Elementos comunes y peculiaridades significativas

POR **ENRIC SAPERAS Y JOSEP GIFREU**

El análisis comparativo del formato de los telediarios en Europa muestra regularidades y coincidencias básicas, aunque también peculiaridades significativas.

1. EL INTERES POR EL FORMATO DE LOS MEDIOS

La investigación y el interés por el formato de los medios tienen sus principales representantes, como es sabido, en los sociólogos de la Universidad del Estado de Arizona, David L. Altheide y Robert P. Snow.

La teoría de la mediación que introducen estos autores basa sus principales aportaciones en las categorías de la media logic (Altheide, 1976; Altheide & Snow, 1979) y de la media culture (Monaco, 1978; Snow, 1983), y entronca singularmente con la accomodation theory de J.A. Anderson y T.P. Meyer (Anderson & Meyer, 1988).

Este enfoque (1) se enmarca en unos contextos de la investigación comunicativa, desarrollados especialmente en EE UU, Gran Bretaña e Italia, a partir de los años 70 y 80. Centra su interés en las formas y regularidades que presentan las noticias en los diversos medios (Epstein, 1974; Williams, 1975; Altheide, 1976; Glasgow Media Group, 1976 y 1980; Schlesinger, 1978; Gans, 1979; Grossi, 1979; Silverstone, 1981; Westin, 1982; Rositi, 1982; Tuchman, 1983; Mancini, 1982 y 1985; Grandi, 1988; etc.).

Como resume McQuail (1991:272s), los investigadores han puesto de manifiesto dos tendencias significativas en este punto: por un lado, la gran regularidad estructural del vehículo de las noticias (prensa, boletines de radio y noticiarios televisivos), que es similar en países muy diversos; y por otro lado, la regularidad en el orden y las estrategias con que se estructuran los conjuntos. En los últimos años, el objeto específico de este campo de investigación se ha ido desplazando del estudio de la prensa al de la información televisiva.

La concepción de la media logic parte de los postulados epistemológicos de Simmel en el sentido de que la realidad se hace inteligible a través de las formas. Arguye que la importancia de los medios en la sociedad actual no deriva de su influencia en determinados procesos

Fundación Telefónica
Telefónica

sociales o políticos, o de sus efectos sobre el comportamiento de los individuos o grupos sociales.

Su importancia radica en la penetración de la lógica mediática no sólo en todas las actividades sociales, sino también en las instituciones de la sociedad urbana posindustrial.
De modo que la media culture ha llegado a impregnar los diversos ámbitos de la vida social y colectiva, así como de la misma vida cotidiana. La lógica de los medios ha pasado a formar parte de la conciencia colectiva e individual, de manera que incluso la cohesión social y política descansa sobre tal conciencia compartida.

La investigación de la comunicación, que según los autores de Arizona inaugura una «cuarta fase» y que da comienzo en la década presente (Altheide & Snow, 1991:X), desplaza su interés tradicional por el contenido de los medios hacia el estudio de sus formas, formatos y lógicas.

«Los formatos de la comunicación y del control son elementos centrales en esta fase; los modos de comunicación ya no son vistos como meros recursos usados por los que ostentan el poder (…); son ahora determinantes para modelar la retórica, los marcos y los formatos de cualquier contenido, incluidos el poder, la ideología y la influencia» (Ib).

Por media logic, entienden «el proceso a través del cual los medios presentan y transmiten información» a través de sus diversos formatos. Definen el «formato» en estos términos:

«El formato consiste en parte en cómo el material es organizado, en el estilo en que es presentado, en el énfasis sobre características particulares del comportamiento, y en la gramática de comunicación del medio. El formato es un marco (framework) o una perspectiva que sirve para presentar y para interpretar unos fenómenos» (Altheide & Snow, 1991:9).

El formato de los medios, desde esta perspectiva, derivada en parte de Forms of Talk de Goffman, es un concepto que se distingue tanto del de contenido de los medios, como del concepto de los géneros (tipos de organización de los contenidos).

El formato no se puede reducir a elementos formales de presentación de los contenidos (aunque se presuponen), sino que es un concepto con pretensiones explicativas mucho más amplias: es condición de comunicabilidad, es un marco de percepción e interpretación de la realidad, es una forma de interacción social e incluso un modo ritual de cohesión simbólica.

Para los medios de masas como la televisión, las audiencias se han familiarizado tanto ya con los diversos formatos, que saben distinguir automáticamente, con una gran economía de tiempo y de recursos, cuándo un espacio es un informativo, un concurso, una teleserie o un filme. El conocimiento de la lógica del formato se da por supuesta tanto en el emisor como en el receptor.

2. EL FORMATO DE LAS NOTICIAS EN TELEVISION

El periodismo televisivo ha desarrollado, como anteriormente el periodismo impreso, una serie

Fundación Telefónica
Telefónica

de rutinas profesionales y de puesta en formato para convertir ciertos hechos (events) en noticias (news) bajo la forma de relatos (stories) audiovisuales.

Como han estudiado diversos autores (Epstein 1974; Tuchman 1983, etc.), tales rutinas de producción no sólo abarcan la construcción de la noticia como relato relevante de actualidad, sino que incluyen asimismo la modelación formal según los requisitos del formato de los informativos en televisión. Con toda su complejidad, los acontecimientos «son descontextualizados de los significados compartidos por sus protagonistas y recontextualizados en el cuadro del formato de las noticias» (Altheide & Snow, 1979:90).

Mancini propone considerar el noticiario televisivo (NT) como macroformato y las noticias como microformatos (Mancini, 1985:48).
El macroformato se refiere al NT como mensaje global, como «producto complejo caracterizado por una propia lógica, más o menos coherente, y compuesta de diversas historias sobre hechos diversos». Comprende aspectos de relación entre unidades informativas, que responden a la sucesión temporal por una parte y,por otra, a las modalidades de conexión entre ellas; este aspecto es el que da verdadera organicidad al producto NT. Y asimismo, comprende la organización de los roles de los locutores o enunciantes, lo que suele hacerse a través de la figura del conductor.

En ambos casos, la dimensión que el investigador italiano destaca como más decisiva en la información televisiva es el nivel de la interacción. Es una interacción que establece entre locutor y telespectador «una situación de comunicación que respeta, y al mismo tiempo perpetúa, convenciones, formas y competencias comunicativas típicas de cada contexto social»; es el nivel interaccional, «más que cualquier otro, el que asigna al locutor y a su destinatario, roles y funciones sociales que corresponden a tipologías discursivas y atribuciones de poder» (Mancini 1985:50).

La interacción en los informativos presupone y pone de manifiesto, por tanto, determinadas diferenciaciones que remiten a las estructuras de poder y a las estructuras sociales y culturales particulares.
En este sentido, una de las características más interesantes a destacar en la interacción televisiva radica en el peso decisivo que juegan aquí los elementos dados por sentados, por sabidos.

En los NT, por ejemplo, el presentador/conductor basa su papel en un conjunto de presuposiciones que se suponen aceptadas también por su público: preconocimiento del contexto sociocultural y de las competencias comunicativas (incluido el uso instrumental de una determinada lengua), preacuerdo sobre el modo de interacción, reconocimiento de la credibilidad del enunciante, cierta sintonía en los valores básicos y en las expectativas generales de vida, etc.

En el contexto del tipo de interacción que se desarrolla en los noticiarios televisivos, el formato es la condición necesaria, aunque no suficiente, para que sea posible la interacción del enunciante televisivo con su público. Y en definitiva, para que se consolide una relación de lealtad narrativa de un público para con una institución televisiva concreta, que queda

Fundación Telefónica
Telefónica

legitimada como enunciante o narrador de la actualidad precisamente por ese mismo acervo de lealtad.

La noción de formato aplicada al estudio de los noticiarios de televisión tiende a desbordar una simple y mecánica rutinización de recursos retóricos, discursivos o escenográficos. Implica además una perspectiva global sobre aquello que es noticia en televisión, y no sólo una serie de constricciones profesionales o técnicas. En otros términos, el formato afecta a las mismas y centrales operaciones de atribución de relevancia, sobre todo a los procedimientos de selección de lo que puede ser noticia y de jerarquización en los flujos de los NT.

En este sentido, la evolución de los formatos de los NT en EEUU y en Europa puede mostrar una serie de constantes que van determinando la adopción de unas pautas similares de selección «de primer grado» (Rositi 1982) de lo que es televisivamente pertinente como news. El mismo Altheide ha tipificado los elementos básicos del formato de los NT que van definiendo los networks norteamericanos y que según sus estudios son estos cinco (Altheide 1991:7s):

1) Accesibilidad: facilidad de acceso de los periodistas a la información sobre determinados acontecimientos.
2) Cualidad visual: calidad e interés de las imágenes disponibles.
3) Drama y acción: posibilidad de dramatización y de ilustración de los hechos.
4) Interés de la audiencia: probabilidad de interés por parte de unas audiencias masivas a juicio de los periodistas.
5) Clasificación temática: facilidad con que un hecho es resumido, enunciado o clasificado en el flujo de las noticias.

Los hechos y noticias que no cumplan tales requisitos difícilmente accederán a los circuitos de los noticiarios televisivos. En este sentido, el formato impone fuertes condicionantes a la función de agenda de los medios.

Para el caso italiano, Roberto Grandi realizó un estudio estructural del formato de los NT de la RAI durante 1987 (Grandi 1988).

Su objetivo era identificar las características propias y distintas de cada Telegiornale de los tres canales de la RAI, para destacar las similitudes y diferencias entre canales y ediciones, así como la relación del formato con la programación y la dinámica informativa del día. De acuerdo con Grandi, los componentes básicos que determinan el formato específico de los NT, aparte de su posición en la programación general, pueden reducirse a dos, a saber: las unidades informativas y las funciones del conductor.

En suma, los planteamientos generales sobre el formato de los NT derivados de Altheide y Snow, así como las indicaciones de Rositi y Mancini y las aplicaciones operativas de Grandi, aportan unas bases innovadoras para el análisis comparativo de los noticiarios, que ponemos a prueba en la investigación que aquí presentamos.

3. LOS NOTICIARIOS DE LA UNION EUROPEA

Fundación Telefónica
Telefónica

El análisis comparativo sobre el formato de los noticiarios televisivos europeos, que resumimos en este artículo, forma parte de una investigación de base empírica y comparativa más amplia, orientada a estudiar el papel de la televisión informativa en la modelación de los espacios públicos nacionales en la Europa actual. El estudio comparativo del formato de una muestra representativa de los NT de las televisiones europeas permite una aproximación al conocimiento de las regularidades y de las diferencias que condicionan y moldean el discurso informativo y las mismas agendas de las cadenas.

Nos interesa saber hasta qué punto se observa una tendencia a una cierta homologación estructural del formato de los NT en Europa, sean de ámbito nacional o regional (subestatal). Y también cómo el formato de los NT de cadenas distintas incorporan elementos diferenciadores que contribuyen a seleccionar y jerarquizar de modo distinto los flujos informativos.
La muestra está formada por una selección de diez noticiarios informativos de diez televisiones generalistas correspondientes a diversos países de la Unión Europea. Los noticiarios televisivos analizados corresponden a los siguientes canales de televisión:

BBC1 – Gran Bretaña
RAI1 – Italia
RTBF1 – Bélgica-Valonia
RTP – Portugal
STV-ITV – Gran Bretaña-Escocia
TF1 – Francia
TVC-TV3 – España-Cataluña
TVE1 – España
VTM – Bélgica-Flandes
ZDF – Alemania

Esta selección resulta ser ampliamente representativa de la estructura de la televisión en Europa durante esta década, y especialmente representativa de las televisiones generalistas de la Unión Europea. En efecto, la muestra incluye:

– diez cadenas de TV de siete Estados diferentes;
– seis cadenas de difusión dirigida a la totalidad de los territorios del correspondiente Estado (BBC1, RAI1, RTP, TF1, TVE1 i ZDF);
– cuatro cadenas de difusión dirigida a áreas de recepción subestatales (RTBF1, STV-ITV, TVC-TV3 i VTM);
– ocho lenguas diferentes de emisión (inglés, italiano, francés, portugués, catalán, español, neerlandés y alemán);
– siete cadenas de titularidad pública y tres de propiedad privada (STV-ITV, TF1 i VTM).

La franja horaria seleccionada -los NT de la tarde- tiene la ventaja de que se sitúa en el período de prime time, de máxima concentración de audiencia, y de otro lado, de que suele ofrecer información general correspondiente a la totalidad de la jornada. El período de una semana -de lunes a domingo- parece suficiente para los intereses de esta investigación.
El período semanal ha sido utilizado a menudo como muestra pertinente en investigaciones análogas.

Fundación Telefónica
Telefónica

La semana concreta analizada -la primera semana del mes de marzo de 1993- fue escogida previamente y al azar, con una única condición: que no fuese período electoral en ningún país seleccionado, ni que estuviera previsto ningún hecho de importancia con previsibles repercusiones periodísticas.

Se pretendía disponer de una situación de máxima normalidad en la programación de las respectivas televisiones, y asegurar así que no se distorsionaran las rutinas de programación y de producción de los NT. A pesar de tales precauciones, la muestra no se libró de algunos hechos inesperados y extraordinarios, como las fuertes nevadas en toda Cataluña o algunas huelgas de profesionales. Con todo, ello no rompe la representatividad y coherencia de la muestra en su conjunto.

4. ELEMENTOS DEL FORMATO DE LOS NOTICIARIOS TELEVISIVOS (NT)

Para esta investigación, hemos procedido a una reducción operativa de los indicadores básicos que pueden dar razón del tipo de formato predominante en la muestra europea analizada. En el mencionado trabajo de Roberto Grandi (Grandi 1988:15ss), se distinguen cuatro indicadores generales para diferenciar el formato de los diversos NT: la perspectiva de cada edición; la posición en la parrilla de programación; un conjunto de datos relativos a las unidades informativas (secuencia, modalidad, visualización, etc.); y las funciones verbales y no verbales del locutor/conductor. Aquí, limitaremos los elementos más significativos del formato de los NT a los siguientes:

Horario

Inicio de emisión del NT de cada cadena. Marca un punto de inflexión en la cadencia de los flujos de programación. Establece una pautación temporal de la actividad televisiva que permite al telespectador conectar con la actualidad del mundo.

Careta de identificación

En un contexto de amplia pluralidad de ofertas, el reconocimiento instantáneo de la careta de presentación no es sólo una exigencia de marketing, sino también de reconocimiento del formato informativo. La careta tiende a incorporar y presentar en unos instantes las indicaciones de formato (NT) y de marca (el canal de TV).

Locutor

Entendemos aquí por locutor cualquier personaje que toma la palabra (con presencia en pantalla o con voz en off) en nombre del canal televisivo. Habitualmente se trata de profesionales, periodistas o no, en funciones de conductor, de reportero, de corresponsal o de comentarista.

Sumario

Es la presentación sucinta de las noticias principales de la actualidad del día o del momento de la edición, que proporciona el eje argumentativo central al noticiario. Se cuantifica por su duración en minutos y por el número de noticias que contiene.

Secciones

Fundación Telefónica
Telefónica

Las secciones son formas de organización o agrupación temática de las unidades informativas. Los NT suelen articularse en secciones temáticas, aunque raramente se presentan así de forma explícita.

Soporte visual
Cualquier recurso discursivo que facilite una información en imágenes, desde la imagen en movimiento como relato visual directo hasta las formas más diversas de grafismo o de imágenes estáticas.

Resumen de sumario
Cierre del noticiario con la repetición del sumario o bien con una exposición sumaria de las noticias del día o de la edición. Se cuantifica por el tiempo de duración y por el número de noticias que resume.

Duración
Período temporal que establece los límites de exposición a la información de los NT en el flujo de la programación de un canal televisivo. Se cuantifica en unidades de tiempo.

Número de noticias
Conjunto de noticias de cada NT consideradas como unidades informativas, como ocurrencias, sin evaluar el tratamiento específico que han merecido en la edición.

5. COMPARACIÓN ENTRE LOS ELEMENTOS DEL FORMATO DE LA MUESTRA

Horario de los NT

La muestra comprende NT de la tarde o tarde-noche, es decir, de la franja considerada de prime time, donde se suelen alcanzar los índices de audiencia más elevados en las televisiones generalistas. Aun cuando existieran otras ediciones del NT con más audiencia, las ediciones seleccionadas forman parte de un continuum de programación que representa en todas las cadenas generalistas el núcleo principal de atención de los programadores y de los públicos.
El inicio de la emisión de los NT de la muestra no es ciertamente uniforme, como era de suponer, debido a la diferente latitud de los países examinados y a los distintos hábitos horarios. En el cuadro 1 se ponen de manifiesto las diferencias horarias de los NT:

En esa no coincidencia tiene un peso decisivo el ámbito geográfico de cobertura de la cadena. En los países situados más al norte, la franja del prime time empieza más temprano, al contrario de lo que pasa en los países más mediterráneos. Por otro lado, las diferencias son inexistentes o mínimas entre cadenas que comparten ámbitos de cobertura análogos.
En cualquier caso, resulta interesante destacar que todas las televisiones generalistas de la muestra programan una edición del NT en los primeros espacios de sus respectivos prime time.

Careta de identificación

Las televisiones analizadas suelen introducir el NT con una careta que las identifica

Fundación Telefónica
Telefónica

corporativamente, y que diferencia y separa tales espacios del flujo general de la programación. Algunos canales, generalmente los más importantes, suelen utilizar caretas dinámicas, con profusión de recursos de animación electrónica e infográfica.
La introducción de los noticiarios se presenta a menudo como un paso ritual de ruptura respecto del programa anterior y de iniciación a un flujo de mensajes televisivos distintos, que reclaman atención inmediata. Todos los elementos del lenguaje audiovisual confluyen al unísono para realzar este paso. Los principales elementos de la careta, no siempre presentes en todas, son los siguientes:

– Logotipo
En las grandes cadenas, se trata del logotipo de la cadena televisiva, que se mantiene sobreimpreso en pantalla en todas o en la mayoría de las noticias (ZDF, TF1, RAI1, TVE1, RTP1, VTM y RTBF1). El logotipo no reproduce forzosamente las siglas de la cadena, pero alude a la misma de alguna forma. Otras cadenas, generalmente de ámbito más reducido (con la excepción de la BBC1), utilizan un logotipo específico del NT en cuestión (BBC1: Six; TVC-TV3: TN vespre; y STN-ITV, un símbolo propio).

– Sintonía
La irrupción de la careta de los NT va acompañada a menudo de elementos sonoros, generalmente con fuerte componente rítmico, que pueden considerarse como la sintonía particular del noticiario. La sintonía permite la identificación inmediata, y solamente a través del oído, del paso al espacio informativo.

– Indicación horaria
La mitad de los NT examinados en la muestra incluyen explícitas indicaciones horarias en la careta. El recurso habitual es la presencia en estudio o en pantalla del reloj (ZDF, BBC1, RTP1 y TVC-TV3), indicando y a veces introduciendo la hora exacta del inicio de la emisión; en un caso (TF1), se indica la hora con letras sobreimpresas.

– Alusión al globo terráqueo
También la mitad de los noticiarios de la muestra hacen explícita la intención informativa de actualidad con la inclusión en la careta de alguna representación del globo terráqueo (RAI1, RTP1, VTM y RTBF) o del mapamundi (TF1).

Locutores

Dentro de la función de locutor, podemos distinguir la del locutor principal o conductor y la correspondiente a los demás tipos de locutor (véase gráfico 1).

– Otros locutores
En cuanto a la intervención de los demás tipos de locutores, las cifras del gráfico mencionado no dejan lugar a dudas sobre el segundo rango en las formas de locución: en todos los casos corresponde a la voz en off. Por frecuencia y por duración, el narrador/comentarista en off representa la forma predominante de locución en los NT examinados.
Por su parte, la figura del reportero aparece en el tercer lugar de las frecuencias en pantalla, si

Fundación Telefónica
Telefónica

bien sólo en siete de las diez cadenas de la muestra (excepciones: TVC-TV3, ZDF y VTM).
El conductor de sección es una figura con presencia más irregular en los NT europeos: en algunas cadenas no tiene cabida o aparece muy raramente (TVE1, TF1, BBC1, RTP1 y RAI1). En otras, por el contrario, se le reserva un papel importante (especialmente en TVC-TV3 y VTM).
Finalmente, la presencia del corresponsal es también muy irregular. Mientras aparece en tercer lugar de frecuencia en ZDF y en cuarto en BBC1, RAI1,TF1, TVE1 y TVC-TV3, en las cuatro restantes no aparece. De ello se puede deducir que sólo las grandes cadenas tienen a disposición corresponsales propios en las principales áreas internacionales de actividad informativa.

Sumario

Todos los NT de la muestra incluyen sumario, con una sola excepción (RTP1). El noticiario de TVC-TV3 es el que incluye más unidades de actualidad (una media de 10,4) con una notable diferencia respecto al segundo puesto (TVE1) de más de cuatro unidades de media. Hay que precisar que en las cadenas RAI1, RTBF1 y TF1 se produjeron algunas huelgas durante esa semana, por lo que no se incluyeron sumarios en los noticiarios más breves de los días afectados (ello ha sido ponderado en la media de tales cadenas).

La relación entre unidades en sumario y tiempo total del NT dedicado al desarrollo de tales noticias ofrece una coincidencia muy alta en todas la cadenas. Por otro lado, resulta significativo el contraste entre las unidades en sumario que se ofrecen en bloque (agrupándolas por temas de actualidad) o en unidades simples (sin relación entre ellas). El gráfico 2 muestra cómo muchas cadenas (especialmente BBC1, STV-ITV y TF1, pero también TVC-TV3 y RAI1) tienden a organizar totalmente o en gran parte el sumario en forma de bloques de noticias. Ello parece indicar una progresiva atención, ya desde el sumario, a la articulación temática del flujo de noticias de acuerdo con unas pautas y rutinas profesionales.

Partiendo de una clasificación convencional de las secciones (geopolíticas y temáticas) habituales en la información periodística, nos interesa indagar aquí la frecuencia relativa de noticias por sección en cada NT. En nuestra clasificación de secciones, hemos introducido los ámbitos europeos subestatal y supraestatal para poder evaluar la atención informativa a la problemática emergente de dichos ámbitos (singularmente, regiones europeas y Unión Europea).De entrada, tal como se infiere del cuadro 2, aparecen dos secciones especialmente bien tratadas, y son la estatal y la internacional; y otras dos, con un peso también importante al menos por la frecuencia alta y uniforme de noticias en todas las cadenas: deportes y sociedad.

En las demás secciones, lo significativo es la excepción. Así, por ejemplo, resulta altamente sorprendente la ausencia casi absoluta de noticias relativas al ámbito europeo supraestatal. No es causal, por el contrario, que cadenas sin ámbito de cobertura estatal, como TVC-TV3, STV-ITV o RTBF1, presten gran atención a las noticias de su ámbito subestatal de cobertura.

Soporte visual

Por lo que se refiere a los elementos de soporte visual de los NT, el cuadro 3 indica que se da

Fundación Telefónica
Telefónica

una coincidencia general en el uso de la imagen en movimiento como principal recurso visual del discurso informativo. Este elemento del formato narrativo de los NT resulta ser el más utilizado por todos los canales a mucha distancia de otros tipos de recursos visuales. Otra coincidencia significativa es la ausencia general de elementos de la simbología nacional a lo largo del noticiario.
En cuanto al uso del logotipo del noticiario, se observan importantes diferencias entre cadenas: en la BBC1, en RTP1 y en TF1 hay un predominio de este indicativo en las unidades de actualidad hasta el punto que constituye el recurso visual más frecuente en tales cadenas.

Por otra parte, abundan en algunas cadenas las noticias sin recurso visual alguno, salvo la presencia en pantalla del locutor (por este orden, RAI1, TF1 y RTBF1). La telefoto viene siendo utilizada con frecuencia por algunas cadenas (por este orden, ZDF, RAI1 y RTBF1), así como también los mapas, planos y esquemas diversos.

Para el cierre de los noticiarios, no hay fórmulas generalizables en la muestra analizada. El resumen final de las principales noticias del informativo, que suele ser en su caso repetición del sumario, sólo se da en las dos cadenas del Estado español (TVE1 y TVC-TV3) y la británica BBC1.

La cadena flamenca VTM presenta un resumen de cierre destacando sólo dos noticias, mientras que la escocesa STV-ITV ofrece el resumen solamente en lenguaje para sordomudos. La italiana RAI1 incluye resumen algunas veces. Y las demás cadenas carecen de sumarios o resúmenes al final de los respectivos noticiarios.

Duración

El tiempo total por semana que cada cadena de la muestra dedica a la edición del NT de la tarde-noche es bastante similar, aun cuando destacan algunas puntas extremas (el mínimo de 121,7 minutos de ZDF y el máximo de 254,9 de TVC-TV3) (véase gráfico 3). Algo análogo puede afirmarse de la media de tiempo que cada cadena destina al NT en cuestión. Hay que señalar que la larga duración del noticiario de la televisión catalana es debida al hecho puntual de las fuertes nevadas que afectaron a Cataluña, lo que motivó algunos noticiarios de hasta 45 minutos (su duración habitual era de media hora).

Como era lógico prever, no se da una coincidencia exacta entre tiempo total destinado a los NT y número de unidades de actualidad tratadas en ellos. Los gráficos 4 y 5, si se comparan con los anteriores, ponen de manifiesto estas diferencias. Por ejemplo, el noticiario de ZDF es uno de los bajos en minutos, pero incorpora más unidades informativas que otros, como BBC1, con una media de tiempo bastante más alta. Un caso similar se observa para VTM, cuyo noticiario es más breve que el de TVE1 o el de RTP1 y, en cambio, incluye más noticias que los de estas cadenas. Los noticiarios con más unidades son por este orden TVC-TV3 y TF1.

6. CONCLUSION: HACIA UN FORMATO ESTANDAR EUROPEO

El análisis del formato de los noticiarios televisivos de la muestra europea pone de manifiesto una gran coincidencia en sus elementos básicos. El cuadro 4, que resume los datos sobre

Fundación Telefónica
Telefónica

estos elementos de los diez NT examinados, muestra unas tendencias globales y unas excepciones significativas sobre duración total, número de unidades, presencia del sumario inicial, omnipresencia de la figura del locutor-conductor y careta de identificación. Resumamos por partes los resultados.

1) La duración de los NT de la muestra presenta una oscilación entre un máximo de la media de TVC-TV3 de 36,4 minutos y un mínimo de la media de STV-ITV de 17,1 minutos. Estas puntas, sin embargo, no deben ocultar el dato principal: que la duración más común se sitúa entre 22 y 32 minutos. Cabe afirmar pues que el formato temporal de los NT de Europa se aproxima a un período de entre 25-30 minutos, con oscilaciones significativas sea por razones coyunturales (caso de las nevadas en Cataluña, que condiciona la muestra de TVC-TV3), sea por estrategias de programación de alguna cadena (caso de STV-ITV y de ZDF, con medias en torno a los 17 minutos).
2) En cuanto al número de unidades informativas o noticias, las medias aquí se aproximan aún más entre ellas, con la excepción de STV-ITV (9,8 noticias de media, cosa que confirma su carácter eminentemente regional). El número de noticias más usual oscila entre 17 y 22. De todos modos, hay que destacar la tendencia a la reducción de unidades en dos importantes cadenas, BBC1 (12,4 de media) y ZDF (14,8). Los NT con más unidades optan a menudo por una acumulación de breves en los últimos momentos del noticiario. En cualquier caso, parece evidente que se impone un límite al total de unidades por cada NT, el cual se sitúa en torno a las 20 unidades. Es presumible, por otra parte, que algunas cadenas opten por ofrecer menos noticias y tratadas más extensamente.

ALTHEIDE, D. Creating Reality: How TV News Distorts Events. Beverly Hills (CA): Sage, 1976.
ALTHEIDE, D.; SNOW, R. Media Logic. Beverly Hills (CA): Sage, 1979.
ALTHEIDE, D. «The impact of Television News Formats on Social Policy», Journal of Broadcasting & Electronic Media, 35-1, pp. 3-21. 1991.
ALTHEIDE, D. & R.P. SNOW. Media Worlds in the Postjournalism Era. New York: Aldine de Gruyter, 1991.
ANDERSON, J.A.; MEYER, T.P. Mediated Communication: A Social Action Perspective. Newburry Park, etc., Sage, 1988.
EPSTEIN, E. News From Nowhere: Television and the News. Nova York: Random House, 1974.
GANS, H.J. Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nitghtly News, Newsweek and Time. Nova York: Pantheon Books, 1979.
GLASGOW MEDIA GROUP. Bad News. Londres: Routledge and Kegan Paul, 1976.
GLASGOW MEDIA GROUP. More Bad News. Londres: Toutledge and Kegan Paul, 1980.
GRANDI, R. TG, fatti cosí. Anàlisi del formato dei telegiornali. Torí: ERI (RAI-VQPT, 87), 1988.
MANCINI, P. Telegiornali in Italia e negli Stati Uniti d'America. Torí: ERI (RAI-VPT, 47), 1982.

MANCINI, P. Videopolitica. Telegiornali in Italia e in USA. Torí: ERI, 1985.
McQUAIL, D. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona/Buenos Aires: Paidós (2a. ed.), 1991.
ROSITI, F. I modi dell'argomentazione e l'opinione pubblica. Torí: ERI, 1982.
SCHLESINGER, P. Putting «Reality» together: BBC News. Londres: Constable, 1978.
SILVERSTONE, R. The message of Television. Londres: Heinemann, 1981.

Fundación Telefónica
Telefónica

SNOW, R.P. Creating Media Culture. Beverlly Hills, CA: Sage, 1983.
TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Barcelona: Gili, 1983.
WESTIN, A. Newswatch: How TV Decides the News. Nova York: Simon and Schuster, 1982.

WILLIAMS, R. Television, Technology and Cultural Form. Londres: Fontana, 1975.
(1) Este artículo presenta parte de los resultados de una investigación más amplia sobre el papel de la televisión informativa en la constitución de los espacios públicos nacionales de Europa, llevada a cabo en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. El proyecto y la realización de la investigación ha contado con una ayuda inicial del CNRS de París y la financiación de la Fundació La Caixa de Barcelona.

Fundación Telefónica
Telefónica