y Livingston, 2005; Alozie, 2006; Christie, 2006; Constantinescu y Tudesco, 2007; Kang, 2006. Sobre Vietnam: Russo, 1971-1972. Sobre la Intifada: Chang & Wang y Chen; Cohen y Wolfsfeld, 1993. Sobre Afganistán: Edy y Meirick. Sobre la Guerra del Golfo: Edy, Althaus y Phalen, 2005; Sobre la Guerra Fría, 1995.

⁶ Hallahan y Baysha, 2003; Shah et al., 2002; Iyengar, 1991 y 1987; Brophy-Baermann y Bloeser, 2006.

⁷ Una corriente de investigación impulsada principalmente por De Vreese y Semetko: De Vreese y Boomgaarden, 2006; De Vreese, 2005a; De Vreese, 2003a y 2001a; De Vreese, Peter y Semetko, 2001; Gleissner y De Vreese, 2005; Peter y De Vreese, 2004; Peter, Semetko & De Vreese, 2003; Semetko, Boomgaarden y De Vreese, 2006; Semetko y Valkenburg, 2000; y Semetko, De Vreese y Peter, 2000.

⁸ Dixon, 2007 y 2005; Dixon y Azocar, 2007 y 2006; Dixon, Azocar y Casas, 2003; Dixon y Linz, 2000; Entman, 1992 y 1994; Poindexter & Smith y Heider, 2003; Romer & Jamieson y De Coteau, 1998.

⁹ Allen, 2005; Ben-Porath, 2007; Berkowitz, 1990; Bock, 2005; Bradford, 2007; Clausen, 2003; Eilders, 2006; Fountaine & Comrie y Cheyne, 2005; Gans, 1979; Glenn, 2006; Hickson III & Scott y Vogel, 1995;

El primer análisis de contenido de noticiarios en España recoge, entre otros, el testigo de Tuchman, fue realizado por Villafañé, Bustamante y Prado en 1985 al estudiar los telediarios emitidos por TVE1 y TV3¹⁰. Su objetivo era estudiar la organización interna de las redacciones y dibujar su proceso informativo desde la recolección y selección de la información hasta su difusión. Aunque la investigación española no ha sido tan fructífera ni diversa como la internacional, el interés por este objeto de estudio no dista de sus homólogos foráneos. Tres ejes temáticos centran la mayor atención del análisis del contenido de los noticiarios televisivos en España: el tratamiento informativo de campañas electorales y de líderes políticos¹¹, la inmigración¹² y las rutinas productivas¹³. Menos numerosas son las investigaciones que se ciñen a las noticias sobre terrorismo¹⁴, debido a que gran parte de los estudios españoles al respecto, especialmente a partir del 11-M, se centraron en la prensa escrita. Los noticiarios televisivos han sido diseccionados con precisión por organismos como *L'Osservatorio de la Comunicazione Radiotelevisiva* (Italia), *Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (Francia) o el *Consell de l'Audiovisual de Catalunya* (CAC), quienes por mandato parlamentario realizan análisis regulares de los informativos diarios de televisión para velar por el pluralismo, con un examen exhaustivo de las noticias relacionadas principalmente con la política y sus protagonistas.

Antes de presentar algunas significativas propuestas para el diseño de un protocolo de análisis de contenido de noticiarios, es preciso puntualizar tres aspectos: primero, gran parte de las investigaciones existentes analizan el tratamiento informativo de su objeto de estudio en más de un medio, combinando diarios con noticiarios televisivos; segundo, son pocas las investigaciones que abordan la totalidad del noticiario, ya que suelen centrarse en un determinado grupo de noticias; y por último, la información que finalmente se publica sobre estas investigaciones no siempre contiene las fichas de análisis y las plantillas de codificación completas.

Humanes ha desarrollado diversas investigaciones relacionadas con los encuadres noticiosos y la representación de la realidad social de los *mass media*. En 2001 expone el protocolo de análisis aplicado a los noticiarios de *prime time* de cinco cadenas españolas

Iyengar y Kinder, 1987; Liebes, 2000; Machill, Köhler y Waldhauser, 2007; Porto, 2007; Resse, Grant y Danielian, 1994; Tuchman, 1978; Westin, 1982; Yoon, 2005.

¹⁰ Esta investigación estudia los procesos informativos en radio y televisión. Además de analizar los noticiarios de TVE1 y TV3, hacen lo propio con los boletines de RNE y Cadena SER.

¹¹ McCombs et al., 1997; McCombs & López-Escobar y Llamas, 2000; López-Escobar, McCombs y Tolsá, 2007; Losada et al., 2007; Ortín, 2006a.

¹² Agualeles et al., 2006; Bertrán et al., 2006; De Botton et al., 2006; Giró et al., 2006; Gifreu et al., 2006; Igartua y Muñiz, 2004; Rodas, 2006c; Velázquez, 2002; Agualeles et al., 2006.

¹³ Villafañé, Bustamante y Prado, 1987; Barroso, 1996; Cebrián Herreros, 1978 y 1995; García Avilés, 1998; Humanes, 2001; Puig, 2006; Sánchez, 2006a; Mateo, Bergés y Sabater, 2007.

¹⁴ Gurrionero, Echart y Canel, 2007; CAC, 2006; Ortín, 2006b; Rodas, 2006d; Sánchez, 2006b.

para detectar las características de la información televisiva y sus encuadres. El enfoque del estudio es eminentemente cuantitativo, con una muestra formada por 445 unidades obtenidas durante cinco días de emisión. La autora define la unidad de análisis como “cada pieza que contuviera un acontecimiento con sentido en sí mismo”¹⁵(2001: 126), aunque excluye sumarios, noticias deportivas e información meteorológica.

Cuadro 1. Ficha de Análisis de Humanes (2001: 129)

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1.- Número de la unidad de análisis / 2.- Medio / 3.- Día de la semana / 4.-Sección	
RELEVANCIA DE LA NOTICIA 5.-Tamaño de la noticia 6.-Emplazamiento en sumarios 7.-Orden de aparición dentro del noticiario CRITERIOS DE SELECCIÓN 8.-Acontecimiento principal de la noticia: 9.-Clasificación temática 10.-Forma parte de un bloque temático 11.-Relación del tema principal con otros 12.-Valores noticiosos ¹⁶ asociados al tema principal 12.1.-Status 12.1.1.-Nación de elite 12.1.2.-Institución de elite 12.1.3.-Personajes de elite 12.2.-Valencia 12.2.1.-Agresión 12.2.2.-Controversia 12.2.3.-Valores 12.2.4.-Éxito 12.3.-Relevancia 12.3.1.-Consecuencia 12.3.2.-Interés 12.4.-Identificación 12.4.1.-Proximidad 12.4.2.-Etnocentrismo 12.4.3.-Personalización 12.4.4.-Emociones 12.5.-Consonancia 12.5.1.-Temas	12.5.2.-Estereotipos 12.5.3.-Predictibilidad 12.6.-Dinamismo 12.6.1.-Oportunidad 12.6.2.-Incertidumbre 12.6.3.-Imprevisibilidad TRATAMIENTO DE LOS ACONTECIMIENTOS 13.-Género 14.-Carácter del tema principal 15.-Personalización. Atribución causal 16.-Complejidad del esquema causal 17.-Simplificación 18.-Consecuencias del hecho PERSONAJES 19.-Personaje(s) que aparecen en la unidad de análisis 20.-Tipo de personaje principal 21.-Tipo de aparición del personaje principal 22.-Aparece la voz del personaje principal 23.-Atributos del personaje principal 24.-Fuente de la atribución FORMATO DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS 25.-Aparición de signos verbales textuales 26.-Aparición de signos analógicos 27.-Tipo de imágenes 28.-Aparece en imagen el reportero/periodista 29.-Aparece la voz en <i>off</i> del reportero 30.-Sexo del reportero 31.-La información se da en directo

Parte del valor científico del protocolo de Humanes radica en que es la primera propuesta española que aborda de manera integral y sistematizada las piezas informativas desde su temática, características, tratamiento informativo, protagonistas y aspectos formales. Metodológicamente, se examinan los “significados y los significantes” (Igartua y Humanes, 2004: 76), permitiéndole medir las variables definidas a través de diversas escalas (nominales, ordinales, de intervalo y de razón).

El segundo grupo de variables permite determinar la importancia que el medio otorga al acontecimiento a través de su emplazamiento en la escaleta y de la duración de la pieza, son “los criterios de relevancia señalados en la Teoría del *framing*” (Humanes, 2001: 133).

¹⁵ Esta definición puede generalizarse para el resto de estudios que se presentan en esta comunicación.

¹⁶ La autora toma de referencia los valores noticiosos establecidos por W. Schulz (1982).

El tercer bloque define la noticia en función de su temática¹⁷, aporta información cualitativa como una breve descripción, detecta si tiene relación con otras piezas y si va más allá de la actualidad diaria. También se determinan las características informativas de las noticias: identificar sus valores noticiosos permite establecer qué tipo de acontecimientos y qué criterios¹⁸ deben tener para integrar la *Agenda-Setting* televisiva.

El cuarto apartado vislumbra el tipo de cobertura¹⁹ y el tratamiento informativo para determinar cómo la televisión presenta la realidad a la audiencia, pero además incorpora por primera vez en España el encuadre noticioso que la televisión da sobre el hecho. Para ello, toma como referencia a Kepplinger y Weissbecker (1992) en lo que la autora denomina “carácter del tema principal” y la aplicación de los conceptos de *framing* episódico y temático desarrollados por Iyengar y Kinder²⁰ (1987), determinando “por qué y cómo suceden los hechos” (Humanes, 2001: 139), es decir, si el acontecimiento es responsabilidad de un individuo o de una estructura, si es resultado de una causa o múltiples causas, si la cobertura del acontecimiento es simple (sin *background*) o amplia (con *background*) y si se explican las consecuencias del hecho o se queda en el puro dato informativo. Otro aspecto significativo es el análisis de los personajes que aparecen en las noticias más allá de la simple enumeración y clasificación, la autora incorpora un perfil socio-demográfico (atributos) y detalla cómo se presenta en la noticia. Estudios posteriores, especialmente centrados en la imagen de los candidatos políticos durante campañas electorales establecen variables que pueden incorporarse al análisis de personajes para obtener información cualitativa adicional (La Porte y Sábada, 2007; López-Escobar et al., 2007; Losada et al., 2007; McCombs et al., 1997 y 2000).

Otra propuesta que analiza los informativos televisivos diarios en su totalidad es la que desarrolla mensualmente el CAC. Carles López (2006: 12), jefe del servicio de análisis de contenido, define el objetivo de este estudio: “Se trataba de cuantificar en tiempo y/o frecuencias las apariciones de temas (pluralismo temático), pueblos, ciudades y países (pluralismo territorial), actores sociales de la información (pluralismo social y religioso), actores políticos (pluralismo político). (...) Una de las virtudes del diseño metodológico de los informes de pluralismo es su sencillez conceptual”. El sistema del CAC se sostiene

¹⁷ Humanes (2001: 132) distingue 14 bloques temáticos: gobierno/política; crimen; desastres/accidentes; trabajo/sindicatos; negocios/economía; conflictos; problemas sociales; sanidad; educación; cultura; ciencia; medio ambiente; sociedad; y otros.

¹⁸ Villafañé, Bustamante y Prado (1987) definen y sistematizan los criterios de selección de las noticias y de las fuentes de información.

¹⁹ Humanes diferencia las piezas entre noticias, noticias-reportajes, entrevistas y colas.

²⁰ “Iyengar y Kinder hablan de formatos de noticias episódicos –noticias centradas en eventos específicos o casos particulares, con una cobertura orientada hacia los acontecimientos – y de formatos de noticias temáticos, con una cobertura orientada hacia el background y la explicación.” (Humanes, 2001: 125)

sobre tres conceptos básicos: el tiempo de noticia, los segundos que la cadena dedica a informar sobre un ítem determinado; el tiempo de palabra, la duración de las secuencias en que intervienen los personajes de la noticia sin intervención del locutor o conductor del noticiario, pueden aparecer sólo en imágenes o en imágenes y con voz propia, determinando la presencia directa o indirecta de los actores tanto políticos como sociales; y la frecuencia de aparición.

Cuadro 2. Principales ítems del análisis del CAC

1. DESCRIPTOR GEOGRÁFICO	2. DESCRIPTOR TEMÁTICO
1.1.Lugar (unidades mínimas registrables)	2.1.-Título de la noticia
1.1.1.-Distrito de Barcelona ciudad	2.2.-TER ²¹ (tema de especial relevancia)
1.1.2.-Municipio de Cataluña	2.3.-Ámbito temático ²²
1.1.3.-Capital de provincia del Estado Español	3. ACTORES
1.1.4.-Estado (en el caso de países extranjeros)	3.1.Tipo de Actor (político o no político)
1.2.-Referencias geográficas no administrativas	3.2. Agrupación del actor ²³
	3.3. Posición del actor
	3.4. Sexo del actor

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de López (2006: 9-16).

Efectivamente, la propuesta del CAC que nos presenta López se fundamenta en muy pocas variables y centra toda su atención en el análisis de los actores de la noticia. Su primera definición entre “actor político” o “no político” deja en evidencia el objetivo final del estudio e inicia la descripción del tipo de participación, rol, atribución individual o colectiva de cada personaje noticioso, en definitiva, *quién, cómo, cuánto, cuántas veces y en calidad de qué* habla. El propio López reconoce la simplicidad del protocolo, cuyo objetivo únicamente es dibujar el pluralismo de las televisiones que operan en Cataluña a través de números, aunque no descarta cambiar esta orientación a corto plazo: “El carácter decididamente cuantitativo de los informes ha propiciado el cuestionamiento de la ausencia de elementos cualitativos. (...) podríamos afirmar que cuatro años de experiencia cuantitativa han propiciado unas bases que creemos sólidas para construir otras

²¹ López (2006: 15) define la variable TER como “la agrupación de piezas informativas que forman parte de una misma secuencia de hechos, permite hacer seguimiento a largo plazo, y, sobre todo ofrece una visión más entendedora de la actualidad ofrecida por cada cadena”.

²² El CAC clasifica la temática de las noticias a partir de 15 categorías: arte y cultura, ciencia y tecnología, conflictos sociales, crónica internacional, crónica política, economía y negocios, educación y enseñanza, deportes, medio ambiente, medios de comunicación y telecomunicaciones, sanidad, sociedad, el tiempo, trabajo y otros.

²³ Agrupación del actor político: Gobierno de Cataluña, Admón. Generalitat, Parlamento, Gobierno Ayto. Barcelona, Oposición Ayto. Barcelona, Admón. Ayto. Barcelona, Gobierno Admón. local catalana, Oposición Admón. local catalana, Admón. local catalana, Otras instituciones, Otras instituciones del Estado, Otras entidades públicas, Corona, Cortes Generales, Gobierno del Estado, Admón. Estado español, Admón. autonómica no catalana, Admón. local no catalana, Admón. de Justicia, Organismos Unión Europea. Agrupación del actor no político: Actores culturales, Actores del mundo sanitario, Actores económicos, Actores deportivos, Asociaciones de vecinos, asociaciones y colectivos profesionales, Iglesia católica, Religiones e Iglesias no católicas, Expertos, Mundo asociativo, Organizaciones empresariales, Sindicatos, Universidad y Enseñanza, Otros.

aproximaciones al pluralismo en los medios y que incluyan, también, algún tipo de análisis cualitativo” (López, 2006: 17).

Las propuestas de Humanes y del CAC demuestran que a pesar de compartir el objeto de estudio, las maneras de aproximarse a él pueden ser divergentes. A continuación, revisamos dos protocolos de análisis que abordan un mismo tema: la inmigración.

Juan José Igartua y Carlos Muñiz, de la Universidad de Salamanca, analizaron en 2001 las informaciones sobre inmigración que diarios y televisiones de ámbito nacional emitieron durante una semana, excluyendo del estudio las secciones de deporte y opinión. Los autores parten “de la aportación teórica de la *Agenda-Setting* y la teoría del *framing*: el estudio de los encuadres noticiosos, así como del estudio de la generación de estereotipos mediáticos” (Igartua y Muñiz, 2004: 87). Su propuesta se fundamenta en tres apartados principales: datos identificativos básicos; indicadores relacionados con el tema (*issue*); y encuadres noticiosos.

Cuadro 3. Principales ítems del análisis de Igartua y Muñiz (2004)

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN BÁSICOS	2.2.2. Positivo
1.1. Medio	2.2.3. Neutro
1.2. Soporte	2.3. Nacionalidad de los inmigrantes (siempre que se mencione)
1.3. Fecha de emisión	3. ENCUADRES NOTICIOSOS
1.4. Productor de la información	3.1. Atribución de Responsabilidad
1.5. Fuente principal	3.2. Interés Humano
2. INDICADORES RELACIONADOS CON EL TEMA (<i>ISSUE</i>)	3.3. Conflicto
2.1. Temática ²⁴	3.4. Moralidad
2.2. Carácter evaluativo del acontecimiento principal	3.5. Consecuencias económicas
2.2.1. Negativo	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Igartua y Muñiz (2004: 87-104).

La propuesta de Igartua y Muñiz comparte algunas de las variables del estudio de Humanes como los datos identificativos, las variables de clasificación temática y el tono (carácter) del encuadre. La novedad es la incorporación de la tipología de encuadres desarrollada por Semetko y Valkenburg (2000)²⁵ y su aplicación para abordar los contenidos mediáticos. Este protocolo determina un interés visible por la temática y su tratamiento, pero no incorpora variables que determinen la importancia, tanto en presencia como en ubicación, de las noticias de inmigración. Tampoco incluye los atributos socio-demográficos de los protagonistas, salvo su procedencia.

²⁴ Igartua y Muñiz (2004: 96) establecieron 14 categorías temáticas..

²⁵ Semetko y Valkenburg definen 5 tipos de encuadres para tratar las noticias: “1) *atribución de responsabilidad*, dónde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución; b) *conflicto* entre individuos, grupos o instituciones; c) *interés humano* con el que se “dramatiza” o “emociona” la información; d) *moralidad* enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales; y e) *consecuencias económicas*, presentan el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente” (Igartua y Muñiz, 2004: 93). Las autoras establecieron esta clasificación en 1997 al estudiar la cobertura informativa en la prensa y televisión holandesa de la reunión de jefes de Estados de la Unión Europea celebrada en Ámsterdam ese mismo año.

Aspectos que sí tiene en cuenta la investigación completada por el grupo UNICA de la Universitat Pompeu Fabra (Gifreu et al., 2006), cuyo objetivo es determinar cómo las principales cadenas televisivas españolas intervienen en los procesos de selección y narración de los conflictos relativos a la inmigración. El estudio propone una metodología para el seguimiento y análisis de la información televisiva. Su exhaustiva ficha de análisis se asienta en nueve apartados: identificación de palabras clave, identificación de unidades de análisis, identificación de fuentes relativas a noticias e imágenes, enunciación, evaluación, análisis de la dimensión episódica/temática, atribución de casualidad, análisis de la cobertura, y análisis de los medios de comunicación como actores.

Esta propuesta traza un examen minucioso y detallado de las fuentes de información y, al igual que Humanes, incorpora las aportaciones de Iyengar y Kinder (1987) para el análisis del *framing* episódico/temático y de la atribución de casualidad. También recuperan la variable de previsibilidad, un aspecto que Villafañé, Bustamante y Prado (1987) examinaron por primera vez con el *índice de previsibilidad* que permite medir la relación existente en la agenda pública y la mediática. La aportación más interesante de estos investigadores catalanes es la incorporación de nuevos elementos de análisis relacionados con la semántica de la noticia y su discurso narrativo (análisis de la enunciación y evaluación), ausentes en anteriores investigaciones. Un corpus de análisis especialmente enfocado para “dibujar las estrategias narrativas de cada cadena a la hora de construir la imagen pública de la inmigración” (Gifreu et al., 2006: 87-88).

Cuadro 4. Ficha de Análisis de Gifreu et al. (2006)

<p>1. IDENTIFICACION DE LAS PALABRAS CLAVE</p> <p>2. IDENT. DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS</p> <p>2.0. Número unidad</p> <p>2.1. Cadena (Edición, Canal, Fecha, Día semana, Horario, Incidencias, Duración, posición y orden en el NT, Duración, Sumario sí/no, Nº de sumario, Orden de aparición, Bloque)</p> <p>2.2. Identificación del género (unidades informativas, unidades de opinión, documentación)</p> <p>2.3. Actor periodístico (conductor, reportero, corresponsal, conductora en <i>off</i>, reportero en <i>off</i>, corresponsal en <i>off</i>)</p> <p>2.4. Resumen de la unidad informativa</p> <p>2.5. Personaje principal</p> <p>[Tipología de personajes]</p> <p>2.5.1. Individuo</p> <p>2.5.1.1. Género (hombre/mujer)</p> <p>2.5.1.2. Edad (niño/adolescente/joven/adulto/anciano)</p> <p>2.5.1.3. Condición nacional (español, europeo comunitario, europeo extracomunitario, africano, asiático, americano...)</p> <p>2.5.2. Colectivo</p> <p>2.5.2.1. Tipo: ONG, Social –vecinal, religiosa, estudiantil-...</p> <p>2.5.2.2. Nombre o descripción</p> <p>2.5.3. Institucional²⁶</p>	<p>4. ANÁLISIS DE LA ENUNCIACIÓN</p> <p>4.1. Actitud y comportamiento del locutor: implicación explícita del “nosotros exclusivo”, implícita del “nosotros exclusivo”, explícita del “nosotros inclusivo”, implícita del “nosotros inclusivos”, comportamiento neutro del locutor</p> <p>4.2. Territorialización de la información: neutra, el referente implícito es estatal/C.A./UE/extranjero, el ref. explícito es estatal/C.A./UE/extranjero)</p> <p>4.3. Mención del territorio (No se hace referencia, Se hace referencia al Estado Español/C.A./ provincia/población/país extranjero -especificar-/región geopolítica -especificar-/continente/Otros)</p> <p>4.4. Relación enunciativa de proximidad: uso de locuciones inclusivas; uso de locuciones exclusivas; Referencia implícita a relaciones de proximidad; Referencia implícita a relaciones de distancia; Sin referencia a la proximidad</p> <p>4.5. Presencia de elementos indicadores de contacto -fáctico- (En la presentación de la unidad, en el desarrollo de la unidad, en ambos, sin presencia de indicadores de contacto.</p> <p>4.6. Valoración enunciativa de la unidad -del locutor- (Comentario positivo/negativo explícito, Comentario positivo/negativo implícito, Valoración neutra)</p>
--	---

²⁶ Tipología: Política gobierno español, Política autonómica, Política local, Política Unión Europea, Política extranjera, Poder legislativo, Parlamentario gobierno español, Parlamentario autonómico, Parlamentario

2.6. Identificación del tema principal 3. FUENTES (DE NOTICIAS E IMÁGENES) 3.1. Tipo de conflicto objeto de atención 3.1.1. Nivel de previsibilidad: previsible (continuación o desarrollo); previsto (agenda, conferencias de prensa, etc.); no previsto; otros. 3.1.2. Cobertura periodística (con o sin presencia institucional) 3.1.3. Nivel de novedad (conflicto nuevo o en desarrollo) 3.1.4. Intervención del canal (originado o no por el medio) 3.2. Fuente informativa 3.2.1. Fuente oficial 3.2.1.1. Tipo: Parlamento, Gobierno, Poder Judicial, Policía... 3.2.1.2. Ámbito: local, autonómico, estatal, europeo, mundial. 3.2.2. Fuente no oficial: protagonista, organización civil, familiares, vecinos, otros medios de comunicación, otros. 3.3. Mención fuente (referencia explícita/implícita/sin referencia) 3.4. Imágenes 3.4.1. Origen: redacción; corresponsal o reportero propio; agencia de noticias; otro canal; policía; amateur; archivo; no especificadas; otros. 3.4.2. Vinculación de las imágenes al tema: complemento adicional, ilustran gráficamente el tema (mapas, gráficos, etc.); constituyen el tema de la unidad; datos biográficos; otros 3.5. Valoración del acceso a las fuentes: positiva; negativa; neutra; sin valoración.	5. EVALUACIÓN (<i>bias</i> positivo <i>versus</i> negativo): positivo; más bien positivo; negativo; más bien negativo; mixto; neutro. 6. DIMENSIÓN EPISODICA / TEMÁTICA (Episódica/ Principalmente episódica/Temática/Principalmente Temática) 7. ATRIBUCION CAUSALIDAD: causa mecánica (agente intermediario, máquinas, animales adiestrados, individuos inconscientes); causa accidental (naturaleza, tiempo atmosférico, terremotos, máquinas sin control); causa intencionada (agresión-violencia, opresión, conspiración, plan de acción; causa inadvertida (circunstancias del intermediario, efectos no previstos, negligencia, falta de atención); omisión 8. ANÁLISIS COBERTURA: estratégica; más bien estratégica; política; más bien política. 9. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ACTORES 9.1. Toma de posición explícita de la unidad sobre el tema principal 9.1.1. Resumen de la posición 9.2. Propuesta explícita de solución del problema en cuestión 9.2.1. Resumen de la propuesta 9.3. No hay toma de posición
---	---

Fuente: Gifreu et al. 2006: 97-100

Los estudios que analizan la cobertura de las campañas electorales, la imagen de los candidatos o el grado de pluralismo político, incluyen variables que aportan perspectivas distintas en el conocimiento de los protagonistas de las noticias, en este caso, de los políticos. Para finalizar este repaso de experiencias, destacamos algunas particularidades de estas investigaciones procedentes de la Universidad de Navarra.

Maxwell McCombs y Esteban López-Escobar, junto con otros investigadores, iniciaron en España en 1995 los primeros estudios sobre la imagen de los políticos durante procesos electorales para determinar así “la influencia que el contenido de los *media* tiene sobre las imágenes de los candidatos políticos entre el público” (López-Escobar, McCombs y Tolsà, 2007: 1). La innovación de sus estudios radica en analizar a los candidatos a partir de dos dimensiones: sustantiva y afectiva. Así, la dimensión sustantiva se divide en seis categorías: ideología y posición ante los temas, datos biográficos y formales, cualificación percibida, honradez, personalidad y puro afecto (“me cae bien” o “no me gusta”). La dimensión afectiva se mide a través de una escala de cinco valores. El análisis de contenido se basa en establecer la frecuencia en que cada atributo de la dimensión sustantiva es tratado, mientras la dimensión afectiva establece *cómo* se enfocan, entroncando con el segundo nivel de la *Agenda-Setting*.

europeo, Poder judicial, Sindicalismo, Jerarquía eclesiástica, Actividad empresarial y financiera, Universidad y/o actividad científica y técnica, Actividad intelectual y artística, Periodismo y comunicación social, Delincuencia, Terrorismo, Deportes, Espectáculos y Otros.

Por su parte, La Porte y Sábada realizan, junto con otros investigadores europeos, un estudio sobre la situación de la TV pública en Europa, con el deseo de completar “un análisis centrado en el papel de la televisión pública como instrumento fundamental para entender el desarrollo de la comunicación política en el contexto europeo” (2007: 1). La investigación pone especial atención en el tratamiento de los contenidos de los noticiarios y su grado de pluralismo político, combinando aproximaciones cuantitativas y cualitativas a través de tres indicadores básicos: la representación de los grupos políticos y sociales; la naturaleza de su intervención²⁷; y las características de la imagen difundida. Es este tercer indicador la aportación novedosa al análisis de los noticiarios. Hasta ahora se ha mostrado que los investigadores han aplicado el valor “positivo, negativo o neutro” para determinar la variable del carácter que los medios atorgan al acontecimiento principal del hecho noticiosos. La Porte y Sábada proponen aplicar estos mismos valores para determinar la imagen que las televisiones dan de los protagonistas de las noticias, es decir, no solamente de los políticos (McCombs et al.) sino también de los actores sociales y culturales.

Hasta el momento hemos presentado una selección de protocolos procedentes de tres prolíficos campos de estudio: los noticiarios como unidad independiente, inmigración y política. La diversidad de propuestas en España es amplia, e imposible de abarcar en este texto por lo que muchas investigaciones relevantes se han quedado en el tintero. El criterio de selección de las investigaciones expuestas es que son el punto de partida de la propuesta de diseño de protocolo de análisis que a continuación se presenta.

4. Propuesta alternativa de protocolo de análisis de contenido

La matriz de análisis que planteamos en esta comunicación tiene como objetivo analizar el noticiario de forma integral. Esto significa que las unidades de análisis no son solamente las noticias o piezas informativas, sino que cabeceras, sumarios, transiciones, o publicidad²⁸ también formarían parte del estudio: particularidad que recoge el código de registro compuesto por una combinación de once letras y dígitos²⁹ y que permite diferenciar fácilmente a las noticias del resto de unidades. En el caso de las piezas

²⁷ “Si el representante tiene voz propia o habla en su lugar el periodista u otra fuente. Se entiende que en el segundo caso hay una disminución del protagonismo, con el consiguiente deterioro de la autoridad como actor político o social.” (La Porte y Sábada, 2007: 19).

²⁸ Esta propuesta no tiene como objetivo examinar la publicidad en los telediarios, pero sí cuantificarla.

²⁹ Las unidades de análisis definidas son: Careta Entrada; Careta Salida; Titular Entrada; Titular Medio; Titular Deporte; Titular Salida; Noticias; Transiciones; y Publicidad. El código de análisis resulta de incorporar la letra que identifica la unidad, la fecha, la cadena, el horario de emisión y la posición de la unidad respecto a las otras unidades del mismo tipo. Ej. CE300108121 = Careta de entrada (CE), de un noticiario emitido el 30/01/2008 (sólo los dos últimos números del año: 300108), en TVE1 (1), en Prime-time (2) y se trata de la primera careta de entrada (1).

informativas, la unidad de análisis incluye la presentación del conductor o la conexión en directo. Siguiendo a Humanes, entendemos por noticia “cada pieza que contiene un acontecimiento con sentido en sí mismo” (2001: 126).

El protocolo de análisis se estructura en ocho bloques: datos identificativos, relevancia de la unidad, estructura de la unidad, temática del acontecimiento principal, tratamiento del acontecimiento principal, tratamiento de los personajes, tratamiento de las fuentes de información y autoría de la información.

El primer bloque es un apartado común a todas las investigaciones para identificar las distintas unidades de análisis. El segundo apartado permite establecer la importancia que la cadena otorga a los sumarios y a las noticias, para distinguir su jerarquización y su duración principalmente. Una de las aportaciones de la presente propuesta se recoge en el bloque tercero, cuyo objetivo es medir las dos dimensiones del contenido televisivo en general: la visual y la auditiva. Para ello, se miden los tiempos de imagen y de sonido de los distintos elementos que componen estos formatos. A modo de ejemplo, esta operación permitiría determinar el tipo de noticiarios que realiza cada cadena: una presencia importante de tiempo de imagen del conductor nos hablaría de un espacio personalista.

El cuarto bloque también incorpora alguna idea nueva como definir hasta cuatro palabras que describan temáticamente el hecho principal para permitir búsquedas avanzadas. La clasificación tradicional del ámbito temático es una acotación demasiado genérica para determinar qué contenidos priman en los noticiarios. Otros elementos a los que presta atención este apartado son la relación que tienen las piezas informativas entre sí, su vinculación temporal, su previsibilidad y origen.

El bloque que analiza el tratamiento del acontecimiento principal se estructura en una doble vertiente: por un lado, los recursos técnicos y humanos que la cadena ha empleado para cubrirlo; y por otro, cómo lo ha tratado. Los estudios precedentes han mostrado siempre más interés por la segunda que por la primera, una rutina que consideramos interesante cambiar.

Los apartados sexto y séptimo tienen como objetivo examinar los personajes que aparecen en el acontecimiento principal, así como las fuentes de información del mismo. Una consideración previa a tener en cuenta es que este diseño parte de la premisa del análisis del producto televisivo emitido, la ausencia en el proceso de selección y producción del noticiario obliga a analizar simplemente las fuentes de información que explícitamente aparecen en el programa. Ambos bloques analíticos tienen en cuenta la valoración que se transmite de los personajes y la visión que las fuentes dan de los acontecimientos, así mismo amplían las variables respecto a los atributos de los mismos. El último apartado, la

autoría de la información, tiene como objetivo identificar si se reconoce el trabajo de los periodistas y de qué manera.

Cuadro 4. Protocolo de Análisis de Contenido

<p>1. DATOS IDENTIFICATIVOS</p> <p>1.1. Canal</p> <p>1.2. Titularidad: pública; privada</p> <p>1.3. Fecha</p> <p>1.4. Día de la semana</p> <p>1.5. Horario de Emisión (1.Day-time; 2.Prime-time)</p> <p>1.6. Tipo (CE. Cabecera Entrada; CS. C. Salida; TE. Titular Entrada; TM. Titular Medio; TD. Titular Deporte; TS. Titular Salida; N. Noticias; T. Transiciones; P. Publicidad).</p> <p>1.7. Código de Registro</p> <p>2. RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANALISIS</p> <p>2.1. Tamaño: duración en segundos</p> <p>2.2. Clasificación según su duración: breve (<35"); media (36"-75"); larga (76"-130"); extra larga (>131")</p> <p>2.3. Emplazamiento en sumarios</p> <p>2.4. Posición en la escaleta</p> <p>2.5. Bloque: 0-900"; 901"-1800"; 1801"-2700"; >2701".</p> <p>3. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD</p> <p>3.1. Tiempo de imagen (en segundos): conductores, redactores, imágenes, declaraciones, caretas, transiciones, infografía y otros.</p> <p>3.2. Tiempo de sonido (en segundos): conductores, redactores, declaraciones, sonido ambiente narrativo, sintonías y otros.</p> <p>4. TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL</p> <p>4.1. Breve descripción del acontecimiento principal</p> <p>4.2. Clasificación temática³⁰</p> <p>4.3. Descriptores temáticos/Palabras clave</p> <p>4.4. Ámbito territorial³¹: local; autonómico; estatal; europeo; internacional; sin clasificar.)</p> <p>4.1.1. Localidad</p> <p>4.1.2. Provincia</p> <p>4.1.3. Comunidad Autónoma</p> <p>4.1.4. País³²</p> <p>4.5. Bloque temático: Sí/No</p> <p>4.5.1. Rol en el Bloque: principal; secundario, contexto/antecedentes; misma clasificación temática.</p> <p>4.6. Valores noticiosos³³</p> <p>4.7. Relación con el pasado: inexistente; mismo día; día anterior; día posterior/es; última semana; último mes; último año; anterior al último año/s; sin precisar.)</p> <p>4.8. Índice de previsibilidad³⁴: no previsto; previsto, previsto pero con novedades imprevistas.</p>	<p>5. TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL</p> <p>5.1. Recursos empleados</p> <p>5.1.1. Formato: Intro; Intro+Off conductor; Off conductor; Intro+video; Intro+Directo; Vídeo; Intro+Directo; Intro+Declas; Entrevista; Otros</p> <p>5.1.2. Género periodístico (1. Noticia, 2. Reportaje, 3. Crónica y 4. Entrevista)</p> <p>5.1.3. Tipo de información: diferido; directo; ambas)</p> <p>5.1.4. Presencia del periodista: No/Sí</p> <p>5.1.4.1. Tipo de periodista: redactor/a; corresponsal; enviado/a especial.</p> <p>5.1.4.2. Tipo de presencia: directo; stand up</p> <p>5.1.4.3. Sexo del periodista: mujer; hombre</p> <p>5.1.4.4. Duración (en segundos)</p> <p>5.1.5. Uso de infografía: No/Sí</p> <p>5.1.5.1. Tipología: gráfico; rótulo; mapa; simulación; otros.</p> <p>5.1.5.2. Rol: info. principal; info. complementaria</p> <p>5.1.6. Origen de las imágenes: propias; archivo; otros medios/agencias; otros organismos; videoaficionados; sin determinar.</p> <p>5.2. Cobertura periodística³⁵</p> <p>5.2.1. Carácter del acontecimiento principal: positivo, negativo, neutro.</p> <p>5.2.2. Personalización de la atribución causal: individuos, estructuras.</p> <p>5.2.3. Complejidad del esquema causal: causa única o múltiples</p> <p>5.2.4. Simplificación: Con o sin <i>background</i></p> <p>5.2.5. Consecuencias de acontecimiento principal: No/Sí</p> <p>5.2.6. Encuadre noticioso: atribución de responsabilidad; interés Humano; conflicto; moralidad; consecuencias económicas.</p> <p>6. TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES</p> <p>6.1. N° de Personajes con presencia</p> <p>6.2. Tipo de personaje: individual o colectivo</p> <p>6.3. Nombre</p> <p>6.4. Clasificación: Gobierno/Instituciones; Partidos Políticos; Sindicatos; Patronal/Empresa; Expertos; Testimonios; Organizaciones sociales y ciudadanas; Animales; Grupos Armados; Asoc. Profesionales; Otros.)</p> <p>6.5. Rol del personaje: protagonista, secundario</p> <p>6.6. Naturaleza: política; científica-técnica-profesional;</p>
---	--

³⁰ Se proponen 15 categorías: Ciencia y Tecnología (CIEN.), Cultura (CUL.), Economía y Negocios (ECO.), Educación y Enseñanza (EDU.), Deportes (DEP.), Medio ambiente y Animales (MA), Meteorología (METEO), Política (POL), Sanidad (SAN.), Sociedad (SOC.), Sucesos (SUC.), Seguridad y Justicia (SEG.), Transiciones -caretas de programa, secciones, transiciones entre noticias, etc.- (TRAN.), Publicidad - Sponsors de secciones o anuncios durante la emisión del programa- (PUB.) y Otros (OT.).

³¹ Lugar donde suceden los hechos respecto a la audiencia española.

³² En el caso de las noticias que suceden fuera de España, solamente se indicará la Localidad y el País.

³³ Schulz (1982). Véase Cuadro 1, en la página 7 de esta comunicación.

³⁴ Villafañé, Bustamante y Prado (1987: 153): "Las noticias que estaban previstas obtendrán el valor 1 y las que no lo estaban el de 0. Ocasionalmente si una noticia estaba prevista, pero cuando se produce el acontecimiento aparece algún componente *importante* que no se esperaba, el valor puede ser intermedio".

4.8.1 Nivel de previsibilidad: continuación o desarrollo de un hecho conocido; hecho de agenda pública; otros. 6.8. Atributos del personaje 6.8.1. Sexo: mujer; hombre 6.8.2. Edad: niño/a; adolescente; adulto/a; anciano/a. 6.8.3. Nacionalidad (español, europeo comunitario, europeo extracomunitario, africano, asiático, americano...) 6.8.3. Rasgos psicológicos 6.8.4. Características sociales 6.9. Visión del personaje: positiva; negativa; neutral. 7. TRATAMIENTO DE LA FUENTES DE INFORMACIÓN 7.1. N° de fuentes nombradas 7.2. Nombre de la fuente 7.3. Identificación/cargo -si aparece- 7.4. Tipo ³⁶ : agencia de noticias; Gobierno/Instituciones; otros medios; corresponsales y reporteros; testimonios; org. sociales y ciudadanas; partidos políticos; expertos; patronal/empresa; sindicatos; documentación/agenda; Iglesia; otras. 7.5. Tipo de aparición: directa -voz e imagen-; indirecta -voz o imagen. 7.5.1. Duración -en segundos-	cultural; social; otra. 6.7. Tipo de aparición: en relato; en imágenes; ambas. 7.5.2. Idioma 7.6. Rol: protagonista, secundario 7.7. Naturaleza: política; científica-técnica-profesional; cultural; social; otra. 7.8. Partido Político al que representa 7.9. Ámbito de competencia ³⁷ : local; autonómico; estatal; europeo; internacional. 7.10. Visión del acontecimiento: positiva; negativa; neutral. 8. AUTORÍA DE LA INFORMACIÓN 8.1. Presencia: no consta; sí consta) 8.2. Tipo atribución: del conductor; firma la noticia; no hay. 8.3. Firma: redactor; redactor y cámara; corresponsal; corresponsal y cámara; enviado especial; enviado especial y cámara; centros regionales / delegaciones; redacción; no hay. 8.4. Sexo del redactor/a: mujer; hombre. 8.5. Sexo del cámara: mujer; hombre.
--	---

Fuente: Elaboración propia

Para concluir, este protocolo de análisis de contenido tiene la pretensión de ser el plano sobre el que se asienten las bases de cualquier estudio que examine los noticiarios como un producto integral. Esta propuesta, ambiciosa en cuanto al espectro de aspectos analizados tanto a nivel formal, estructural como discursivo, así como en el detalle de su análisis, no es lo suficientemente profunda para las necesidades que requerirían diseños específicos sobre un aspecto concreto del programa. Estudios basados en temáticas concretas como el terrorismo, la violencia o los políticos, por enumerar algunos de los intereses de la comunidad científica actual, requerirían de la inclusión de variables específicas adecuadas a sus objetivos. Precisamente, una de las virtudes del protocolo formulado es que puede ser fácilmente adaptable a cada investigación: su operatividad radica en que ofrece un punto de partida que intenta caminar hacia un modelo compartido que sirva como base para posteriores investigaciones sobre el formato.

³⁵ Humanes (2001: 129).

³⁶ Martín Sabarís (1996: 180)

³⁷ Gifreu et al. (2006-97-100), variable 3.2.1.2.

BIBLIOGRAFÍA³⁸

- AGUILERA, M. DE (1985): *El Telediario: un proceso informativo*. Barcelona: Mitre.
- BARROSO, J. (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- CAC (2001): “Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans de ràdio i televisió”. En *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, núm.200, 21 de juny de 2001.
- CEBRIÁN, M. (1998): *Información televisiva: mediciones, contenidos, expresión y programación*. Editorial Síntesis, Madrid.
- DUSSAILLANT, P. (2004): “La neutralidad como forma de encuadre en una campaña electoral”. En *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, nº 2, pp. 45-71.
- GARCÍA AVILÉS, J.A. (1996): *Periodismo de calidad. Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*. Pamplona: EUNSA.
- GARCÍA AVILÉS, J.A. (2007): “Influencia de la digitalización en los canales ‘todo noticias’ de las televisiones públicas: los casos de BBC News 24 y RAINews 24”. En Moreno, Elsa et al. (eds.), *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. Pamplona: EUNSA, pp. 327-340.
- GIFREU, J., CORBELLÀ, J.M., AUBIA, L. y SUÁREZ, R. (2006): “Els noticiaris televisius i l'accés a l'agenda pública dels temes d'immigració”. En *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Septiembre 2005 –Abril 2006, Barcelona, pág. 85-102.
- HUMANES, M.L. (2001): “El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión”. En *ZER, Revista de la Comunicación*, número 11, Noviembre, pág. 119-142
- IGARTUA, J.J. y HUMANES, M.L. (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid.
- IGARTUA, J.J. y MUÑIZ, C. (2004): “Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas”. En *ZER, Revista de la Comunicación*, número 16, Mayo, pág. 87-104.
- IYENGAR, S. y KINDER, D.R. (1987): *News that matters: agenda setting and priming in a television age*. University of Chicago Press, Chicago.
- KEPPLINGER, H. y WEISSBECKER, H. (1991): “Negativität als Nachrichtenideologie”. En *Publizistik*, Vol. 36, pág. 330-342.
- LA PORTE, M.T. y SÁBADA, T. (2007): “Pluralismo político y diversidad en la TV Pública Europea”. En *II Congreso de Comunicación Política*, 8 y 9 de marzo, Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- LÓPEZ, C. (2006): “Metodología del Consell de l'Audiovisual de Catalunya per a l'observança del pluralisme en els teletinformatius”. En *Quaderns del CAC*, núm. 26, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Septiembre-Diciembre, Barcelona, pág. 9-16.
- LÓPEZ-ESCOBAR, E., McCOMBS, M. y TOLSA, A. (2007): “La medición de las imágenes públicas de los líderes políticos: una contribución metodológica de la teoría de la agenda-setting”. En *II Congreso de Comunicación Política*, 8 y 9 de marzo, Facultad de CC de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

³⁸ En esta bibliografía, y por motivos de espacio, sólo se han incluido las referencias que aparecen en el cuerpo de la comunicación. En caso de que alguien esté interesado en conocer las referencias completas que aparecen en las diversas notas al pie, no duden en contactar con cualquiera de los dos autores en las direcciones de correo electrónico que se facilitan al comienzo del texto.

- LOSADA, J.C. et al. (2007): "El papel de los medios de comunicación regionales en la formación de la imagen política. Análisis de la cobertura informativa de la campaña electoral de 2003 en la Región de Murcia y de su percepción pública". En *II Congreso de Comunicación Política*, 8 y 9 de marzo, Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- MACIÁ, P. (1981): *Televisión, hora cero*. Madrid: ERISA.
- MARÍN, C. (2003): *La noticia audiovisual a través de la historia de la televisión*. Palma de Mallorca: Calima.
- MARTÍN, R.M. (1996): *La organización informativa y los procesos de producción de la noticia. La información en Euskal Telebista*. Tesis Doctoral, Departamento de Comunicación Audiovisual y de Publicidad, Universidad del País Vasco,
- McCOMBS, M., LÓPEZ ESCOBAR, E. y LLAMAS, J.P. (2000): "Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election". *Journal of Communication*, 2000, nº 50(2), pp. 77-92.
- McCOMBS, M. et al. (1997): "Candidate images in Spanish elections: second-level agenda-setting effects". En *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74, pp. 703-717.
- SALGADO, A. (2007): "La credibilidad del presentador de programas informativos. Definición y cualidades constitutivas". En *Comunicación y Sociedad*, vol. XX, nº 1.
- SEMETKO, H. y VALKENBURG, P.M. (2000): "Framing European politics: A content analysis of press and television news". En *Journal of Communication*, Vol. 50, Issue 2, Primavera, pág. 93-110.
- TUCHMAN, G. (1978): *Making News*. Free Press, New York.
- VICENTE, M. (2007): "El noticiario en la televisión del siglo XXI: ¿devaluación o vigencia de un elemento clave en la imagen de las cadenas?". En Moreno, Elsa et al. (eds.), *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. Pamplona: EUNSA, pp. 341-350.
- VICENTE, M. (en prensa, 2008): "Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica". Comunicación presentada en el IX Congreso Iberoamericano de Comunicación. Sevilla, noviembre de 2006.
- VILLAFañÉ, J., BUSTAMANTE, E. y PRADO, E. (1987): *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Colección Nuevos Signos, Editorial Mitre, Barcelona.