

QUA-

26

núm. 26
septiembre - diciembre 2006

DERNS

DEL



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

www.cac.cat

El pluralismo informativo
en la televisión

Consejo editorial:

Victòria Camps i Cervera, Dolors Comas d'Argemir i Cendra, Núria Llorach i Boladeras, Rafael Jorba i Castellví, Santiago Ramentol i Massana, Jaume Serrats i Ollé

Editora:

Victòria Camps i Cervera

Director:

Josep Gifreu

Redactor jefe:

Martí Petit

Coordinación general:

Sylvia Montilla

Coordinación de los informes de pluralismo:

Mònica Gasol i Carles López

Analistas: Joana Marquilles, Manuel Moreno, Carmina Puig, Laura Rodas i Isabel Sánchez

Personal de apoyo: Carles Abian, Lluís Bienes, Susana Castro, Gerard Durantes, Cristina Méndez, Ester Pujantell, M. Antònia Ramon, Isabel Teixidor i Núria Zardoya

Asesoramiento lingüístico:

Xavi Lloret

Maquetación:

D6A

Impresión:

Grinver, S. A.

Depósito legal: B-17.999/98

ISSN: 1138-9761

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Presidente: Josep Maria Carbonell

Vicepresidente: Jaume Serrats i Ollé

Consejero secretario: Rafael Jorba i Castellví

Consejeros y consejeras: Victòria Camps i Cervera, Dolors Comas d'Argemir i Cendra, Núria Llorach i Boladeras, Josep Micaló i Aliu, Santiago Ramentol i Massana, Fernando Rodríguez Madero, Domènec Sesmllo i Rius

Secretario general: Jordi Pericàs i Torguet



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Generalitat de Catalunya

Entença, 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
audiovisual@gencat.net
www.cac.cat

Sumario

■ Presentación	2
■ Tema monográfico: El pluralismo informativo en la televisión	
El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro	3
Joan Botella	
Metodología del Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los teletinformativos	9
Carles López	
La supervisión del pluralismo informativo en la radio y la televisión en Europa	17
Anna Estrada	
La agenda temática de los teletinformativos en Cataluña	29
Carmina Puig	
La presencia de los actores políticos en los teletinformativos	43
Laura Rodas	
El pluralismo político durante el ciclo electoral del periodo 2003-2004	55
Carme Ortín	
La presencia de los ámbitos territoriales en los teletinformativos	67
Isabel Sánchez	
La visibilidad de los actores sociales en la información	91
Laura Rodas	
El tratamiento de la variable <i>sexo</i> en los teletinformativos	109
Carmina Puig i Isabel Sánchez	
Los otros pluralismos: perspectivas de futuro sobre el análisis del pluralismo	121
Rafael Jorba	
■ Observatorio	
La revisión sobre el servicio público audiovisual en el Reino Unido: el debate entre la Ofcom y la BBC	125
Martí Petit	
La televisión local en Cataluña: un modelo en profunda transformación	143
Josep Àngel Guimerà	
■ Agenda	
Crítica de libros	153
Revista de libros	157
Revista de revistas	161
Revista de webs	163
Guía para la presentación de artículos	165

Presentación

La preparación de este monográfico de *Quaderns del CAC* por parte de los servicios del Consejo del Audiovisual de Cataluña se enmarca en una línea prioritaria de acción en el campo de los medios de comunicación adoptada por la Unión Europea a raíz de la Conferencia sobre el Audiovisual de Liverpool (2005). Desde aquella ocasión, el Parlamento y la Comisión, a través de la Dirección General de la Sociedad de la Información y los Medios de Comunicación, han impulsado una amplia consulta sobre el pluralismo. Justamente cuando este número se estaba cerrando, la Comisión publicaba el documento de trabajo *Media pluralism in the Member States of the European Union* (17 de enero de 2007, SEC-2007-32). Con este documento, la Comisión se comprometía a avanzar en la definición del pluralismo en los medios, encargaba un estudio sobre indicadores del pluralismo y anunciaba para el 2008 una iniciativa en forma de comunicación de la Comisión sobre esta problemática.

Una de las aportaciones que introduce el documento de la Comisión Europea es una importante distinción entre pluralismo externo (relativo a la propiedad de los medios) y pluralismo interno (relativo a los contenidos). El CAC ha ejercido funciones de tutela del pluralismo interno en relación con las emisoras de radio y televisión de su competencia desde 2001, año en que elevó al Parlamento de Cataluña el *Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña*. Este documento afrontó la indefinición legal sobre pluralismo con unas propuestas conceptuales y metodológicas que han permitido al CAC, en línea con lo que ha hecho el francés CSA, elaborar y publicar los informes mensuales sobre pluralismo en Cataluña hasta la actualidad. El CAC ha entendido el pluralismo interno en un sentido amplio: en sentido político, pero también social, religioso, cultural, territorial, de género, etc.

El objetivo de este monográfico sobre “Pluralismo informativo en la televisión” es presentar un primer balance de tres años de seguimiento del pluralismo interno en este medio a partir de los informes mensuales del CAC. Los datos corresponden a 2003, 2004 y 2005 (con la excepción de julio y agosto de 2003). Los canales examinados son TV3, TVE en Cataluña, BTV, Citytv y Localia, y la muestra de programas comprende dos tipologías: los teleinformativos y los otros espacios informativos (espacios de debate, tertulias y entrevistas).

El monográfico se abre con tres artículos que enmarcan el contexto y la metodología del estudio: “El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro”, de Joan Botella; “Metodología del Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los teleinformativos”, de Carles López; y “La supervisión del pluralismo informativo en la radio y la televisión en Europa”, de Anna Estrada. A continuación, siguen los artículos sobre cada uno de los ámbitos del pluralismo interno examinados: “La agenda temática de los teleinformativos en Cataluña”, de Carmina Puig; “La presencia de los actores políticos en los teleinformativos”, de Laura Rodas; “El pluralismo político durante el ciclo electoral del periodo 2003-2004”, de Carme Ortín; “La presencia de los ámbitos territoriales en los teleinformativos”, de Isabel Sánchez; “La visibilidad de los actores sociales en la información”, de Laura Rodas; y “El tratamiento de la variable sexo en los teleinformativos”, de Carmina Puig e Isabel Sánchez. Cierra el monográfico el artículo “Los otros pluralismos: perspectivas de futuro sobre el análisis del pluralismo”, de Rafael Jorba. La elaboración de este monográfico sobre pluralismo, pionero sin duda en su ámbito, ha sido posible gracias a la tarea paciente y competente de los analistas y del personal de apoyo del CAC, bajo la coordinación de Mònica Gasol y Carles López. Finalmente, el número presente incluye en la sección Observatorio el artículo de Martí Petit relativo a “La revisión sobre el servicio público audiovisual en el Reino Unido: el debate entre la Ofcom y la BBC” y el de Josep Àngel Guimerà sobre “La televisión local en Cataluña: un modelo en profunda transformación”.

Josep Gifreu
Director

El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro

Joan Botella

- *La aparición de entidades independientes reguladoras del audiovisual responde a la necesidad de garantizar una competencia equilibrada ante la multiplicidad de operadores y para proteger los derechos de las personas usuarias, mientras que, en otros países, nacen para controlar los medios públicos y asegurar que todos los medios contribuyen a una pedagogía democrática. En el artículo se da un repaso a la tarea desarrollada por el Consejo del Audiovisual de Cataluña, en relación con la observancia del pluralismo y concluye con un análisis de los tres retos principales de los reguladores en el futuro: las carencias del marco normativo actual sobre el audiovisual, la transformación del mapa televisivo con la incorporación de nuevas tecnologías digitales (TDT, IPTV, etc.) y el contenido de la intervención reguladora.*

Palabras clave

Pluralismo, regulación, autoridades reguladoras del audiovisual, CAC, televisión, radio

Introducción

La creación y puesta en marcha de organismos independientes de regulación del audiovisual ha respondido a dos lógicas diferentes. Por un lado, en un cierto número de países (digamos anglo-escandinavos, por resumirlo rápidamente), el regulador independiente era una necesidad vinculada a la pluralidad de operadores, a la necesidad de garantizar el equilibrio de fuerzas en el juego competitivo, y a la necesidad de proteger al consumidor-espectador. En este marco, el regulador se acerca a otras instituciones del ámbito regulador, y su acción no es esencialmente diferente a la actividad de los reguladores de las telecomunicaciones, de la energía o del mercado de valores.

En otros países, la puesta en marcha de autoridades reguladoras independientes (en adelante, ARI) ha correspondido a otra lógica, esencialmente democrática: saliendo de etapas de monopolio estatal en el audiovisual, era necesario al mismo tiempo someter a control a los medios de comunicación de titularidad pública y asegurar la contribución de todos los medios (públicos o privados) a una pedagogía democrática de la ciudadanía. En este contexto, que es el nuestro, no está de más subdistinguir dos grandes ámbitos: el de las democracias difíciles de la Europa del sur (comenzando por el caso francés, seguido después por Italia, Bélgica, Portugal, Grecia...) y el de las nuevas democracias nacidas en la Europa central y oriental después de la caída del mundo soviético.

Estas dos grandes versiones, o percepciones, del papel que deben cumplir las ARI explican buena parte de las diferencias entre los organismos de los diferentes países, desde el modo de nombramiento de sus miembros hasta la articulación territorial, pasando por el grado de intervención sobre los contenidos emitidos o sus papeles en la concesión y supervisión de los títulos habilitadores.

Joan Botella

Ex consejero del CAC y presidente de la Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA)

Los compromisos adoptados por el CAC

Cuando en 1999 se puso en marcha (por medio de un notable debate parlamentario, el primero de la legislatura) un proyecto de reforma general del sector audiovisual en Cataluña, aquella distinción estaba presente, aunque fuese de una manera implícita. Se importó de la experiencia francesa (el CSA francés era en aquel momento la ARI más conocida y estudiada por los especialistas y los legisladores catalanes) la distinción entre dos caras del pluralismo: el denominado *pluralismo interno* y el *pluralismo externo*. Simplificando radicalmente, se puede decir que el *pluralismo interno* hacía referencia a los contenidos de la programación emitida por los operadores audiovisuales, mientras que el *pluralismo externo* se refería a la adquisición y el ejercicio de la propia condición de operador. En otras palabras: el pluralismo interno tiene que ver con *qué se dice*, mientras que el pluralismo externo tiene que ver con *quién puede hablar*.

El CAC recibió en un primer momento funciones esencialmente vinculadas a la garantía del pluralismo interno (quedaban excluidos los procesos concesionales en manos del Gobierno). Se trataba de un pluralismo interno, entendido además en un sentido amplio: en los términos de la propia ley, pluralismo político, religioso, cultural... ¿Cuáles eran los problemas que, en este terreno, se producían en los medios catalanes a finales del año 2000?

Como puso de relieve el debate parlamentario de diciembre de 1999, estaba generalizada la percepción de que la dependencia gubernamental de la CCRTV se hacía notar significativamente en la programación de los medios públicos, especialmente —aunque no únicamente— en los programas informativos, y que dejaba las fuerzas de la oposición en un papel muy reducido.

Un segundo elemento era la consolidación en el ámbito local catalán de medios de titularidad municipal o supramunicipal, lo que generaba una situación perversa en que el panorama de los medios reflejaba los diversos niveles territoriales de la estructura política y administrativa: así, cada estrato del sistema institucional disponía de medios propios.

Y un tercer elemento sometido a discusión era el papel desempeñado por los medios públicos (y, de manera muy destacada, de nuevo, la CCRTV) en el proceso de reconstrucción nacional. Desde los usos lingüísticos de TV3 hasta

los ámbitos territoriales considerados en sus servicios meteorológicos, pasando por los registros idiomáticos utilizados por los locutores y presentadores, se cuestionaba el papel activista de los medios de la Corporación en el terreno de la catalanización.

La confluencia entre esta problemática y la noción de pluralismo interno condujo (como es patente en el informe elaborado por el Consejo en el año 2001, por encargo del Parlamento, sobre el pluralismo en los medios informativos de Cataluña) a adoptar una hipótesis que puede ser objeto de controversia. El Consejo entendía que la noción de pluralismo suponía concebir los medios audiovisuales (y muy en primer término, la televisión), como habría querido Stendhal, como un espejo en el que la sociedad debía reconocerse, con las menores deformaciones posibles. Eso significaba asegurar en los contenidos de la programación (informativa en primer término, pero no exclusivamente) la presencia de todos los ámbitos de la realidad, en una dimensión aproximadamente equivalente a su peso en la vida social.

Para poner un ejemplo simple: ¿cuáles son los ámbitos territoriales que integran la realidad catalana? En el mundo de los informativos, ¿qué es aquello que hace presente en la pantalla el espacio territorial barcelonés, las Tierras del Ebro o el Alto Pirineo?

Con la misma lógica, pero con implicaciones menos simples, la presencia de las diversas fuerzas y voces políticas en las pantallas debía ser proporcionada a su peso en la realidad política e institucional catalana; y eso quiere decir, con más o menos exactitud, los votos obtenidos en las últimas elecciones.

Se fomenta la idea, pues, de pluralismo como proporcionalidad, como mecanismo que garantiza el equilibrio, la semejanza, entre el panorama descrito en los medios y la realidad social existente. Esta noción, y algunas de las prácticas que se derivan de ella (como veremos), entronca directamente con la tradición del CSA francés, que hace pública de manera mensual la distribución del tiempo de palabra entre las diversas fuerzas políticas en todos los canales de televisión, o que hace un llamamiento a las cadenas de televisión públicas y privadas para diversificar las identidades étnicas de los presentadores, de tal manera que todos los franceses (sea cual sea el color de su piel) se vean reflejados en ellos.

Es necesario observar cómo, al mismo tiempo, se extendía en varios países europeos otra lógica: la presencia en los medios de todas las voces y de todas las ideas, basada en el interés objetivo de sus aportaciones, el interés medido y determinado por los profesionales de la información. La adopción en Italia de la llamada *paris conditio*, es decir, situación paritaria, conducía a determinar que en los debates políticos, tan frecuentes en las televisiones italianas, la presencia de cada fuerza política se definiese en pie de igualdad, y no reflejando proporcionalmente su peso electoral. Lógicas similares se pusieron en marcha en Holanda o en los países escandinavos o, sin llegar tan lejos, en la BBC británica, donde se estableció que la presencia de las diversas fuerzas políticas debería hacerse, no sobre la base de los resultados porcentuales exactos, sino en tres "rebanadas", correspondientes, respectivamente, a los partidos más grandes, a los partidos medios con representación parlamentaria y a los partidos locales.

De la metodología adoptada por el CAC, y explicitada en el informe elevado al Parlamento en 2001, se derivó la práctica de la publicación mensual de informes correspondientes a trimestres acumulados, donde se vaciaban exhaustivamente los contenidos de los programas informativos dedicados a Cataluña de las diversas cadenas de televisión (desde TV3 hasta las desconexiones catalanas —¡cuando existían dichas desconexiones!— de los operadores de ámbito general español); posteriormente, se incorporaron los programas de tertulia, debates y entrevistas. También se adoptó una medida similar para la programación radiofónica.

Es preciso observar que el CAC no podía hacer nada más que eso, dado que la legislación no definía qué había que entender por *pluralismo* (aunque se interpretó que la acogida por parte del legislador del informe de 2001, proponiendo la hipótesis *proporcionalista*, era una cobertura suficiente) y, sobre todo, porque no se establecía ninguna sanción para los infractores de esta obligación. En este caso, sólo se podían publicar los resultados y esperar que eso generase una cierta presión ambiental sobre aquellos medios que se alejasen más marcadamente de las pautas globales sugeridas. En este sentido, se confiaba en el impacto que pudiese tener la autoridad moral del Consejo (esperando que *moral* quisiese decir en este contexto un poco más de lo que futbolísticamente llamamos *victoria moral*...).

Había tres grandes dimensiones que quedaban mal recogidas en esta aproximación:

1. La convivencia entre medios de alcance catalán y medios de alcance general español. Obviamente, el Consejo sólo podía tener atribuciones sobre los primeros; pero la ausencia de una autoridad reguladora a escala española daba lugar a una situación de asimetría negativa para los operadores catalanes, que cada mes podían verse más o menos expuestos a críticas, mientras que los operadores de ámbito general evitaban esta situación. Así, por ejemplo, la deriva de los contenidos de TVE en los últimos años del Gobierno Aznar no eran objeto de análisis objetivado (otra cosa era la crítica política de los partidos), mientras que los informativos de TVC eran sometidos a una observación minuciosa. Ahora bien, eso podía significar dejar de lado el hecho de que en condiciones normales, a pesar de que TVC es el operador más seguido en Cataluña y el más valorado por los espectadores, más de la mitad de los catalanes siguen los informativos emitidos por cadenas no catalanas.
2. La existencia de un frondoso paisaje comunicativo local en Cataluña. Se ha podido identificar más de un centenar de televisiones locales (con un reparto equitativo entre públicas y comerciales) y cerca de 400 emisoras de radio, en todas las situaciones imaginables; la mera distinción entre radios públicas y privadas no sirve de mucho cuando hay cadenas de todo tipo, emisoras aparentemente comunitarias emitiendo desde dependencias municipales, emisoras públicas gestionadas por operadores privados, etc. Obviamente, seguir con exhaustividad las programaciones del mundo local era y es imposible. Había que abrir aquí un canal de recepción de denuncias o quejas sobre las líneas editoriales seguidas por determinados medios locales que el CAC podría analizar y, de hecho, intentar llegar a un arbitraje.
3. La no distinción entre medios de titularidad pública y de titularidad privada en el ámbito televisivo. Eso hace que, aún hoy, las obligaciones de unos y otros en cuanto a los contenidos de las respectivas programaciones sean idénticas. Así, está tan obligada a seguir el principio de pluralismo una televisión pública como una privada, una local como una de alcance general e, incluso, un canal

generalista y un canal especializado. Las previsiones constitucionales y, posteriormente, la Ley Orgánica Reguladora de Radio y Televisión Española (que, como su nombre indica, es de aplicación a todas las televisiones que operan en España) corresponden a un sistema anterior, donde no había televisiones de titularidad privada, ni autonómicas, ni locales. Esta identidad de regímenes jurídicos entre medios públicos y privados, a pesar de que se encuentran en situaciones completamente diversas, ha generado un ruido de fondo permanente que ha llegado hasta hoy, aceptándose, por razones intuitivas, que no es sensato atribuir a unos y otros el mismo volumen de obligaciones, pero donde no existe ningún consenso sobre cuáles son las obligaciones propias de los operadores públicos y de las cuales, por lo tanto, se podrían liberar los privados.

Inicio de balance

Después de un periodo ya relativamente largo de experiencia en el seguimiento de las programaciones de los medios de Cataluña (como presenta este número de *Quaderns*), ¿qué balance hay que hacer, sobre todo, del rendimiento?

El lector que tuviese la posibilidad de examinar sucesivamente los diversos informes publicados desde 2001 hasta ahora observaría, en primer lugar, que los excesos que se habían podido observar en medios catalanes o locales, en cuanto a la presencia excesiva de las autoridades políticas en la programación en contraste con la subestimación de los partidos y los personajes de la oposición, se han ido reduciendo. Se pone de manifiesto que, especialmente en el ámbito de los medios locales, la oposición ha ido adquiriendo mayor presencia y visibilidad. ¿Se puede atribuir esta evolución a la actividad del CAC? Pienso que, en buena parte, la respuesta debe ser indudablemente afirmativa: el hecho de que mensualmente se publicase, de forma comparable, la anatomía de las diversas programaciones, conducía a acercarse al promedio, a reducir aquellas prácticas más alejadas de lo considerado aceptable.

Ahora bien, ¿es una metodología adecuada para cualquier estudio sobre los contenidos de los programas informativos? Probablemente no. La construcción de

estructuras de percepción, los intentos de manipulación o la calidad de la información proporcionada no pueden medirse con minutos o segundos de tiempo de pantalla, o sobre porcentajes de presencia de unos y otros actores. Pero eso no es una crítica a la metodología utilizada por el CAC: si acaso, es una invitación a los que proponen otros terrenos de intervención a elaborar y proponer metodologías y estrategias de análisis alternativas o complementarias. La vieja reivindicación, por ejemplo, sobre la necesidad de incorporar elementos cualitativos a los informes mensuales del CAC, no sólo *desprende un desagradable olor a letras*, sino que, además, choca con la evidencia de que el CSA (que tiene una tarea más fácil que el CAC: pocos operadores y todos de escala nacional francesa) no hace otra cosa, en el terreno del pluralismo, que publicar cifras; y alguna razón debe haber.

Finalmente, en el terreno de la realidad, ¿la acción del CAC ha contribuido a reducir o evitar abusos o infracciones del principio de pluralismo? En cuanto a TVC, tanto los análisis realizados de la propia programación como la percepción ciudadana que se tiene de ella muestran que no hay una situación visible de infracciones del principio de pluralismo. Es cierto se ha producido una evolución, y es cierto que en determinados ámbitos (como el religioso o el lingüístico) hay una percepción más polémica, pero, en general, tanto los indicadores del CAC como la percepción de los espectadores (medida en la encuesta que el CAC realiza anualmente) muestran un conjunto de prácticas perfectamente respetables.

En el ámbito de la comunicación local, la situación debe de ser diferente. Probablemente, los grandes medios locales, más vinculados al área barcelonesa, han ido asumiendo pautas de profesionalidad más sensibles a las exigencias del pluralismo y de unos contenidos más respetuosos hacia las minorías políticas. Pero probablemente es cierto que si pasamos a ámbitos territoriales más pequeños, donde pueden darse situaciones más duras, la realidad es menos satisfactoria. Las insuficiencias económicas de algunos medios (normales en una situación de exceso de oferta) los sitúan en una posición vulnerable, donde pueden verse sometidos fácilmente a exigencias o presiones indeseables. Algunos casos que han llegado al Consejo sugieren que eso es una realidad de dimensiones y alcance difíciles de conjeturar.

Hacia el futuro: un escenario complejo

¿Cuáles son las líneas de desarrollo que se abren a partir de aquí? No me propongo especular sobre las tendencias evolutivas de los medios, sino repasar los elementos que, ya presentes en nuestra realidad o de inminente aparición, obligarán a repensar la estrategia seguida por el Consejo.

Sin duda, las insuficiencias del marco normativo existente son el primer factor a tener en cuenta. Ciertamente, la aprobación de la Ley de la Comunicación Audiovisual de Cataluña (diciembre de 2005) es un elemento de ordenación de primer orden, pero se encuentra aún en una fase precaria; sigue pendiente el recurso presentado ante el Tribunal Constitucional y, sobre todo, no se ha modificado el marco normativo de la legislación orgánica existente. La anunciada ley general española del audiovisual ha desaparecido de la agenda política y me temo que por tiempo (al menos, mientras las relaciones entre el Gobierno y la oposición sean como las de ahora). Por lo tanto, es previsible que sigamos en una situación de indistinción entre operadores públicos y privados, en una situación de indefinición legal de qué significa *pluralismo* o en una situación de amplísima oferta audiovisual en condiciones legales, a menudo, precarias.

Obviamente, eso se extiende también a la posibilidad de la creación de un Consejo Español de los Medios Audiovisuales, o con una denominación similar, que cubriese el vacío existente de manera excepcional en España. Tampoco se ve con facilidad que se resuelva esta cuestión: el Gobierno español ha conseguido (diciembre de 2006) que desaparezca del Proyecto de Directiva de Revisión de la ya vieja Directiva Europea de Televisión sin Fronteras el artículo que establecía la obligatoriedad de la creación de organismos de regulación independiente en cada Estado.

El segundo gran reto estará constituido por la digitalización en el ámbito televisivo, que puede comportar un crecimiento vertiginoso de la oferta. Cuando la CCRTV ofrezca 8 programas simultáneos, habrá que ver si es posible (y razonable) plantearse lógicas de seguimiento exhaustivo. La aparición de la TDT a escala local puede tener una consecuencia semejante: a pesar de que, pintorescamente, la digitalización representará en Cataluña una reducción de la oferta, el hecho de que los operadores locales salgan de la situación de ilegalidad en que se

encontraban representará la necesidad de asumir unas obligaciones, en cuanto a los contenidos, de las que habrá que verificar su cumplimiento.

Y eso no es todo: la previsible extensión de la IPTV o incluso de la difusión por web (como ya hace, por ejemplo, Vilaweb) representará aún añadir un cero al número de operadores actuando en Cataluña. ¿Cómo abordarlo desde el punto de vista del regulador? Esta pregunta no tiene, hoy, respuesta: es la que están planteándose todos los reguladores europeos, sin que nadie esté encontrando las respuestas adecuadas. Anoto solamente (porque eso sería materia para un número monográfico) que la cooperación entre reguladores de diferentes países está apareciendo como la vía razonable para atender, como mínimo en parte, esta problemática.

El tercer gran reto tiene que ver con el contenido de la intervención reguladora. Parece claro que había problemas en torno al grado de pluralismo efectivo en los medios. Estos problemas se daban con intensidad variable entre unos medios y otros; y se ha entrado en una vía clara de mejora. Ahora bien, ¿eso es todo? Si nos interesa ver el impacto de los medios audiovisuales sobre la sociedad, impacto político en primer término, pero también impacto cultural (difusión o restricción de prejuicios, promoción de ciertos valores, etc.), ¿cómo se puede medir en este contexto?, y ¿cómo puede la acción del regulador contribuir a materializar los objetivos definidos por el legislador? La preocupación creciente del CAC, más allá del pluralismo, por la calidad de la información puesta al alcance de los ciudadanos, o el eco de la polémica en torno a los bloques electorales, o la alarma social generada por los contenidos difundidos a través de la cadena radiofónica COPE, muestran que garantizar la pluralidad de las presencias en la programación es un requisito necesario, pero no suficiente: asegurar la contribución de los medios audiovisuales a una política decente dentro de una sociedad democrática sigue siendo un reto, que seguirá requiriendo la actividad de los reguladores independientes.

Metodología del Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los teletinformativos

Carles López

- *En la elaboración de los informes sobre pluralismo del Consejo del Audiovisual de Cataluña se sigue una metodología cuidadosa y depurada a lo largo de sus años de existencia. En el texto se dibujan las bases teórica y normativa que caracterizan estos estudios periódicos y se describen los conceptos básicos, los ítems de análisis y la tipología de programas que constituyen su muestra. Finalmente, el autor pone sobre la mesa el debate sobre la idoneidad de los estudios cuantitativos y cualitativos.*

Palabras clave

Pluralismo, teletinformativos, regulación, televisión, radio, metodología

Los orígenes de los informes de pluralismo

La Resolución del Parlamento de Cataluña 341/VI, de 23 de noviembre de 2000, es el origen legal de los estudios de pluralismo del CAC. Esta resolución dice, literalmente:

"El Parlamento de Cataluña, de acuerdo con la Ley 2/2000, de 4 de mayo, insta al Consejo del Audiovisual de Cataluña a elaborar un informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y de televisión de Cataluña y a presentarlo en este Parlamento en el transcurso del primer trimestre de 2001."

Así pues, el legislador catalán pedía un análisis del pluralismo informativo de los medios públicos. El primer paso, a partir de este encargo, fue, evidentemente, buscar una definición del concepto. El informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, aprobado por el Pleno del Consejo el 14 de junio de 2001, cumplió con esta misión.

El documento da un repaso interesante a los diferentes conceptos implicados en el encargo y desmenuza tanto el primer término, *pluralismo*, como el segundo, *informativo*.

De manera resumida, el documento parte de dos presupuestos para enunciar una hipótesis inicial. Los dos presupuestos serían que el encargo se refiere al pluralismo interno ("relativos al contenido de las informaciones emitidas")¹ por oposición al pluralismo externo ("existencia de una pluralidad en la oferta de los operadores audiovisuales")² y que *informativo* "se aplica no sólo a los programas

Carles López

Jefe del Servicio de Análisis de Contenidos del CAC

1 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, p. 5.

2 Ibidem

declaradamente informativos que se emiten, sino al contenido informativo que los medios públicos transmiten en la totalidad de su programación"³. A partir de aquí se enuncia la hipótesis inicial en forma de definición de pluralismo informativo:

"El pluralismo informativo consiste en la capacidad de los medios de comunicación de representar un reflejo fiel de la sociedad catalana, en todos los ámbitos que la integran."

Además, el texto aprobado por el Pleno del Consejo afirmaba la necesidad de introducir el análisis de los medios privados:

*"En todo caso, y avanzándonos a las conclusiones presentadas, creemos que cualquier propuesta general de ordenación y regulación del pluralismo en los medios informativos debe incluir, también, previsiones en relación con los medios de titularidad privada."*⁴

Las conclusiones ratificaron esta posición, de manera que los informes de pluralismo elaborados a partir de este momento siempre han incluido el análisis de medios privados.

El informe acompañaba la reflexión teórica de una tarea prolija de análisis de la realidad social (una encuesta de percepción del pluralismo en los medios realizada por el instituto Opina,⁵ entrevistas hechas a 41 expertos y profesionales del sector de la comunicación y un cuestionario respondido por 34 entidades y grupos sociales), y un estudio empírico de análisis de contenido de las emisiones de 10 medios (más de 400 horas de emisión de teleinformativos y de espacios informativos no diarios). Y será

a partir de este contraste con la realidad que el documento propondrá una serie de definiciones de pluralismo.

Una lectura atenta del documento muestra un cierto deslizamiento entre los presupuestos de partida y las definiciones que finalmente se da de pluralismo. En efecto, a pesar de salir desde unas posiciones que se acercarían a la teoría política liberal (en el sentido más europeo del término), finalmente se llega a posiciones de conciliación entre esta doctrina y otras más próximas a la teoría de la justicia de Rawls. Eso se reflejaría, aplicada al tema que nos ocupa, en una concepción de pluralismo vinculada a dar voz a *todos* los actores políticos y sociales, sin correspondencia lineal con su capacidad de influencia mediática o con su presencia electoral o institucional.

Una concepción que, por otra parte, ya se puede encontrar en los inicios del informe cuando se habla de los medios como un espejo, pero también como "un faro, una guía, una plataforma desde la cual se proyectan imágenes, deseos, formas de vida o de pensar [...]". Mientras la función del espejo quiere aproximar los contenidos informativos a la realidad preexistente, la función del faro más bien mira hacia el futuro: dibuja posibles líneas-fuerza de desarrollo de la vida colectiva."⁶

Esta afirmación entronca con los estudios sobre los efectos cognitivos de los medios de comunicación, cuando consideran que la comunicación condiciona la percepción que los individuos tienen de su entorno social e incide en ella: el establecimiento de agenda (*agenda setting*) como efecto de estructuración de la opinión pública.

Pero esta visión toma carta de naturaleza en la parte final del documento:

"La defensa y la promoción del pluralismo, entendidas como la práctica encaminada a dar voz y presencia a la

3 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, p. 5 y siguientes.

4 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, p. 8.

5 Encuesta telefónica realizada los días 16 y 17 de febrero de 2001 a 1.600 personas mayores de 16 años, con un margen de error del 2,45% y un nivel de confianza del 95% (para p=q=50%).

6 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, p. 7.

*totalidad de las formas de expresión existentes en la sociedad, requiere poner en marcha una variedad de recursos e instrumentos, dirigidos a diferentes colectivos y estamentos.”*⁷

Finalmente, el documento propone, como ejecución primaria del concepto, los recursos siguientes:

“a. El aseguramiento de la presencia, en los programas informativos diarios, de las diversas fuerzas políticas, mediante informaciones objetivas e imparciales sobre todas ellas de duración proporcionada (lo cual no quiere decir estrictamente proporcional) a la respectiva implantación electoral e institucional en el ámbito territorial correspondiente al medio en cuestión. A pesar de que se puede considerar una propuesta tendente a reproducir el estado de las cosas, se trata de un criterio claro y objetivable.

b. La garantía del derecho de acceso de los grupos sociales más relevantes. [...] El tiempo de intervención se atribuiría a determinados grupos sociales, en función de su implantación social, representatividad, etc., y atendiendo también a consideraciones de actualidad.

c. La presencia de la diversidad de fuerzas políticas y colectivos sociales relevantes en los programas informativos no diarios (debates, etc.) como medio para contribuir a la formación de la opinión pública. [...]

d. [...] la presentación a la opinión pública de una iniciativa significativa en términos de política nacional (o local si se trata de los medios municipales), parte esencial de la acción política de gobierno, debe ir inmediatamente seguida de la posibilidad de formulación de propuestas alternativas por parte de las diversas fuerzas políticas. Se trata del denominado 'derecho de réplica política' ante declaraciones significativas e

*iniciativas importantes por parte de los gobiernos. [...] sin duda es una manifestación significativa de los principios de pluralismo político en lo que concierne a la actividad informativa.”*⁸

Y es a partir de estos elementos que se construirá todo el edificio conceptual y metodológico que ha estado en la base de cuatro años de seguimiento del pluralismo.

La metodología de los informes

En el informe se incluía, como anexo, el estudio piloto sobre el pluralismo en la información de la radio y la televisión, uno de cuyos objetivos era sentar las bases a partir de las cuales hay que sistematizar la observancia del pluralismo en los medios audiovisuales (en cumplimiento de lo que establece el apartado d) del artículo 10 de la Ley 2/2000).

Así, para obtener datos objetivos sobre la observancia del pluralismo, se diseñó un método de estudio basado en las técnicas del análisis de contenido, “una técnica de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades de un texto”⁹. A propósito de la objetividad, es necesario tener en cuenta que el análisis de contenido no permite sino la consideración de lo que está presente en el texto de manera manifiesta, sin que exista lugar para la interpretación ni la inferencia.

La elección de una técnica u otra, y de unas herramientas de análisis concretas, no es un hecho circunstancial ni casual. Bien al contrario, constituye la primera piedra de un edificio metodológico orientado, siempre, a dar respuesta a las cuestiones de investigación planteadas. En el caso de los informes de pluralismo podríamos simplificar diciendo que la pregunta era quién, qué y cuánto sale en la televisión y en la radio. La pregunta estaba formulada en términos ideológicos; la respuesta tenía que estar en términos

7 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, p. 77.

8 Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña, pp. 78 y 79.

9 MAYNTZ, R.; HOLM, K; HÜBNER, P. *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Madrid: Editorial Alianza Universidad, 1975, p.198.

científicos, definiendo una construcción metodológica. En nuestro caso se trataba de cuantificar en tiempo y/o en frecuencias las apariciones de temas (pluralismo temático), pueblos, ciudades y países (pluralismo territorial), actores sociales de la información (pluralismo social y religioso) y actores políticos (pluralismo político).

Los conceptos básicos

Una de las virtudes del diseño metodológico de los informes de pluralismo es su sencillez conceptual. Básicamente, el análisis se reduce a tres únicos conceptos (el tiempo de noticia, el tiempo de palabra y la frecuencia de apariciones) que ahora definimos.

Entendemos por **tiempo de noticia** el tiempo resultante de la suma total de la duración de las noticias referidas a un tema o un lugar geográfico concreto, es decir, el tiempo que un emisor dedica a informar sobre un ítem determinado.

El **tiempo de palabra** es el tiempo resultante de la suma total de la duración de las secuencias en que un actor interviene, como sujeto, realizando un *insert* (inserción de imágenes y voz de un actor político o no político, sin que intervenga en él ningún tipo de locución por parte del medio). Por lo tanto, este tiempo mide la presencia directa de los actores, con su voz y su imagen, en el espacio mediático.

La **frecuencia de apariciones**, es el número de veces que aparece un actor, político o no político, en los espacios de tertulias, las entrevistas y los debates.

El estudio piloto de pluralismo incluyó un cuarto concepto, el tiempo de pantalla, que se definía como el tiempo resultante de la suma total de la duración de las secuencias en que interviene o aparece un determinado actor. En cuanto a este concepto, se distinguía entre dos posibles modalidades: el tiempo de pantalla activo (suma de la duración de las secuencias en que un actor determinado interviene como sujeto, es decir, desarrollando un papel activo) y el tiempo de pantalla pasivo (suma de la duración de las secuencias en que un determinado actor aparece como objeto, es decir, desarrollando un papel pasivo).

Un estudio comparativo entre los datos de tiempo de noticia, de pantalla y de palabra demostró que este concepto no aportaba una información extra sobre la observancia del

pluralismo en las emisiones televisivas que justificase el enorme incremento de trabajo que suponía (un 50% extra de carga de trabajo). Es por ello que nunca se utilizó en los estudios sistemáticos de pluralismo.

Los ítems de análisis

A partir de estos tres conceptos troncales, los informes de pluralismo introducen otros ítems de análisis: descriptor geográfico, descriptor temático, actor político, actor no político, agrupación de actores y sexo del actor.

Los actores

Entendemos por **actor** un personaje que aparece en el medio audiovisual como representante de un grupo de interés, una asociación o una organización, un partido político o una institución.

Los actores, a su vez, forman las **agrupaciones de actores**, grandes categorías que permiten la ubicación, en su seno, de varios actores que se ajustan a sus criterios definidores. De esta manera, los actores, además de individualmente, aparecen en grupos y nos permiten conocer datos referentes a las diversas agrupaciones que se han establecido. Se han definido dos tipos de agrupaciones de actores, las de actores políticos (institucionales y de partido) y las de actores no políticos (véanse los cuadros 1 y 2).

Para entender la adscripción de un actor a una agrupación se creó el concepto *posición del actor*, que se define como el papel público que cada actor desempeña en la pieza informativa objeto de análisis. Así, un mismo actor puede adoptar diferentes roles de manera simultánea en su vida pública: como miembro de un partido político, como miembro de un gobierno, como diputado de una coalición, por ejemplo. En cada noticia recibirá una adscripción determinada.

En cuanto a las agrupaciones políticas de partido, cualquier partido o coalición constituye, también, una agrupación propia. Las reglas de adscripción son las siguientes:

1. Los actores políticos que han obtenido su condición mediante elecciones se adscriben a la agrupación de la

Cuadro 1. Agrupación de actores políticos institucionales

Gobierno de Cataluña	Actores que pertenecen al Gobierno de la Generalitat de Cataluña, entendiendo como tales los órganos superiores y altos cargos.
Administración de la Generalitat de Cataluña	Actores de la estructura administrativa de la Generalitat de Cataluña, entendiendo como tales todos los puestos inferiores a la categoría de alto cargo.
Parlamento de Cataluña	Actores que representan al Parlamento de Cataluña (Presidencia y Mesa).
Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	Actores que forman parte del equipo de gobierno municipal y cargos de mando hasta la gerencia o equivalente.
Oposición del Ayuntamiento de Barcelona	Actores que pertenecen a grupos políticos no incluidos en el equipo de gobierno municipal de Barcelona.
Administración del Ayuntamiento de Barcelona	Actores de la estructura administrativa del Ayuntamiento de Barcelona, entendiendo como tales los puestos inferiores a la gerencia o equivalente.
Gobierno de las administraciones locales catalanas	Actores que pertenecen al gobierno de los ayuntamientos catalanes (excepto Barcelona), consejos comarcales y diputaciones de Cataluña.
Oposición de las administraciones locales catalanas	Actores que pertenecen a grupos políticos no incluidos en los gobiernos de los ayuntamientos catalanes (excepto Barcelona), consejos comarcales y diputaciones de Cataluña.
Administración local catalana	Actores que representan a la estructura administrativa de las diferentes administraciones locales catalanas (excepto el Ayuntamiento de Barcelona).
Otras instituciones	Actores de las entidades autónomas que emanan del Parlamento de Cataluña, como por ejemplo la Sindicatura de Cuentas, la Sindicatura de Agravios o el Consejo del Audiovisual de Cataluña.
Otras instituciones del Estado	Actores de las entidades autónomas que emanan de las Cortes Generales, como por ejemplo el Defensor del Pueblo o el Tribunal de Cuentas.
Otras entidades públicas	Actores que representan a instituciones públicas formadas por administraciones de carácter diverso (local, autonómica, estatal) y las instituciones con participación conjunta del sector público y privado.
Corona	Miembros de la Casa Real.
Cortes Generales	Actores que representan a las Cortes Generales (Presidencia y Mesa).
Gobierno del Estado	Actores que pertenecen al Gobierno del Estado español, entendiendo como tales todos los órganos superiores y los órganos directivos con condición de alto cargo.
Administración del Estado español	Actores que representan a la estructura administrativa del Estado, entendiendo como tales todos los puestos inferiores a la categoría de alto cargo.
Administración autonómica no catalana	Actores que pertenecen al gobierno y a la administración de las diversas comunidades autónomas que conforman el Estado español (excepto Cataluña).
Administración local no catalana	Actores que pertenecen a los gobiernos y a las diversas administraciones municipales del Estado español (excepto Cataluña).
Administración de justicia	Actores de los órganos del sistema judicial del Estado español.
Organismos de la Unión Europea	Actores que representan a las instituciones que conforman la estructura de la Unión Europea.

Fuente: elaboración propia

coalición, independientemente de su adscripción concreta a un partido u otro. Así, por ejemplo, los diputados del Parlamento de Cataluña elegidos en las listas de Convergència i Unió (CiU) se incluirán en esta agrupación a pesar de pertenecer, individualmente, a Convergència Democràtica de Catalunya o a Unió Democràtica de Catalunya. Cuando la actuación se entiende inscrita en el marco de uno de los partidos de la coalición, se hará constar el partido (UDC o CDC).

2. Se establecen dos conjuntos de agrupaciones de partidos, según si pertenecen al sistema de partidos catalán o al sistema de partidos del resto del Estado. Es por ello que se definen agrupaciones propias para el Partido Popular de Catalunya (PPC) y para el Partido Popular (PP), para el Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC) y para el Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

Cuadro 2. Agrupaciones de actores no políticos

Actores culturales	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia porque llevan a término una actividad cultural en sentido amplio.
Actores del mundo sanitario	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia en calidad de profesionales del mundo de la medicina tradicional.
Actores económicos	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia porque desarrollan una determinada actividad económica.
Actores deportivos	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia vinculados profesionalmente al mundo del deporte.
Asociaciones de vecinos	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia como miembros de la asociación de vecinos de un determinado lugar.
Asociaciones y colectivos profesionales	Agrupar a los actores asociados por razón de su actividad profesional y que intervienen en la noticia, precisamente, en representación de este colectivo.
Iglesia católica	Agrupar a aquellos actores que intervienen en la noticia en representación de la jerarquía eclesiástica del Estado español.
Personas expertas	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia en calidad de especialistas en una materia determinada, pero que no se pueden englobar en otras agrupaciones.
Mundo asociativo	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia en representación de un colectivo asociado por motivos que pueden ser diversos.
Organizaciones empresariales	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia en representación de un colectivo de empresarios o de empresas con ánimo de lucro, independientemente de su tamaño o de su sector económico.
Religiones e iglesias no católicas	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia como representantes de cualquier estructura religiosa diferente de la católica.
Sindicatos	Agrupar a los actores que, en el marco de la noticia, actúan como miembros de una organización sindical.
Universidad y enseñanza	Agrupar a los actores que intervienen en la noticia por el hecho de estar relacionados con el mundo de la enseñanza y la educación en cualquiera de sus vertientes.
Otros	Agrupar a aquellos actores ocasionales que intervienen en la noticia como parte implicada en los hechos narrados, pero que no se pueden incluir en otra agrupación.

Fuente: elaboración propia

La segunda gran división que se establece en cuanto a las agrupaciones afecta a los actores no políticos. Estos actores se agrupan alrededor de las categorías siguientes:

La clasificación temática de la información

Para la clasificación temática de las noticias se utilizan tres indicadores: título de la noticia, tema de especial relevancia (TER), en su caso, y un ámbito temático al cual se adscribe y que se ajusta a una lista admitida previamente (véase el cuadro 3).

El título de la noticia es la clasificación primera e inmediata de toda información y aporta información concreta sobre la actualidad diaria. Por contra, el TER, definido como una agrupación de piezas informativas que forman parte de una misma secuencia de hechos, permite hacer seguimientos a más largo plazo y, sobre todo, ofrece una visión más comprensible de la actualidad ofrecida por cada cadena. Así, permite agrupar bajo un enunciado genérico (por ejemplo, *Conflicto en Irak*,) las 30, 40 o 50 piezas informativas emitidas durante un mes por un operador, que de lo contrario se diluirían en forma de muchas noticias pequeñas.

Cuadro 3. Descriptores temáticos

Temático
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
Tiempo
Trabajo
Otros

Fuente: elaboración propia

La clasificación geográfica de la información

Para obtener la distribución territorial de la información, se asigna igualmente a las noticias uno o varios descriptores geográficos, que indican el lugar que se asocia con la información. La asignación de topónimos varía según el lugar al cual se refiere. Así, las unidades mínimas registrables son el distrito en Barcelona ciudad, el municipio en Cataluña, la capital de provincia en el Estado español y el Estado en el caso de los países extranjeros. Además, y cuando la fidelidad de la información lo requiere, se admite la introducción de referencias geográficas no administrativas, como por ejemplo *Tierras del Ebro*, *Área Metropolitana de Barcelona* o *Pirineos*.

La muestra de los informes

Los informes de pluralismo analizan dos tipologías de programas:

1. Los teleinformativos, en los cuales son de aplicación los conceptos básicos de tiempo de noticia y tiempo de palabra. Para cada actor y agrupación se calcula el tiempo de palabra y el número de *inserts*. En estos espacios se analiza, también, la actualidad informativa mediante los descriptores temáticos, la distribución territorial de la información y la variable "sexo" aplicada a los actores políticos y no políticos. Los datos se ofrecen mensualmente, pero incluyen un sistema de trimestres acumulados, de manera que se puedan situar los datos en un contexto temporal más amplio.
2. Los espacios de debate, las tertulias y las entrevistas, en que la información se limita a la frecuencia de aparición de los actores para cada una de las tipologías de intervención, así como su sexo.

A pesar de que la muestra ha ido variando a lo largo de estos años, el criterio de selección busca incluir los dos teleinformativos principales de las cadenas (uno de mediodía y uno de noche, en su caso) de alcance catalán, así como algunas emisoras locales de Barcelona. Es por ello que se ha analizado TVC, TVE en Cataluña, las desconexiones para Cataluña de Tele-5 y de Antena 3 TV, cuando han existido, Citytv (ahora 8tv), BTV y las emisiones de Localia en Barcelona.

A modo de conclusión: estudios cuantitativos y estudios cualitativos

A partir de esta metodología y de estas herramientas de análisis, el Consejo del Audiovisual ha elaborado informes mensuales sistemáticos sobre la observancia del pluralismo, unos volúmenes de un grosor más que considerable donde la información se sirve en forma de cuadros y de gráficos de datos primarios.

El carácter decididamente cuantitativo de los informes ha propiciado el cuestionamiento de la ausencia de elementos cualitativos. A menudo, el análisis cualitativo se ha solicitado considerando su ausencia en términos de carencia, de diseño incompleto. No obstante, desde un punto de vista técnico, esta apreciación no es exacta, puesto que la opción por unos informes cuantitativos ha sido una decisión metodológica consciente. Es preciso centrar la discusión, pues, en el campo del diseño de la metodología de la investigación y, concretamente, en la exigencia de correspondencia entre pregunta de investigación, técnica y herramientas de análisis.

Así, y tal como decíamos anteriormente, cada pregunta, cada cuestión de investigación, tiene una respuesta metodológica. Y en el periodo que aquí se estudia (2003-2005), a la pregunta formulada (quién sale y cuánto) corresponde una descripción en términos cuantitativos. En este sentido, los informes de pluralismo han cumplido el objetivo de la investigación al proporcionar un conjunto de datos primarios clasificados y ordenados.

Ir hacia un análisis cualitativo de estos datos es más una opción que un imperativo técnico. Estamos con Ortí¹⁰ cuando afirma que es preciso evitar tanto "el ingenuo triunfalismo del imperialismo cuantitativista en la investigación sociológica" como el "triunfalismo cualitativista".

¿Cuantitativo o cualitativo? ¿La distancia que separa estas dos visiones de la realidad es un continuo que se puede recorrer con estos datos, o existe una fractura que imposibilita el tránsito? ¿Es posible un acercamiento cualitativo a los datos a partir de las herramientas y los conceptos actuales? Sin duda, y con los límites que establecen los propios datos, es metodológicamente correcto. Es preciso, pues, formular una nueva pregunta de investigación: ¿qué se pide a los informes de pluralismo, además de lo ya formulado (quién sale, etc.)?

Sin duda, en el trasfondo de los informes de pluralismo existe, ya, un espacio de análisis cualitativo que pasaría por hacer de los informes de pluralismo estudios de *verificación de norma*. Así, la pregunta de investigación se podría plantear en los términos siguientes: ¿la programación de la televisión salvaguarda el principio de pluralismo (político, social, territorial, etc.)?

Dar respuesta a esta pregunta demandaría definir unos estándares¹¹, no tanto teóricos (la definición que el Consejo ha elaborado de pluralismo contiene elementos teóricos que permitirían fundamentar una respuesta técnica) como metodológicos, para llegar a unos análisis fiables y veraces. No obstante, los datos primarios derivados de las herramientas de análisis actuales serían, plenamente, utilizables para la realización de estudios de verificación.

En conclusión, podríamos afirmar que cuatro años de experiencia cuantitativa han proporcionado unas bases que creemos suficientemente sólidas para construir otras aproximaciones al pluralismo en los medios y que incluyan, también, algún tipo de análisis cualitativo.

10 ORTÍ, A. "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural". En: GARCÍA FERRANDO, M; IBÁÑEZ, J.; ALVIRA, F. (comp.): *El análisis de la realidad social*, Madrid, Alianza, 1986, p. 23.

11 "El objetivo del análisis de contenidos es hacer inferencias (deducciones) y las inferencias se pueden vincular a sistemas (aparatos conceptuales que se utilizan para describir una parte de la realidad) o a estándares (criterios con los que se comparan objetos, para determinar su idoneidad o categoría) o a índices (variables que se pueden correlacionar con otros fenómenos)" KRIPPENDORF, K. *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, Paidós, 1990, p.55.

La supervisión del pluralismo informativo en la radio y la televisión en Europa

Anna Estrada

- *Gran parte de las entidades europeas de regulación del audiovisual supervisan el cumplimiento de las obligaciones y los compromisos de los medios en relación con el pluralismo informativo. Para llevar a cabo esta labor, los órganos reguladores de países como Alemania, Francia, Italia, el Reino Unido y Rumanía utilizan diferentes sistemas de monitoreo de los operadores de radio y televisión, que se describen y comparan a continuación.*

Palabras clave

Pluralismo, autoridades reguladoras del audiovisual, CSA, Ofcom, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Consiliul National al Audiovizualului, Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, CAC, EPRA, Europa

Introducción

La mayoría de los órganos reguladores que son miembros de la *European Platform of Regulatory Authorities* —Plataforma Europea de Entidades Reguladoras— (EPRA) tienen el mandato, por ley del país o la nación correspondiente, de supervisar los compromisos y las obligaciones de los operadores en relación con el pluralismo informativo de los medios audiovisuales sobre los cuales ejercen su competencia. Aparentemente, y según los datos facilitados por la EPRA, estos organismos utilizan diferentes sistemas de monitoreo de los contenidos de la programación, en función del panorama audiovisual que abarquen.

Básicamente, se utilizan tres sistemas distintos para llevar a cabo la tutela del pluralismo en los medios de comunicación audiovisuales:

- a. el **monitoreo continuo**: grabación y análisis de toda la programación emitida.
- b. el **monitoreo por muestreo**: análisis de una muestra de programación emitida.
- c. el **monitoreo en caso concreto**: análisis de un caso concreto de emisión tras la recepción de una o más quejas.

A partir de aquí, existen algunas variantes remarcables. Así, por ejemplo, las autoridades alemanas participan en las encuestas sobre los spots publicitarios emitidos por televisión de alcance estatal. En Bulgaria, se lleva a cabo un monitoreo adicional de la programación de un operador particular, solicitado con una semana de antelación.

Además, cuando los organismos reguladores tienen, a la vez, competencias sobre medios públicos y medios privados, éstos suelen usar diferentes metodologías para comprobar el cumplimiento del principio de pluralismo informativo según la titularidad del medio tutelado. En general,

Anna Estrada

Investigadora de los Servicios Técnicos del CAC

se graba toda la programación de las televisiones analógicas en abierto (como en Italia, Francia, el Reino Unido, Rumanía...) y se toman muestras de los canales que emiten por cable y/o satélite o bien de los canales regionales (como en Francia). En algunos casos, sin embargo, se enfatiza el monitoreo de una determinada tipología de operadores. Así, por ejemplo, en Irlanda los operadores comerciales reciben una mayor supervisión que los operadores de servicio público.

En definitiva, de acuerdo con el documento de presentación del grupo de trabajo sobre Monitoreo de la programación: metodología y casos de estudio de la 22ª reunión de la EPRA, en octubre de 2005, casi todos los organismos reguladores llevan a cabo un muestreo aleatorio de la programación de los distintos operadores, para comprobar el cumplimiento de sus obligaciones legales con relación a la publicidad, a la protección de menores y la dignidad humana, a las cuotas de producción nacional, europea, independiente, etc. Muchas de estas autoridades, además, cumplen con la obligación específica de supervisar el pluralismo político, el equilibrio y la justicia, y la actividad de los operadores durante los periodos electorales, y emiten informes e investigaciones en esta área. Es el caso del Consejo del Audiovisual de Cataluña¹.

La supervisión del pluralismo informativo en algunos países de Europa

Para profundizar en las metodologías de supervisión del pluralismo informativo, y para poder realizar un análisis comparativo más detallado, a continuación se presenta la información relativa a esta cuestión en diferentes países europeos.

Alemania²

La estructura federal de Alemania hace que cada estado federado (*Land*) sea responsable de la radiodifusión en su territorio. Sin embargo, la Constitución alemana, vigente en todo el país, establece la libertad de expresión y de radiodifusión, así como la **no interferencia del Estado en los asuntos de la radiodifusión**. Con ello, el Tribunal Constitucional Federal contempla el deber por parte del Estado (de los parlamentos de los *Länder*, por ejemplo) de un despliegue de regulación positiva, con la garantía de que a través de la radiodifusión se expresen opiniones múltiples, sin intereses particulares, políticos o económicos, que dominen la programación. Los principios legales de la radiodifusión se encuentran, no obstante, en las leyes de cada uno de los dieciséis estados o *Länder*. Cada uno de éstos establece un marco para el servicio público de radiodifusión y para los respectivos servicios de radio y televisión privados. Cabe decir que en la actualidad estas leyes de radiodifusión se asemejan mucho en cuanto a su filosofía general, estándares y principios organizadores. Y es que para la coordinación y el acuerdo sobre las cuestiones nacionales básicas en materia de radiodifusión, las autoridades reguladoras de los diferentes estados trabajan en el marco del *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten* (ALM),³ la Asociación de Autoridades Estatales de Comunicación de la República Federal de Alemania. Así, se producen tratados entre los diferentes *Länder* que complementan la legislación relativa a la radiodifusión a nivel regional y establecen una estructura nacional de regulación en la materia. Son precisamente estos tratados los que proporcionan base legal a la distribución nacional de servicio público y privado de televisión, incluyendo normas sobre publicidad televisiva, pluralismo y diversidad en la televisión privada.

1 Ver el artículo de Carles López de este monográfico.

2 Fuente: EU MONITORING AND ADVOCACY PROGRAM (EUMAP); NETWORK MEDIA PROGRAM (NMP) y OPEN SOCIETY INSTITUTE (2005) *Television across Europe: regulation, policy and independence. Germany*. pp.730-788.
En: <http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/national/germany/media_ger1.pdf>

3 <<http://www.alm.de/>>

En cuanto al servicio público de televisión, el artículo 11 del tratado interestatal sobre organizaciones de radiodifusión determina, entre otras obligaciones, que el servicio público de radio y televisión debe proveer a la audiencia de una panorámica del desarrollo regional, nacional, europeo e internacional.

Existen tres autoridades responsables del gobierno y la supervisión de cada uno de los servicios públicos de radiodifusión del país: el director general del ente público, el Consejo de Radiodifusión y el Consejo de Administración. De éstos, el Consejo de Radiodifusión es el que representa los intereses de los telespectadores en el medio. Este organismo es el encargado de asegurar que los programas cumplan los requerimientos, establecidos por la ley, de escoger y supervisar la labor del director general y establecer las normativas de programación. Los principales grupos sociales (parlamentos regionales, iglesias, universidades, organizaciones culturales y deportivas, organizaciones de personas mayores, de mujeres y de inmigrantes) están representados en este Consejo. Es en este sentido que toma cuerpo el carácter “público” del servicio público de radiodifusión en Alemania. **Este sistema de representación de los distintos grupos sociales en el órgano gobernante del servicio público garantiza que la mayoría de intereses de la sociedad y de los grupos minoritarios estén presentes en la programación de los emisores públicos.** El principal objetivo es conseguir una programación diversa y equilibrada. El **control de los estándares de programación** que lleva a cabo el Consejo se realiza **a posteriori**. Todos los radiodifusores disponen de sus propios sistemas de gestión de las **quejas que reciben por parte de la audiencia**.

La influencia de los partidos políticos es uno de los aspectos más controvertidos de la estructura de gobierno del servicio público de radiodifusión en Alemania. Los partidos políticos están directamente representados en los consejos de radiodifusión de las dos corporaciones de servicio público de televisión a través de los parlamentos de los estados. Además, el resto de miembros del Consejo, de los distintos grupos sociales y ONG también suelen posicio-

narse en una opción política u otra, y esto afecta al proceso de elección del director general de Consejo.

Es difícil medir el impacto de la influencia política del Consejo de radiodifusión en el día a día de la programación que se emite, como lo es que un director general sobreviva bastante tiempo si su labor no mantiene buenas relaciones con el gobierno del estado federal respectivo. Un indicador claro de dependencia política es la tendencia de los radiodifusores a actuar de acuerdo con el comportamiento de voto de la región, si bien esta tendencia ha disminuido con el cambio de escenario político que supuso la reunificación alemana, y ahora es poco probable que una acción directa y permanente del Gobierno o de un partido líder pase desapercibida en el servicio público de radiodifusión.

Los estándares de programación están definidos de manera general en las leyes de radiodifusión de los respectivos estados y, más concretamente, en el tratado interestatal de radiodifusión⁴. El artículo 11 de este tratado establece que el servicio público de radiodifusión, en cumplimiento de su misión, debe tener en cuenta los principios de objetividad e imparcialidad, diversidad de opiniones y equilibrio en sus programas y servicios. Estos estándares son considerados como parte de la responsabilidad de la televisión hacia la sociedad, especialmente para los servicios públicos de radiodifusión. Las dos cadenas principales de radiodifusión pública en Alemania han elaborado estatutos que van más allá de estos estándares para sus teletinformativos y su programación informativa.

Sin embargo, **la tradición germánica de radiodifusión no incluye ningún tipo de cuota de regulación para tipos de programas o géneros específicos, a excepción de la cuota de emisión de contenidos audiovisuales europeos** que dicta la Directiva Europea de Televisión Sin Fronteras. El **sistema representativo de gobierno y control tiene que asegurar un abanico de programación que tenga en cuenta, por ejemplo, los intereses de las minorías**. De hecho, el servicio público alemán se ha centrado, tradicionalmente, en las necesidades de los extranjeros que viven en el país. Así, la mayor parte de la programación para extranjeros se ha emitido por la radio o

4 <http://www.alm.de/fileadmin/Download/Gesetze/8_RAESTV_EN_05-02-2007.pdf>

la televisión públicas en los idiomas correspondientes. Actualmente, esta oferta se ha reducido porque los extranjeros tienden a sintonizar los canales de sus respectivos países vía satélite.

A partir del año 2004, el tratado interestatal de radiodifusión incluye la obligación, por parte de los radiodifusores públicos, de informar cada dos años sobre su actividad, especialmente en cuanto a la cantidad y la calidad de sus programas, así como sobre sus proyectos de futuro. Con esta medida, los gobiernos de los *Länder* pretenden aumentar la transparencia de la política de programación de los operadores de servicio público de radiodifusión y encontrar maneras de definir más claramente la misión del servicio público.

En cuanto al servicio privado de televisión en Alemania, se sigue la tradición establecida para el sector público en cuanto a garantizar la autonomía y la independencia de la intervención directa del gobierno o las instituciones estatales. Así lo garantiza una resolución del Tribunal Constitucional Federal de 1986, que decreta que la potestad de conceder licencias al sector privado debe ser externa al control gubernamental. Así, las asambleas de los diversos órganos reguladores encargadas del sector privado —una para cada uno de los *Länder*— están formadas por representantes de los diferentes grupos y organizaciones sociales más influyentes de la región, como en el caso del sector público de televisión, y son las responsables de todas las acciones que efectúan estos órganos. Entre estas responsabilidades se encuentran algunas tan importantes en materia de pluralismo como la concesión o la revocación de licencias de emisión, el control de la concentración mediática y la protección de la diversidad de contenidos.

No obstante, cabe indicar que la mayoría de operadores privados de televisión de Alemania transmiten a nivel nacional, y que es en el tratado interestatal de radiodifusión donde se incluyen las normas generales y los procedimientos de la mayoría de las áreas de regulación de la televisión, como la concesión de licencias por parte de los organismos reguladores regionales a los operadores privados. Ahora bien, son las leyes de radiodifusión de cada uno de los *Länder* las que marcan detalladamente los requerimientos de concesión de las licencias. Así, por ejemplo, en la región de Hesse, ante la demanda excesiva

y la limitada frecuencia terrestre disponible, la autoridad reguladora está obligada por ley a otorgar la licencia a los aspirantes que se comprometan a contribuir, por encima de todo, a la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión. Por tanto, es **a través de la concesión de licencias que se puede controlar el pluralismo en el marco de la televisión privada en Alemania.**

Los operadores privados de televisión no están obligados a cumplir las mismas obligaciones en cuanto a la programación que los del servicio público, pero el tratado interestatal de radiodifusión establece que la radiodifusión privada tiene que abastecer a los servicios de televisión de una mayor variedad de intereses políticos y sociales, en que las minorías también tengan la oportunidad de expresar su punto de vista. Así, resulta inaceptable que un único canal domine, desequilibradamente, la opinión pública. Para estimular la diversidad a nivel regional, **se obliga a los canales generalistas con más audiencia a ofrecer contenidos locales** y se determina que **la audiencia acumulada de los canales controlados por un mismo operador no pueda sobrepasar el 30% o el 25% en caso de operadores que dominen el mercado en otros sectores mediáticos (prensa, radio).** Otra medida para promover la diversidad es la obligación de los operadores de canales generalistas o de noticias con una audiencia igual o superior al 10% de **ceder como mínimo 260 minutos a la semana a un proveedor de programación independiente.**

Una **comisión federal** encargada de la **supervisión** de la concentración mediática en el sector televisivo establece los índices de audiencia de cada canal y revisa que las peticiones de licencias de radiodifusión televisiva cumplan las normas de concentración empresarial establecidas por el tratado interestatal de radiodifusión. Esta comisión elabora cada tres años un informe sobre la salvaguardia de la diversidad de opinión en la radiodifusión privada. En estos informes se ha puesto de manifiesto que existen algunas conexiones entre políticos y operadores privados. Tanto unos como otros buscan una buena relación mutua. Ahora bien, resulta difícil establecer qué influencia tienen estas relaciones en la programación de la televisión privada. Cabe decir que la independencia política respecto al Estado o los grupos más influyentes no genera debate en el marco de la radiodifusión privada en Alemania, ya que el volumen de información política en la televisión privada se

ha reducido considerablemente porque la atención sobre este tipo de información se centra en los operadores de servicio público de televisión.

La normativa básica sobre contenidos para la televisión privada también se incluye en el tratado interestatal de radiodifusión. Los estándares de programación reconocen la necesidad de reflejar la diversidad en Alemania y en Europa a través de **la emisión de una cantidad razonable de programas informativos, culturales y educativos**. Al mismo tiempo, determinan que las **diversas comunidades religiosas** que conviven en el país (iglesias protestantes, iglesia católica y comunidad judía) deben **distribuirse el tiempo** dedicado a la programación de carácter religioso. Y, también, permiten que **los partidos políticos compren espacios televisivos antes de las elecciones generales** para escoger a los representantes del Parlamento Federal (*Bundestag*) o del Parlamento Europeo. Además, el tratado interestatal de radiodifusión prevé la obligación, por parte de los operadores de televisión privada, de formar **“consejos de programación”** integrados por personas independientes, representantes de los grupos mayoritarios de la sociedad, escogidos por los propios operadores. Una de las principales tareas de estos consejos es fortalecer la diversidad y el pluralismo en los programas de sus respectivos canales.

Más allá de estas obligaciones generales y de las comentadas más arriba (ofrecer contenidos locales y ceder como mínimo 260 minutos semanales a proveedores de programación independientes), no hay requerimientos detallados para los contenidos de la programación que ofrecen los operadores de la televisión privada en Alemania. **No hay normas especiales** relativas a géneros específicos ni requerimientos para los programas minoritarios.

Francia

Por ley, el *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA), el organismo regulador de la comunicación en Francia, tiene la misión de velar por la presencia plural de corrientes de pensamiento y de opinión de los medios audiovisuales en

Francia⁵. Con esta finalidad, el propio CSA controla la programación de los servicios de televisión y radio.

En cuanto al tratamiento de la actualidad nacional e internacional, los operadores deben respetar un equilibrio entre el tiempo de intervención de los miembros del gobierno, el tiempo de intervención de los miembros de la mayoría parlamentaria y el tiempo de intervención de los miembros de la oposición parlamentaria, además de asegurar un tiempo de intervención equitativo para los miembros de las formaciones políticas sin representación parlamentaria.

Con todo, excepto en casos justificados por las circunstancias de la actualidad, el tiempo de intervención de los miembros de la oposición parlamentaria no puede ser inferior a la mitad del tiempo acumulado de intervención de los miembros del gobierno y de los miembros de la mayoría parlamentaria.

En cuanto al tratamiento de la actualidad local, los operadores deben asegurar el respeto del pluralismo de la información de acuerdo con la situación de la política local.

En época de **campana electoral**, y de acuerdo con la prerrogativa que le permite la ley, el CSA emite unas recomendaciones específicas a los servicios de radio y televisión sobre el tratamiento de la información relativa a la actualidad relacionada con las elecciones correspondientes. Así, como norma general, recomienda a los servicios de radio y televisión que aseguren una presentación y un acceso equitativo a los medios de los candidatos electorales y de sus formaciones políticas. En este contexto, la noción de equidad implica la consideración de la representatividad de las distintas formaciones políticas, en términos de últimos resultados electorales, de dinámica creada por estos resultados en el seno de la misma campaña electoral o, incluso, de las tendencias que se entrevén a raíz de las encuestas de opinión. No obstante, y en aras de la libertad editorial de los operadores, hay que decir que estos medios disponen de un cierto margen de interpretación de los criterios expuestos.

Para comprobar que los operadores respetan los principios expuestos en materia de pluralismo, el CSA, gracias al sistema de visionado que llevan a cabo sus servicios técnicos, realiza un **inventario mensual del tiempo de**

5 <http://www.csa.fr/infos/controle/television_pluralisme_accueil.php>

palabra de los actores políticos dentro de los teleinformativos de las cadenas de televisión hertziana nacional.

Para matizar los efectos puramente coyunturales de la actualidad, el CSA analiza estos tiempos de palabra de forma **trimestral**. El CSA también efectúa, **semestralmente, inventarios de tiempo de palabra de los actores políticos a los magazines y otros programas**. Los datos que resultan de estos inventarios son analizados por el grupo de trabajo sobre pluralismo de la información del CSA y examinados por el pleno del *Conseil*. También se comunican a los presidentes de la Asamblea Nacional y del Senado, así como a los responsables de los partidos con representación parlamentaria. En caso de que se constate una falta de pluralismo, el CSA alerta al presidente de la cadena por correo, para que se produzca un reequilibrio cuanto antes.

En **periodo electoral**, el CSA efectúa un **visionado exhaustivo de todos los programas susceptibles de tratar la actualidad electoral en las cadenas hertzianas nacionales** y, al mismo tiempo, establece **el inventario o cómputo del tiempo de palabra**, de acuerdo con un calendario determinado.

La comprobación del seguimiento de los principios de pluralismo se completa con el **control del tiempo de palabra** difundido a través de **servicios de radio y televisión específicos** (de información continuada, cadenas regionales y locales, etc.) que, durante las campañas electorales, se ven sometidos a un régimen de declaraciones. Los resultados de este inventario, establecidos de acuerdo con las necesidades de estos servicios, deben ser comunicados al CSA.

En definitiva, **los tiempos de palabra de los periodos electorales son validados y analizados del mismo modo que los tiempos de palabra correspondientes al seguimiento de la actualidad ordinaria**.

Italia

La ley otorga a la *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* la tutela del pluralismo como una de las principales competencias del organismo regulador italiano en materia de radiotelevisión y dicta las pautas de los programas de información y de comunicación políticas, diferenciando entre los periodos electorales⁶ y los no electorales⁷. Concretamente, la comisión parlamentaria de vigilancia es el órgano encargado de aplicar la normativa en la RAI —la radiotelevisión pública nacional italiana— mientras que corresponde a la *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* la aplicación de la normativa en la radio y la televisión de titularidad privada. A su vez, el Comité Regional para la Comunicación / Comité Regional del Servicio de Radiotelevisión se encarga de aplicar esta normativa a los medios audiovisuales locales. Cabe señalar que, fuera de la época electoral, la Comisión y la *Autorità*, después de una consulta previa, emiten reglamentos distintos. Ahora bien, en los periodos electorales, los dos organismos intentan emitir un solo reglamento. En este caso, la ley⁸ determina que sea la *Autorità* la que controle la aplicación correcta del reglamento aprobado.

Con el objetivo de verificar la normativa en materia de pluralismo y de la llamada *par condicio* —reglamento de actuación en materia de comunicación política y de paridad de acceso a los medios de información—, la *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*, tal como prevé la ley⁹, definió un **plan de monitoreo de la programación** emitida por la televisión nacional, que se puso en marcha en la primavera del año 2000 para la parte relativa al pluralismo político y en mayo de 2002 para la parte relativa al pluralismo social.

6 Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica (Legge 28 Febbraio 2000, n. 28). <http://www.agcom.it/L_naz/L_220200_28.htm>

7 Disposizioni applicative delle norme e dei principi vigenti in materia di comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali (Delibera n. 22/06/CSP). <http://www.agcom.it/provv/d_22_06_CSP.htm>

8 Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo (Legge 31 luglio 1997, n. 249). <http://www.agcom.it/L_naz/L_249.htm>

9 Legge 31 luglio 1997, n. 249, art. 1, comma 3, lettera b) punto 13 <http://www.agcom.it/L_naz/L_249.htm>

Desde abril de 2004, el monitoreo ha tenido en cuenta todos los canales de la televisión pública y privada de cobertura nacional en Italia. Así, se ha monitorizado toda la programación cotidiana (teleinformativos y otros programas) de los canales de concesión estatal para verificar el cumplimiento de:

- el **pluralismo político/institucional** y la actuación en materia de comunicación política y de paridad de acceso a los medios de información en periodos ordinarios y en épocas de campaña electoral, a través de un análisis sistemático de la representación de la noticia y de la comparación del tiempo atribuido a los diversos sujetos políticos e institucionales, de acuerdo con los principios de objetividad e imparcialidad que establece la normativa de referencia y los reglamentos que dictan la *Autorità* y la *Commissione Parlamentare* para la orientación general y la vigilancia del servicio de radio y televisión.
- el **pluralismo social** de la programación televisiva cotidiana o el respeto del principio de apertura del sistema radiotelevisivo a las diversas opiniones y tendencias sociales, culturales y religiosas presentes en la sociedad, recogido por la ley.

El monitoreo del pluralismo en los **teleinformativos** se ha realizado sobre todas las ediciones transmitidas cotidianamente por los canales de concesión estatal. Concretamente, para cada uno de los teleinformativos, se señalan los elementos siguientes:

- cadena / canal;
- sujeto que habla o sobre el cual se habla;
- macrotemática y temática de la que se habla;
- tiempo televisivo dedicado a cada sujeto.

El cálculo del tiempo de presencia de los sujetos políticos se efectúa, particularmente, a través de:

- Tiempo de palabra (*tempo di parola*): tiempo que el sujeto habla directamente (inserto), con referencia a la paridad de acceso entre hombres y mujeres.
- Tiempo de noticia (*tempo di notizia*): tiempo que el

periodista/conductor dedica a un tema relacionado con un determinado sujeto.

- Tiempo de antena (*tempo di antenna*): suma del tiempo de palabra y del tiempo de noticia para cada sujeto.

En cuanto al monitoreo del pluralismo en el **resto de la programación**, se registran los siguientes elementos:

- cadena / canal;
- programa;
- horario de emisión: hora de inicio y hora final, tiempo acumulado y reemisiones;
- sujeto que habla;
- macrotemática y temática;
- tiempo de palabra de cada uno de los sujetos, con referencia a la paridad de acceso entre hombres y mujeres.

Si se trata de programas de comunicación política, tal y como dispone la ley, además del tiempo de palabra también se registra el tiempo de antena. Cuando son mensajes autogestionados se computa la duración total del mensaje en vez del tiempo de palabra.

Los datos resultantes del monitoreo para la observancia del pluralismo político/institucional y social en los teleinformativos y en el resto de la programación se presentan mediante **estudios mensuales en los periodos ordinarios**, y a través de **estudios quincenales en periodos electorales**, que se publican en la página web del organismo regulador¹⁰ y se envían a la Presidencia de la República, a la comisión parlamentaria encargada de la vigilancia del servicio de radiotelevisión y a la comisión nacional para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Reino Unido

A pesar de que una de las principales funciones específicas de la *Office of Communications* (Ofcom), el organismo regulador de la comunicación en el Reino Unido, es el man-

10 <http://www.agcom.it/par_condicio/monitor.htm#pol>

tenimiento del pluralismo en la provisión de la radiodifusión —*Maintaining plurality in the provision of broadcasting*¹¹—, la guía genérica para los contenidos de radio y de televisión, el *Broadcasting Code*¹², no contiene ninguna indicación al respecto más allá de algunas especificaciones para el periodo electoral. La sección 6 sobre elecciones y referendos del mencionado *Broadcasting Code*¹³ recoge, entre otras indicaciones, la obligación, por parte de los operadores, de informar sobre los principales partidos políticos —*major parties*— del Reino Unido, siguiendo los principios publicados en octubre de 2004 en las normas de la Ofcom sobre la radiodifusión en época de campaña electoral (*Ofcom Rules on Party Political and Referendum Broadcasts*)¹⁴.

En cuanto a la **cobertura informativa de los procesos electorales**, la Ofcom tiene competencias sobre todos los operadores del país, excepto la BBC, que se rige, también en los periodos ordinarios, por criterios de autorregulación. Por ley, la BBC debe aprobar unos criterios para cada periodo electoral que regulen la participación de los candidatos en cada circunscripción. Este documento se acuerda en el Consejo de Gobernadores —*Board of Governors*— de la corporación y se presenta a la Comisión Electoral —*Electoral Commission*. Las *BBC Guidelines for General Election 2005*¹⁵ establecen la lista de partidos políticos que es necesario cubrir —que coincide con la de la Ofcom—, así como la obligación de dar la palabra a todos los candidatos en caso de que se informe sobre un candidato concreto. Estas líneas de actuación permiten que, en debates sobre cuestiones locales, los candidatos puedan no ser de la misma circunscripción pero sí de la misma región. En cuanto a los espacios electorales gratuitos, la BBC los sitúa en la parrilla

a partir del acuerdo que se alcance en el *Broadcasters' Liaison Group*. El representante de la corporación en estas reuniones es el *Chief Adviser Politics* (jefe asesor en temas políticos), un cargo interno responsable de la neutralidad editorial de la BBC. Éste es el encargado de responder ante las quejas por tratamiento parcial en la información política. También tiene la función, entre otros, de interpretar las líneas editoriales (*Editorial Guidelines*) de la BBC. En este caso, el capítulo 10¹⁶, dedicado a la cobertura informativa de temas políticos, enumera los compromisos de la corporación en materia electoral.

Cuando un operador no respeta el *Broadcasting Code*, la Ofcom publica las razones del incumplimiento en el *Ofcom Broadcasting Bulletin*. Si el operador vulnera el código de forma grave, deliberada y reiterada, el regulador puede imponerle sanciones de acuerdo con sus atribuciones y competencias. No obstante, en ningún caso se explicita concretamente cómo se sigue el cumplimiento de este código ni tampoco el de las funciones específicas del organismo regulador, como el mantenimiento del pluralismo en la radiodifusión. Cabe indicar que la Ofcom dispone de un consejo de miembros, asesorados por un conjunto de juntas consultivas —comité de contenidos, comité de licencias de radio, comité de imparcialidad, etc.— que gobierna la institución y supervisa el cumplimiento de las funciones generales y de las responsabilidades estatutarias específicas, como la idiosincrasia del servicio público.

Parece ser, por tanto, que **la Ofcom actúa de garante del pluralismo informativo**, tanto en periodos ordinarios como en épocas de campaña electoral, a instancia de la audiencia y **a partir de las quejas que recibe**, sobre las cuales emite decisiones que se publican periódicamente en el *Ofcom Broadcasting Bulletin*¹⁷.

11 <<http://www.ofcom.org.uk/about/sdrp>>

12 <<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode>>

13 <<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode/elections>>

14 <<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/guidance/ppbrules/ppbrules.pdf>>

15 <http://www.electoralcommission.org.uk/files/dms/BBCguidelinescandidates-consultationFeb05_16266-11808__E__N__S__W__.doc>

16 Section 10 *Politics and Public Policy* <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/politics/>>

17 <<http://www.ofcom.org.uk/tv/obb>>

Rumanía

El *Consiliul National al Audiovizualului* es el organismo encargado por ley¹⁸ de velar por la observancia del pluralismo informativo y de la expresión plural de ideas y opiniones en la programación emitida por los medios audiovisuales que actúan bajo la competencia de la jurisdicción rumana. A su vez, el regulador rumano emitió, en abril de 2006, una decisión sobre la regulación de los contenidos de los servicios de programación audiovisual en la que se incluyen algunos puntos respecto a la garantía del pluralismo¹⁹.

Esta decisión del regulador rumano se inicia con el principio de igualdad de condiciones de acceso a los medios. Así, recoge la obligación por parte de los operadores de presentar, en los teleinformativos y los programas de debate, los principales puntos de vista contrapuestos en épocas de debate público sobre determinadas cuestiones, aunque las opiniones sean expresadas por expertos, periodistas, representantes de partidos políticos sin representación en el Parlamento, minorías, ONG, sindicatos, etc. Esta pluralidad de opiniones, además, debe hacerse efectiva en el propio programa o, excepcionalmente, en los programas consiguientes. Si alguien rechaza representar su punto de vista, es preciso que el operador lo mencione. Cabe señalar que estas normas no excluyen la posibilidad de que el mismo operador emita sus propias opiniones. Con el objetivo de cumplir estos imperativos del organismo regulador y de otros previstos en la Ley del Audiovisual²⁰ del país, los operadores no pueden emitir programas editados, presentados, moderados o producidos por miembros del Parlamento, representantes del gobierno o de la administración pública, representantes de la administración presidencial, líderes de partidos políticos, personas públicamente designadas como candidatos, o que hayan anunciado su intención de serlo, en las elecciones locales, parlamentarias o presidenciales.

La decisión del *Consiliul National al Audiovizualului* establece, al mismo tiempo, que los **teleinformativos** emitidos por los operadores que actúan bajo la jurisdicción rumana deben tener en cuenta la **norma de los tres tercios**, es decir, tienen que dedicar un tercio del total de tiempo que dedican a los partidos políticos del Gobierno y de la oposición a los parlamentarios de la oposición (senadores, diputados, consejeros, etc.). Así, deben dedicar otro tercio a los representantes de la autoridad pública central (primer ministro, ministros, secretarios de estado, etc.). Y, finalmente, tienen que dedicar un último tercio del total de tiempo dedicado a los partidos políticos a los representantes de la mayoría parlamentaria (senadores, diputados, alcaldes, etc.). Se trata de lo que se conoce como el principio del pluralismo político. Esta decisión también señala que se excluye de este cómputo el tiempo en que el primer ministro aparece representando en Rumanía en un acto oficial internacional, ya sea dentro o fuera del país. También se excluyen las intervenciones realizadas a raíz de desastres naturales o epidemias y sobre las medidas aplicadas para repararlos, lo que no anula el derecho de la oposición a criticar la actuación de las autoridades en situaciones de esta naturaleza.

El monitoreo para la tutela de este principio de pluralismo político se lleva a cabo desde el órgano regulador rumano a través del **seguimiento y el análisis de la programación de los diferentes operadores en periodos móviles de dos meses consecutivos**. Los principales indicadores que se utilizan para el análisis son la **frecuencia** (la cantidad de veces que los personajes políticos participan en la radio o a la televisión) y la **duración** (el tiempo de palabra de los personajes políticos que participan en programas de radio o televisión). En el supuesto de que el organismo regulador detecte una falta de equilibrio entre los tres tercios mencionados, el *Consiliul National al Audiovizualului* pide formalmente al operador infractor que lo restablezca durante el mes siguiente.

18 Law num. 504/ July 11, 2002 on Radio and Television Broadcasting (art. 10 and 17)
<<http://www.cna.ro/english/legislation/legea504.html#2>>

19 Decision no. 187 of april 3, 2006 concerning the regulation of the content of audiovisual programme services (title IV)
<<http://www.cna.ro/english/decisions/decisions/d18706.html>>

20 Law num. 504/ July 11, 2002 on Radio and Television Broadcasting <<http://www.cna.ro/english/legislation/legea504.html#2>>

En cuanto al **resto de la programación**, los representados de los partidos gubernamentales y de la oposición deben gozar del principio de acceso igualitario a los medios, con igualdad de oportunidades para expresarse mediáticamente. La observancia de este principio también se supervisa a través del organismo regulador rumano, que hace el seguimiento sistemático de la programación durante periodos móviles de dos meses consecutivos y analiza la frecuencia y la duración de las apariciones de los representantes de los partidos gubernamentales y de la oposición más allá de los teleinformativos.

En cuanto a la información y los debates sobre temas de interés público relacionados con las minorías étnicas, religiosas o sexuales, la decisión del *Consiliul National al Audiovizualului* también determina la representación de los distintos puntos de vista de estos colectivos. Sin embargo, no se especifica cómo se efectúa el seguimiento de esta indicación del Consejo del Audiovisual rumano.

Tampoco se especifica si se altera la metodología de tutela del pluralismo informativo en los medios rumanos durante los **periodos electorales**.

Conclusiones y síntesis comparativa

No es fácil obtener información sobre las metodologías específicas que utilizan los organismos reguladores de la comunicación audiovisual de los distintos países reseñados para llevar a cabo la supervisión de los compromisos y las obligaciones de los operadores en relación con el pluralismo informativo de los servicios respectivos de radiodifusión televisiva. La idiosincrasia de cada estado o nación, plasmada en su estructura política, su legislación, su normativa y sus instituciones y órganos de regulación, marca de algún modo tanto los conceptos de pluralismo informativo y diversidad mediática como la forma de tutelarlos. Sin embargo, se pueden obtener las conclusiones siguientes:

- La tutela del pluralismo informativo en **Francia** corresponde al *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA), y se basa principalmente en **el inventario del tiempo de palabra de los actores políticos** dentro de los teleinformativos (mensualmente) y dentro de los magazines y otros programas (semestralmente) que emiten las

cadenas de televisión herciana nacional. Los tiempos de palabra de los periodos electorales son validados y analizados del mismo modo que los tiempos de palabra correspondientes al seguimiento de la actualidad ordinaria.

- En el caso del **Reino Unido** es la *Office of Communications* (Ofcom) el órgano que actúa como garante del pluralismo informativo de los diversos operadores del país, excepto de la BBC, tanto en periodos ordinarios como en épocas de campaña electoral, **a instancia de la audiencia y a partir de las quejas que recibe**.

En cuanto a la supervisión del pluralismo informativo del operador de servicio público de televisión, la *British Broadcasting Corporation* (BBC), depende de los criterios de autorregulación del mismo operador en los periodos ordinarios y de los criterios que se aprueben para cada periodo electoral entre el Consejo de Gobernadores de la corporación y la Comisión Electoral. El jefe asesor en temas políticos es el encargado de responder ante las quejas por tratamiento parcial en la información política en las cadenas de las BBC.

- En **Italia**, la *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* es el órgano encargado de dictar las pautas sobre pluralismo informativo (político-institucional y social), si bien es la comisión parlamentaria de vigilancia la que las aplica a la televisión pública nacional italiana (RAI). La verificación de la normativa en esta materia se lleva a cabo a través del **registro de tiempo de presencia de los actores** en la programación de la televisión nacional. Se emiten estudios mensuales de los resultados en periodos ordinarios y quincenales en periodos electorales.
- El *Consiliul National al Audiovizualului* es el organismo que se encarga de velar por la observancia del pluralismo informativo en **Rumanía**. Lo hace, básicamente, a través del **seguimiento y el análisis de la programación** de los diferentes operadores que actúan bajo su competencia **en periodos móviles de dos meses consecutivos**. Se usan como indicadores principales la **frecuencia** (la cantidad de veces que los actores políticos participan en la televisión) y la **duración** (el **tiempo de palabra** que ocupan estos mismos actores). En el caso de los teleinformativos, este seguimiento se utiliza para determinar el cumplimiento del principio de pluralis-

mo político de los tres tercios, que consiste en dedicar un tercio del total de tiempo dedicado a los partidos políticos del Gobierno y de la oposición a los parlamentarios de la oposición; otro tercio a los representantes de la autoridad pública central, y un último tercio a los representantes de la mayoría parlamentaria.

- La estructura federal de **Alemania** hace que cada estado federado (*Land*) sea responsable de la radiodifusión en su territorio. Así, se hace difícil definir la metodología concreta que utiliza cada uno de los órganos reguladores regionales en materia de pluralismo informativo. Sin embargo, los tratados interestatales aportan base legal a la distribución nacional de servicio público y privado de televisión, incluyendo normas sobre pluralismo y diversidad en la televisión privada.

En cuanto al servicio público, el Consejo de Radiodifusión, formado por representantes de los principales grupos sociales del país, es el organismo responsable de asegurar que los programas cumplan los requerimientos establecidos por la ley en materia de pluralismo informativo. El control de los estándares de programación en esta materia se lleva a cabo a posteriori, ya que los operadores disponen de sus propios sistemas de gestión de quejas de la audiencia. La tradición germánica de radiodifusión **no incluye ningún tipo de cuota de regulación para tipos de programas o géneros específicos**, y confía en que **el sistema representativo de gobierno y de control asegure una variedad de programación que tenga en cuenta el pluralismo informativo**.

A su vez, el servicio privado de radiodifusión sigue los pasos del servicio público, si bien en este caso la **concesión de licencias de emisión** a cargo de las asambleas de los distintos órganos reguladores se puede convertir en una medida de control del pluralismo informativo en el marco de la televisión privada alemana. **Otros mecanismos** de tutela del pluralismo informativo y de promoción de la diversidad dentro del sistema del servicio de televisión privado previstos en la normativa interestatal se **basan en los índices de audiencia** y son:

- la obligación de los canales generalistas que registran unos índices de audiencia más elevados de ofrecer contenidos locales;

- la limitación de los índices de audiencia al 30% entre todos los canales de un mismo operador, al 25% si el operador domina otros sectores de la comunicación (prensa, radio, etc.);
- la obligación de las cadenas generalistas o de noticias que registran unos índices de audiencia del 10% o superior de ceder como mínimo 260 minutos semanales de emisión a proveedores de programación independientes.

Una **comisión federal** encargada de la **supervisión** de la concentración mediática en el sector televisivo establece los índices de audiencia de cada canal y revisa que las peticiones de licencias de radiodifusión televisiva cumplan las normas de concentración empresarial establecidas por el tratado interestatal de radiodifusión, con el objetivo implícito, tal vez, de garantizar el pluralismo informativo en la televisión privada alemana a través de la actuación de los **consejos de programación**, que son obligatorios para los canales de los operadores del servicio privado de radiodifusión.

Para finalizar esta síntesis, y con afán comparativo, es preciso decir que, pese a la voluntad de la normativa básica de muchos estados de favorecer el pluralismo informativo en todos sus aspectos, su tutela por parte de los organismos reguladores corresponde, básicamente (excepto en Alemania, donde la influencia política en el sistema público de radiodifusión ha sido largamente discutida), al control del pluralismo político a través del inventario de tiempo de palabra, de registro de presencia o de seguimiento de la frecuencia y duración de los actores políticos ante la pantalla de la televisión.

La agenda temática de los teleinformativos en Cataluña

Carmina Puig

- *El artículo pretende hacer una radiografía de los principales acontecimientos tratados por los teleinformativos durante el periodo de muestra. Las noticias se han agrupado en grandes temas para poder determinar, en función del tiempo de noticia dedicado, cuáles tienen mayor presencia en las cadenas analizadas. Los descriptores temáticos Sociedad, Deportes y Tiempo y los insertos de la agrupación Otros se han escogido como baremos para valorar si los teleinformativos tienden a la banalización y a la espectacularización de las noticias. A continuación se describen los cinco ítems informativos o noticias acerca de un mismo acontecimiento que han atraído más la atención informativa, así como su evolución durante el periodo analizado.*

Palabras clave

Pluralismo, teleinformativos, Cataluña, agenda temática, espectacularización

¿Qué temas configuran la agenda informativa de la televisión?

Las noticias de los teleinformativos, a excepción de los bloques de titulares, de resumen y, si existe, de segundos titulares, se engloban dentro de unos descriptores temáticos establecidos, que son los siguientes:

- Arte y cultura
- Crónica política
- Medio ambiente
- Tiempo
- Ciencia y tecnología
- Economía y negocios
- Medios de comunicación y telecomunicaciones
- Tráfico
- Conflictos sociales
- Educación y enseñanza
- Sanidad
- Trabajo
- Crónica internacional
- Deportes
- Sociedad
- Otros¹

Cabe señalar que el tiempo total de noticia es muy diferente en cada cadena debido a la duración media de los teleinformativos y, en consecuencia, en las noticias que incluyen temáticos. Mientras que TV3 emite 1.531 horas de temáticos y BTV 1.076, TVE en Cataluña emite 540, Localia 88, y Citytv 75.

1 En el temático *Otros* sólo se incluye el espacio de repaso de las portadas de los diarios que emite diariamente *La nit al dia* de TV3 y que en alguna ocasión también ha emitido el *Infodia* de BTV.

Carmina Puig

Analista de los Servicios Técnicos del CAC

Las figuras siguientes muestran la distribución del tiempo por temático y cadena. Tanto en TV3 como en BTV y Citytv, los cinco primeros temáticos coinciden aunque en un orden diferente. En todos los teleinformativos de las tres cadenas mencionadas prevalecen las noticias relacionadas con *Arte y cultura*, *Crónica política*, *Crónica internacional*, *Deportes* y *Sociedad*. TVE en Cataluña mantiene el mismo esquema a excepción del temático *Tiempo* que, como se incluye en el bloque del teleinformativo, entra a formar parte de los cinco temas más aparecidos, y relega a *Arte y cultura* a la sexta posición.

Localia sigue un esquema bastante particular: a los temáticos *Arte y cultura*, *Crónica política* y *Sociedad*, comunes en el resto, se añaden *Economía y negocios* y *Sanidad*, en detrimento de la *Crónica internacional* y los *Deportes*.

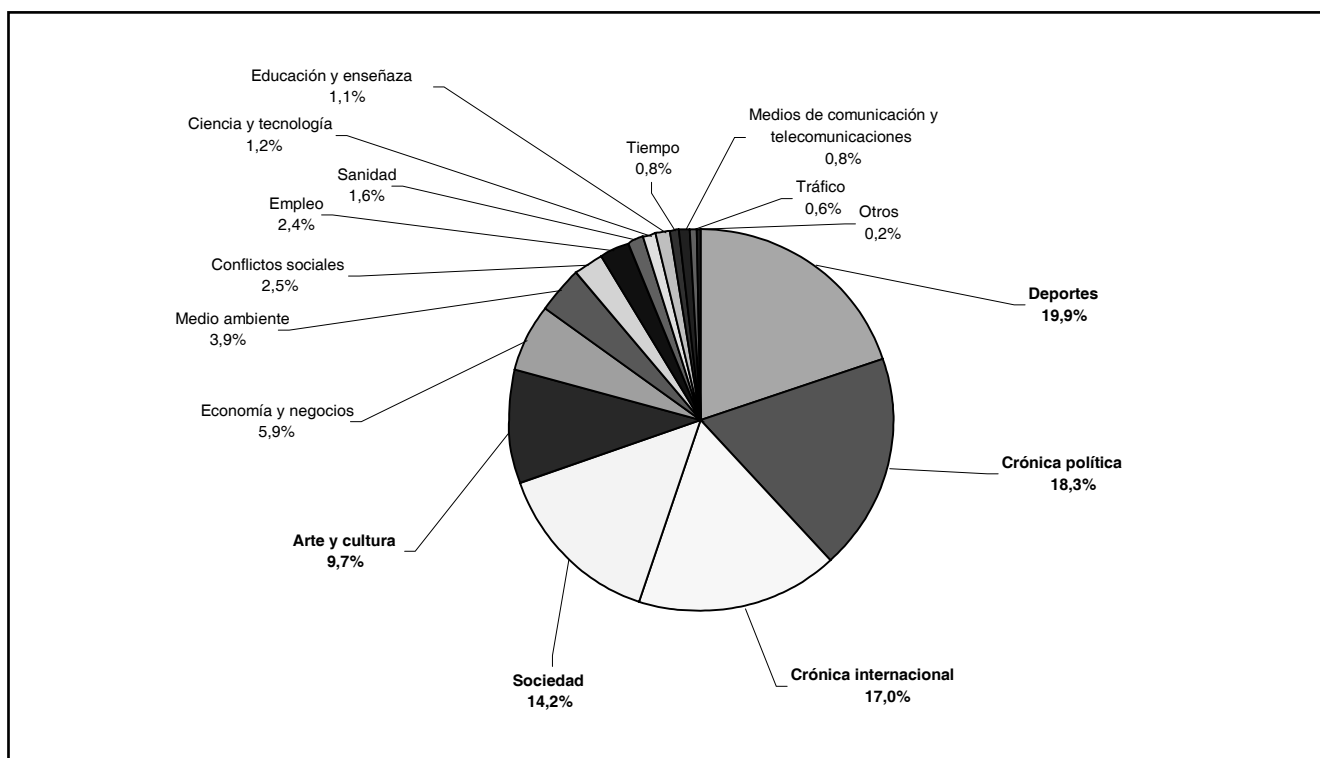
Si, por el contrario, observamos de qué temas se ha hablado menos en los teleinformativos, veremos que en todas las cadenas hay pocas noticias relacionadas con *Medios de*

comunicación y telecomunicaciones y *Tráfico*. En las cinco emisoras analizadas, estos dos descriptores aparecen siempre formando parte de los cuatro últimos temas. El resto de temáticos con poca presencia en todas las cadenas son *Educación y Enseñanza*, *Ciencia y Tecnología* y *Tiempo*. *Tránsito* y *Tiempo*, no obstante, son temáticos que sólo se utilizan en caso de que los bloques informativos sobre la situación de las carreteras y la meteorología estén incluidos dentro de los teleinformativos, por lo que su baja presencia está justificada.

Localia, tal y como sucede con los temáticos más aparecidos en sus teleinformativos, sigue un esquema un poco diferente y dedica escaso tiempo a la *Crónica internacional*, tema que suele ser prioritario en las otras cadenas.

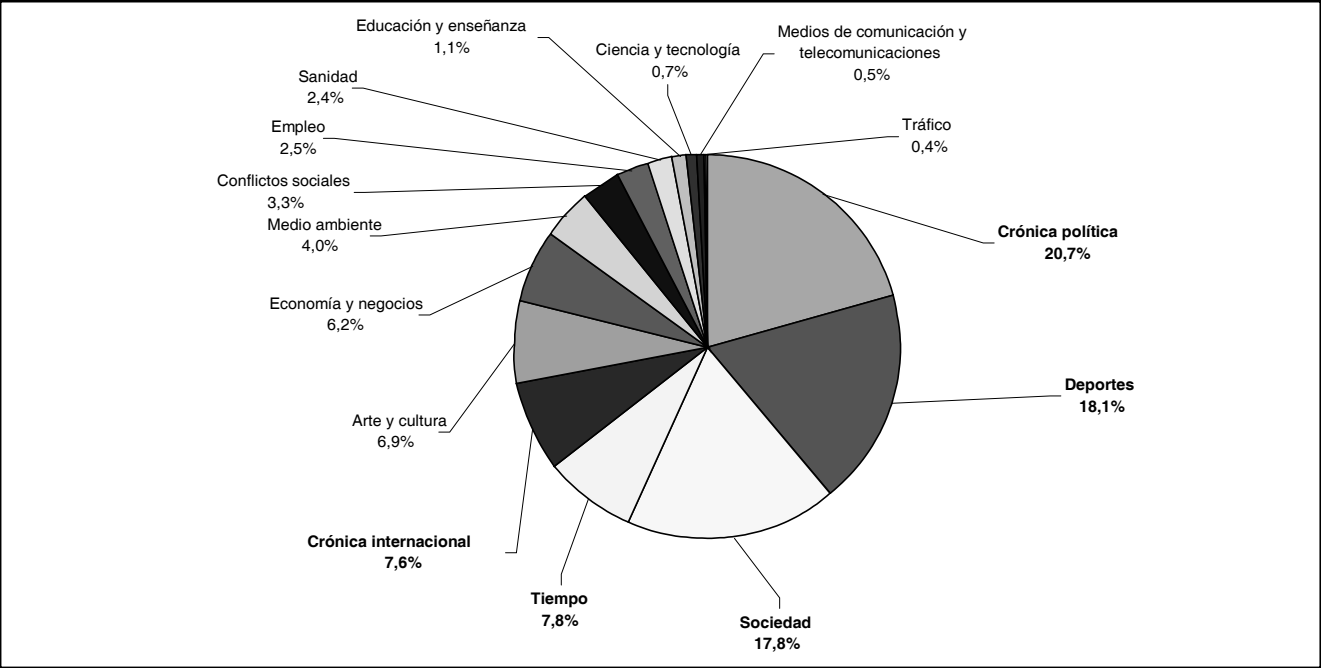
Así, podemos decir que todas las cadenas, a excepción de Localia, siguen un mismo esquema en cuanto a la trascendencia que dan a los temas: hay ciertos temas que siempre ocupan el primer plano de la agenda informativa de

Cuadro 1. TV3. Tiempo de noticia por descriptor temático durante el periodo 2003-2005



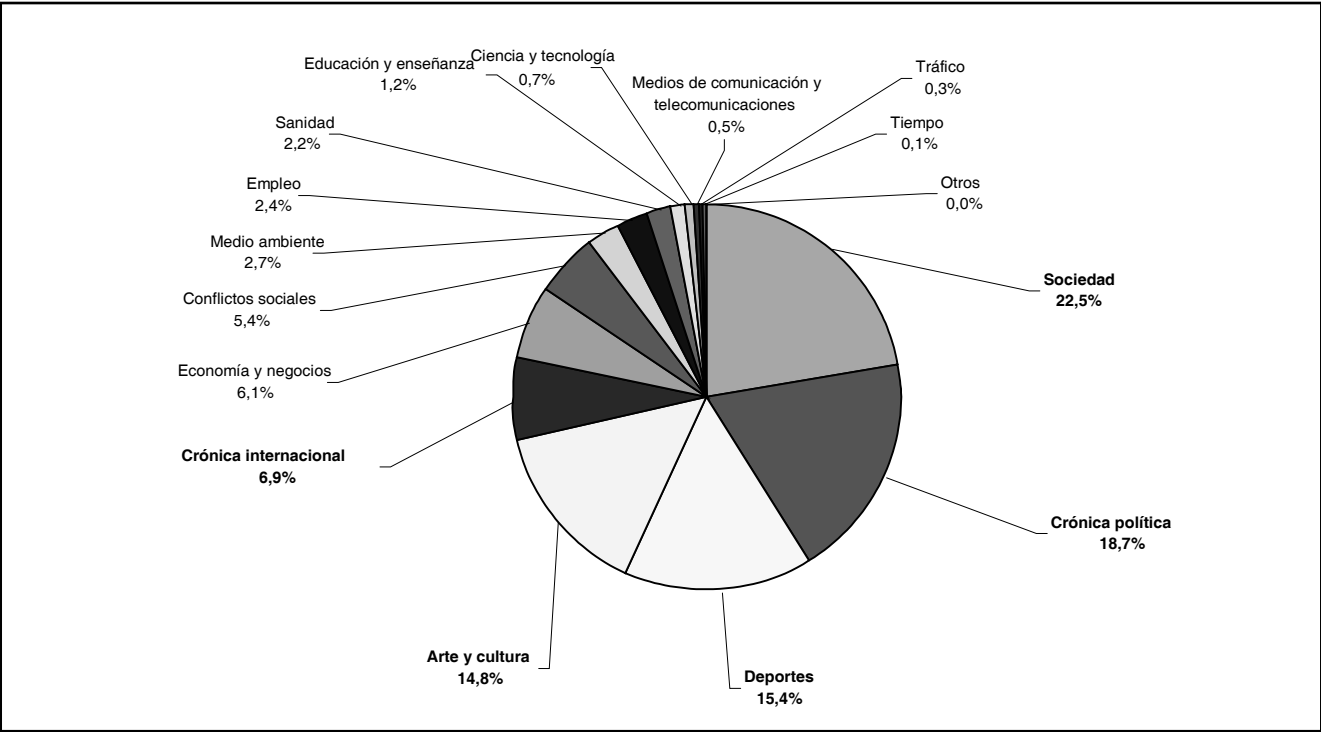
Fuente: elaboración propia

Cuadro 2. TVE en Cataluña. Tiempo de noticia por descriptor temático durante el periodo 2003-2005



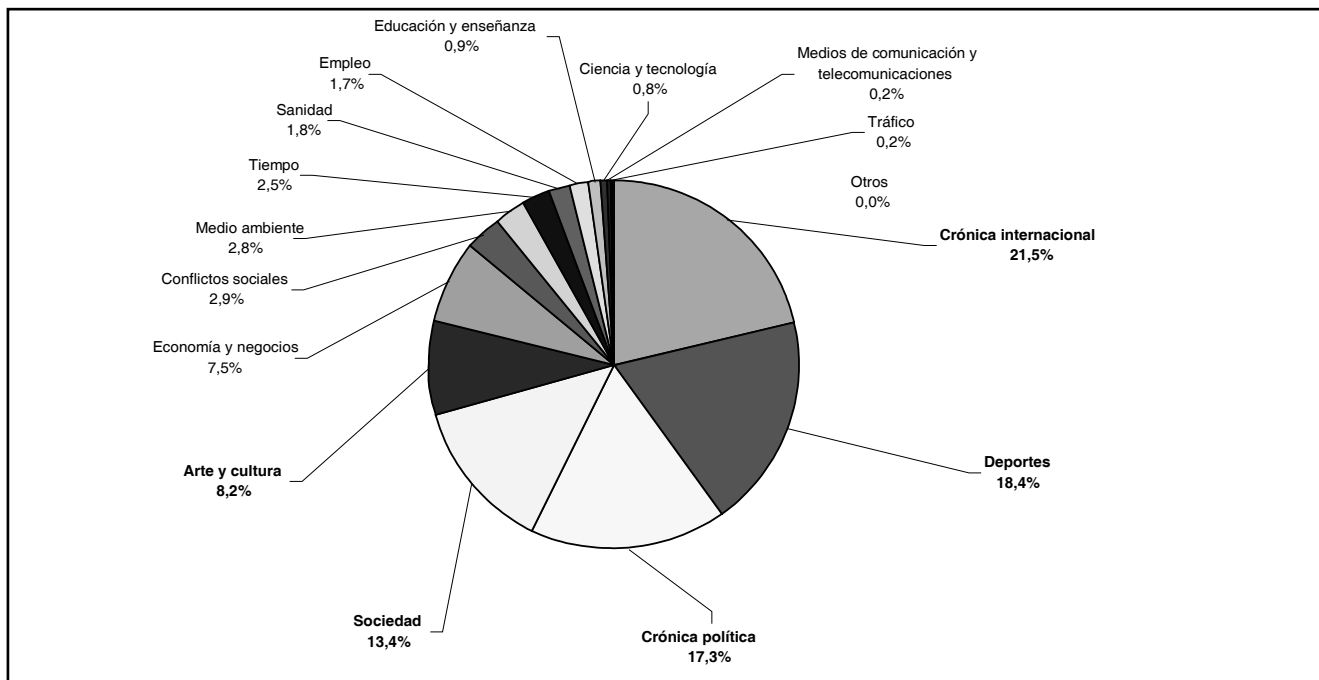
Fuente: elaboración propia

Cuadro 3. BTV. Tiempo de noticia por descriptor temático durante el periodo 2003-2005



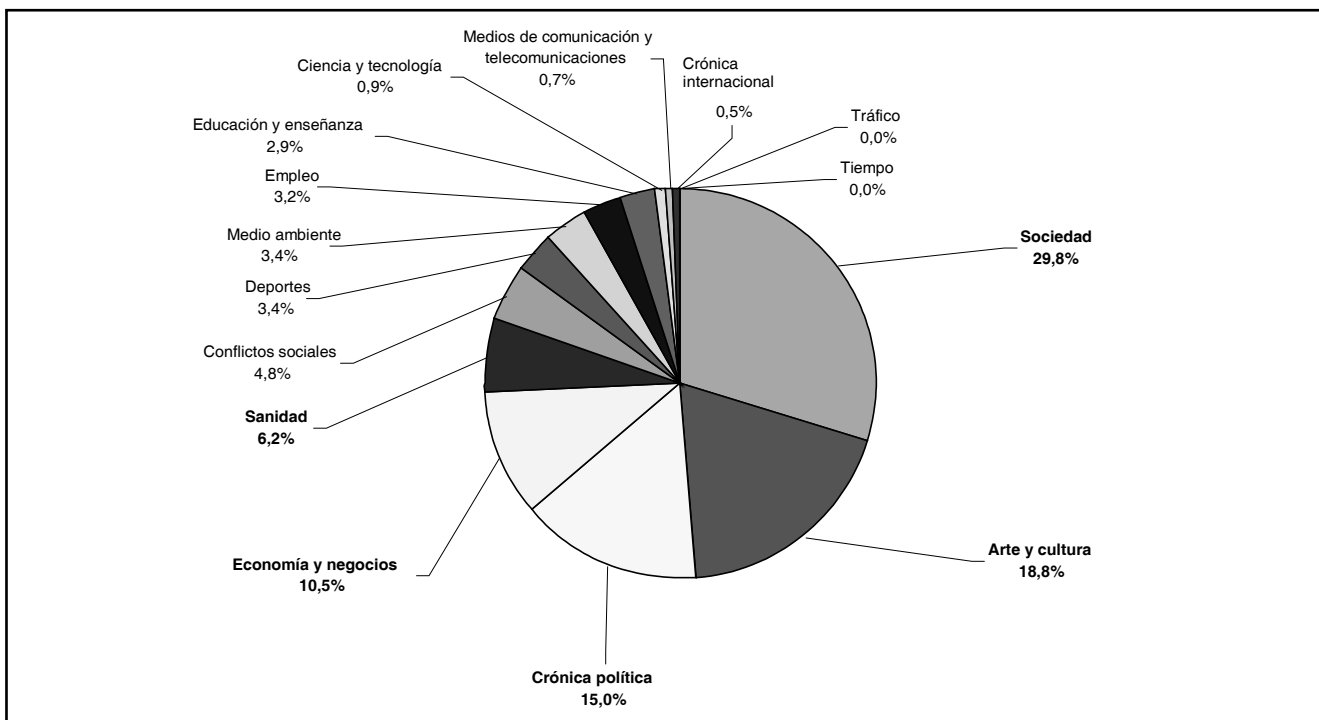
Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. Citytv. Tiempo de noticia por descriptor temático durante el periodo 2003-2005



Fuente: elaboración propia

Cuadro 5. Localia. Tiempo de noticia por descriptor temático durante el periodo 2003-2005



Fuente: elaboración propia

Cuadro 6. Todas las cadenas. Porcentaje de aparición de los temáticos *Deportes*, *Sociedad* y *Tiempo* en los teletinformativos (2003-2005)

Cadena	Deportes (%)	Sociedad (%)	Tiempo (%)	Total (%)
TV3	19,9	14,2	0,8	34,9
TVE en Cataluña	18,1	17,8	7,8	43,7
BTV	15,4	22,5	0,1	38
Citytv	18,4	13,4	2,5	34,3
Localia	3,4	29,8	0,0	33,2

Fuente: elaboración propia

televisión y, en cambio, otros se quedan en segundo término. *Arte y cultura*, *Crónica política*, *Crónica internacional*, *Deportes* y *Sociedad* son los temas con mayor envergadura, mientras que *Medios de comunicación y telecomunicaciones*, *Educación y enseñanza* y *Ciencia y tecnología* son los temas con menos presencia.

¿Tienden los teletinformativos a la espectacularización y banalización de las noticias?

Con los datos de que disponemos, la observación de la espectacularización o la banalización de los teletinformativos se podría abordar desde dos ópticas diferentes: la temática dominante y la concesión de tiempo de palabra. En este sentido, una presencia significativa de noticias agrupadas dentro de los temáticos *Sociedad*, *Tiempo* y *Deportes*, así como la recurrencia a la inclusión de insertos correspondientes a la agrupación *Otros*, indicarían una espectacularización de los teletinformativos.

Presencia de los temáticos *Sociedad*, *Tiempo* y *Deportes*

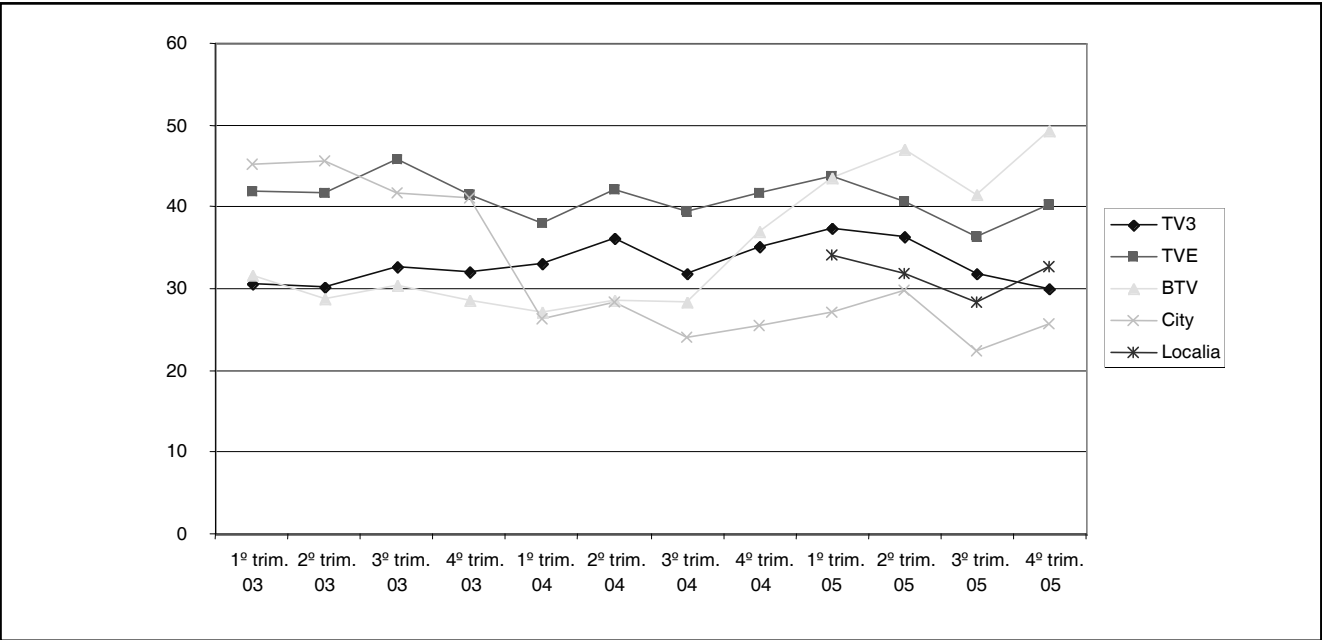
Un volumen importante de noticias sociales, deportivas y meteorológicas, que se traduciría en la presencia de los temáticos *Sociedad*, *Tiempo* y *Deportes*, sería un signo de tendencia a la banalización de los teletinformativos. En cuanto al temático *Tiempo*, es preciso puntualizar que, para los informes mensuales de observancia de pluralismo, sólo se analizan aquellas noticias contenidas dentro de los

teletinformativos, por lo que queda fuera de este estudio cualquier bloque anexo al informativo pero que no forme parte del mismo (como sucede, en alguna emisora, con el espacio *El Tiempo*). Así pues, el temático *Tiempo* tiene una presencia bastante baja en la muestra analizada salvo en las cadenas que habitualmente incluyen la previsión meteorológica en el informativo.

La suma de los tres temáticos mencionados conforma, en todas las cadenas, más del 33% del tiempo total de noticias de un teletinformativo (los bloques de titulares, de segundos titulares y de resumen no se adscriben a un temático). Este porcentaje alcanza el 43,7% en el caso de TVE en Cataluña, que habitualmente incluye la información meteorológica en el teletinformativo. Si omitimos el temático *Tiempo* para la variación entre cadenas, la suma de los temáticos *Deportes* y *Sociedad* es siempre superior al 30%: oscila entre el 31,8% de Citytv y el 37,9% de BTV.

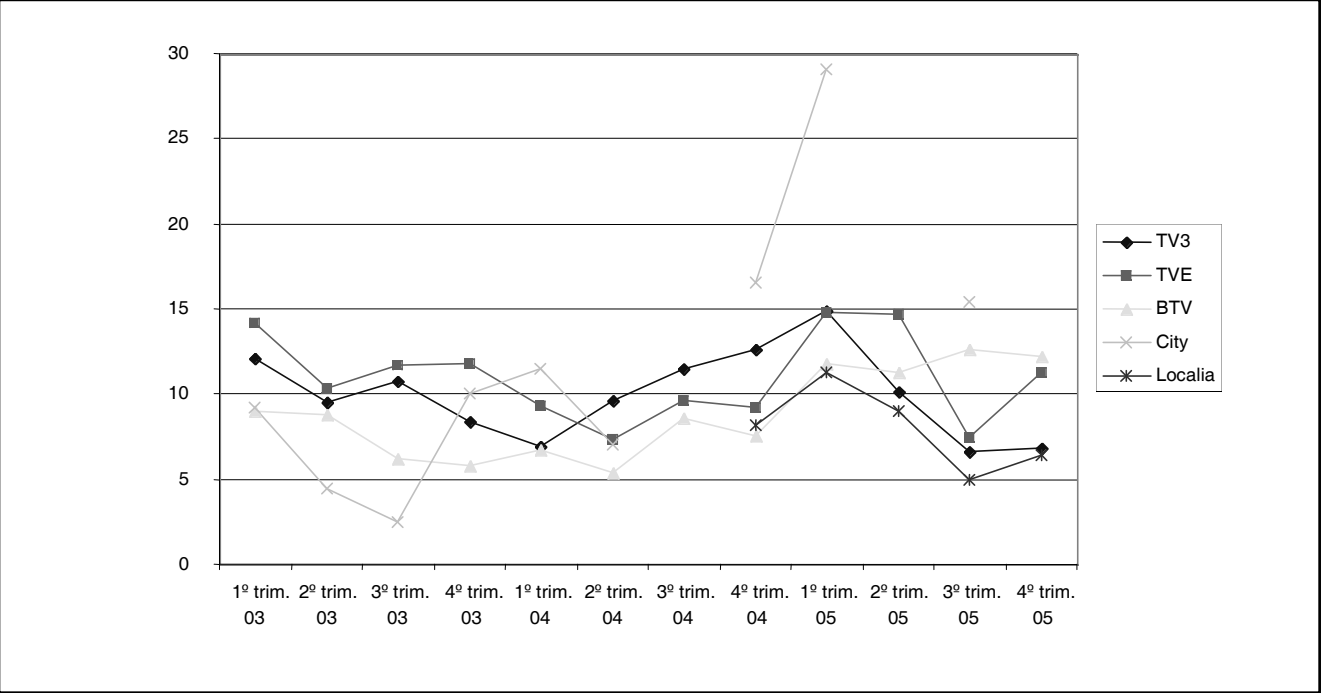
En cuanto a la visión diacrónica de la suma de los tres temáticos a lo largo del periodo analizado, se observa que, pese al alto porcentaje de noticias relacionadas con los temáticos mencionados, éste se mantiene y no varía significativamente durante un mismo año ni de un año a otro. En este sentido, la teoría de que en verano los teletinformativos tienden a ser menos densos por la falta de hechos noticiables no se refleja en la mayoría de emisoras: los terceros trimestres siguen la tónica general del resto de trimestres, ya que los temáticos *Sociedad*, *Deportes* y *Tiempo* tienen una presencia similar durante todo el año. Así, la densidad vendría determinada por una cuestión más cuantitativa (duración de los teletinformativos) que cualitativa (contenido de los teletinformativos).

Cuadro 7. Evolución trimestral de los temáticos *Sociedad, Tiempo y Deportes*



Fuente: elaboración propia

Cuadro 8. Evolución trimestral de la agrupación *Otros*



Fuente: elaboración propia

A diferencia del resto de emisoras, BTV sí que presenta un punto de inflexión en el cuarto trimestre de 2004. Mientras que la suma de los temáticos *Sociedad, Tiempo y Deportes* ha sido hasta ese momento de entre el 27% y el 31% del tiempo total de noticias con temático del teleinformativo, a partir de este punto cambia la tendencia y comienza un aumento que culmina, en el cuarto trimestre de 2005, con el 49%. Esto podría deberse al hecho de que el teleinformativo de noche aumenta su duración e incrementa así el número de noticias con los temáticos *Deportes y Sociedad*.

Por otra parte, la figura diacrónica muestra una variación remarcable entre el cuarto trimestre de 2003 y el primero de 2004 en Citytv: la suma de los tres temáticos pasa de ser del 41,2% al 26,3%. Por su parte, en BTV los teleinformativos, que antes duraban de 15 a 20 minutos, ahora pasan a durar entre 5 y 7, y se supone que las noticias más banales se dejan de lado para centrarse en los hechos realmente noticiables.

Presencia de insertos correspondientes a la agrupación *Otros*

Una gran presencia de insertos correspondientes a la agrupación *Otros* podría ser otro indicio de banalización de los teleinformativos. En este grupo se engloban los actores ocasionales afectados de algún modo por la noticia, pero que no se pueden incluir en ninguna de las agrupaciones políticas y no políticas establecidas. La presencia elevada de esta agrupación indicaría que la emisora tiende a hacer prevalecer la opinión de la gente de la calle por encima de la opinión de los especialistas en temas determinados, priorizando así la información de testimonio y haciendo un periodismo de proximidad.

La figura diacrónica muestra que la agrupación *Otros* de los actores no políticos mantiene una evolución estable a lo largo de los tres años y dentro de los diferentes trimestres del año. En este sentido, el porcentaje de tiempo de palabra de los actores clasificados dentro de la agrupación *Otros* está siempre por debajo del 15% del tiempo de palabra de todos los actores.

Un caso aparte es Citytv, que sigue un curso muy variable en relación con la agrupación *Otros*, donde el tiempo de

palabra de las agrupaciones políticas y no políticas representa entre el 0% y el 29% del total.

Podemos afirmar que si la banalidad y la espectacularización se pueden medir por la alta presencia de hechos sociales, deportivos y meteorológicos, así como por una gran cantidad de insertos de actores correspondientes a la agrupación *Otros*, los teleinformativos del periodo 2003-2005 han dedicado un tercio del tiempo de noticia a estos hechos y de un 5% a un 15% del tiempo de palabra a esta agrupación. BTV es la única cadena con una evolución creciente del porcentaje de estos temáticos y de esta agrupación de actores, sobre todo a partir del cuarto trimestre de 2004.

Acontecimientos que tienen mayor presencia en los teleinformativos

Para el tratamiento de cada uno de los hechos ocurridos a lo largo de los tres años, se ha procedido a trabajar a partir de ítems informativos, que son el resultado del conjunto de noticias surgidas a lo largo del tiempo a raíz de un mismo acontecimiento.

Los cuadros siguientes muestran los acontecimientos que superan el 1% del tiempo total de noticia en cada una de las emisoras durante el periodo analizado. Hay que señalar que Localia es la cadena que difiere más del resto, puesto que el análisis de sus teleinformativos comienza en noviembre de 2004 y, por lo tanto, los principales acontecimientos de los que se ha hablado no son los mismos que en las emisoras con informativos desde enero de 2003.

Como se puede observar, el conflicto en Irak, entendido como todos los hechos relacionados con la guerra en este país, la posguerra, los actos de rechazo, las elecciones, el aniversario del inicio de la guerra, los atentados suicidas y las elecciones, ocupa el primer lugar en todas las emisoras excepto en Localia. El estatuto catalán, que engloba la propuesta de un nuevo estatuto, las cumbres políticas para hablar sobre el tema y el debate en torno a su elaboración, ha sido un tema de fuerte significación en todas las emisoras, con la excepción de BTV, donde este tema no figura entre los primeros. En cambio, en esta misma cadena, el Fórum 2004, que incluye las noticias previas, posteriores y sucedidas durante el transcurso de la celebración del

Fórum de las Culturas de Barcelona, ha tenido una gran trascendencia. El hundimiento en el barrio del Carmel, que comprende todos los acontecimientos relacionados con el hundimiento causado por las obras del metro de Barcelona y las noticias relacionadas con la comisión de investigación sobre los hechos, figura entre los primeros temas en Localia, BTV y TVE en Cataluña. Por su parte, el tema de la inmigración, que agrupa todas las noticias relacionadas con el tema, así como las reformas de las leyes de extranjería, supera el 1% del tiempo de noticia total en todas las emisoras excepto en Citytv. El conflicto entre Israel y Palestina es un tema destacado básicamente en

TV3 y Citytv. Finalmente, el 11-M, que engloba tanto los atentados terroristas como todos los acontecimientos ocurridos a raíz de estos hechos (operación policial contra los autores del 11-M, comisión de investigación, proceso judicial y aniversario de los hechos), tiene un tiempo de noticia alto en todas las emisoras a excepción de Localia.

A nivel particular, TVE en Cataluña incluye, entre los hechos con más tiempo de noticia, los temporales y las olas de frío o calor y los accidentes de tráfico y las medidas para evitarlos. Citytv, por su parte, trata el terrorismo de ETA (atentados, movilizaciones, anuncios de tregua, golpes anti-terroristas, juicios a etarras, planes especiales de seguridad

Cuadro 9. Principales acontecimientos, en cuanto a tiempo de noticia, en los teletinformativos de TV3 durante el periodo 2003-2005

Ítem informativo	Duración	% sobre tiempo de not. total
Conflicto en Irak	97:28:47	5,9
Estatuto catalán	28:02:37	1,7
Inmigración	24:12:36	1,5
Conflicto entre Israel y Palestina	20:35:52	1,2
11-M	17:56:28	1,1
Total tiempo de noticia	1.652:32:30	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Principales acontecimientos, en cuanto a tiempo de noticia, en los teletinformativos de TVE en Cataluña durante el periodo 2003-2005

Ítem informativo	Duración	% sobre tiempo de not. total
Conflicto en Irak	21:16:19	3,6
Estatuto catalán	10:06:14	1,7
11-M	8:53:23	1,5
Temporales y olas de frío o calor	7:37:23	1,3
Fórum 2004	7:10:34	1,2
Inmigración	6:46:13	1,2
Hundimiento en el barrio del Carmel	6:31:32	1,1
Accidentes de tráfico y medidas para evitarlos	5:49:23	1,0
Total tiempo de noticia	584:55:01	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Principales acontecimientos, en cuanto a tiempo de noticia, en los teletinformativos de BTV durante el periodo 2003-2005

Ítem informativo	Duración	% sobre tiempo de not. total
Conflicto en Irak	47:32:12	4,1
Fórum 2004	28:31:39	2,5
Hundimiento en el barrio del Carmel	18:58:06	1,6
Inmigración	17:01:47	1,5
11-M	11:30:36	1,0
Total tiempo de noticia	1.163:22:37	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Principales acontecimientos, en cuanto a tiempo de noticia, en los teletinformativos de Citytv durante el periodo 2003-2005

Ítem informativo	Duración	% sobre tiempo de not. total
Conflicto en Irak	7:42:44	9,4
Conflicto entre Israel y Palestina	1:42:39	2,1
11-M	1:06:46	1,4
Estatuto catalán	0:51:44	1,1
Terrorismo de ETA	0:51:31	1,0
Total tiempo de noticia	82:06:23	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Principales acontecimientos, en cuanto a tiempo de noticia, en los teletinformativos de Localia durante el periodo 2003-2005

Ítem informativo	Duración	% sobre tiempo de not. total
Hundimiento en el barrio del Carmel	4:25:05	4,7
Estatuto catalán	4:23:40	4,6
Inmigración	2:10:09	2,3
Financiación autonómica	1:22:18	1,4
Sequía de 2005	0:55:55	1,0
Violencia doméstica	0:55:32	1,0
Total tiempo de noticia	94:44:10	100

Fuente: elaboración propia

y comunicados de la banda terrorista) como un bloque de noticias de envergadura. Localia incluye, además, la financiación autonómica, la sequía de 2005 y la violencia doméstica.

De las noticias que más representación tienen en el periodo 2003-2005 cabe destacar especialmente el 11-M y el hundimiento en el barrio del Carmel, dos *hechos excepcionales*, según el concepto de Grossi. Estos ítems informativos no suceden al principio del análisis (enero de 2003), sino que surgen más adelante y alcanzan una importancia similar a los otros. En este sentido, el 11-M aparece a raíz de los atentados de marzo de 2004 y, en menos de dos años, la atención mediática que se le dedica es tan importante que pasa a formar parte de los acontecimientos con más tiempo de noticia. Lo mismo sucede con el hundimiento en el barrio del Carmel, ya que desde que ocurrieron los hechos el 27 de enero de 2005, la atención informativa, sobre todo en TVE en Cataluña y BTV, se sitúa a unos niveles similares a los del resto de ítems informativos con más tiempo de noticia.

En resumen, se pueden fijar siete grandes ítems informativos de los que se ha hablado en los teletinformativos durante el periodo 2003-2005: el conflicto en Irak, el estatuto catalán, la inmigración, el Fórum 2004, el conflicto entre Israel y Palestina, el hundimiento en el barrio del Carmel y el 11-M (estos dos últimos, hechos excepcionales).

Evolución de la atención informativa de los temas con más tiempo de noticia

Por norma general, el curso de los cinco hechos principales (analizado, en los cuadros, en tramos trimestrales) es parecido en todas las cadenas a excepción de Localia, que comienza sus emisiones en noviembre de 2004 y cuya evolución, por tanto, no es comparable a la del resto.

Conflicto en Irak

El conflicto en Irak ha sido el principal acontecimiento del periodo analizado y ha tenido una evolución similar en todas las emisoras. En TV3 y Citytv ha sido el tema principal de los teletinformativos durante más de dos años. En TVE

en Cataluña y BTV la duración ha sido inferior (un año y tres meses), pese a ser también el tema predominante.

El mayor volumen de noticias se produce durante el primer y segundo trimestre de 2003, periodo que comprende el inicio de la guerra y la proclamación por parte de George Bush del fin de las principales operaciones militares (del 20 de marzo al 1 de mayo). El primer trimestre contiene, sobre todo, un porcentaje muy elevado de noticias relacionadas con el tema: los actos de rechazo a la guerra (escudos humanos, llamamientos y manifiestos contra la guerra, recogida de firmas...), la manifestación del 15 de febrero contra la guerra en Irak, la dinámica política (posiciones a favor y en contra de la participación de España en el conflicto) y el inicio de la invasión. Estas noticias conforman entre el 15% y el 23% del tiempo total de noticia de los teletinformativos. El segundo trimestre contiene las noticias relacionadas con el día a día de las operaciones militares en Irak, los actos de rechazo llevados a cabo por la sociedad civil, el inicio de la posguerra y la reconstrucción del país.

El conflicto en Irak mantiene su predominio sobre el resto de noticias hasta finales de 2004. Durante este año, en el segundo trimestre, vuelve a haber una punta informativa que coincide, en todas las emisoras, con el momento en el que el recién estrenado presidente Zapatero cumple con la promesa electoral de retirar las tropas españolas de Irak. Abril es también el momento en que la resistencia iraquí opta por el secuestro de civiles extranjeros como política intimidatoria, medida que da lugar a un gran volumen de noticias.

Estatuto catalán

El estatuto catalán es otro de los acontecimientos centrales del periodo 2003-2005 pese a que dista mucho, en cuanto a tiempo de noticia, del conflicto en Irak. La evolución se mantiene en todas las emisoras por debajo del 1% del total de tiempo de noticia de los teletinformativos hasta el tercer trimestre de 2005, cuando las noticias relativas a las negociaciones para la elaboración del nuevo estatuto llegan a un consenso. Así, el 29 de septiembre se consigue el visto bueno necesario para que la propuesta salga adelante, lo que lleva a que el día 30 se apruebe, en sesión parlamentaria, el nuevo estatuto.

A partir de este momento, comienza un trimestre, el último

de 2005, repleto de noticias relacionadas con el estatuto, tanto a nivel nacional como estatal. En Cataluña, el Gobierno inicia una campaña para darlo a conocer; en el Estado español, el proyecto del estatuto comienza un recorrido que lo llevará a su aprobación, por parte de las Cortes Generales, en mayo de 2006. El proceso incluye la entrega del proyecto de estatuto al Congreso de los Diputados, la aprobación de la admisión a trámite de la propuesta, la presentación de un recurso de inconstitucionalidad por parte del PP y su posterior rechazo, la presentación del proyecto en el Congreso por parte de tres parlamentarios catalanes y la presentación de enmiendas. En TV3 y Localia, el porcentaje de noticias sobre el estatuto durante este periodo alcanza el 11% del total de tiempo de noticia de los teletinformativos.

Inmigración

Las noticias relacionadas con la inmigración han tenido un curso estable a lo largo de los tres años en todas las emisoras analizadas. Ha habido dos puntas informativas correspondientes al segundo y tercer trimestre de 2004 y a los últimos tres trimestres de 2005. La inmigración engloba todas las noticias que tienen que ver con la llegada de inmigrantes al Estado español, el naufragio de pateras, las reformas diversas de la ley de extranjería, las protestas de inmigrantes, la llegada de temporeros para la recogida de fruta, la adaptación de este colectivo a nuestra sociedad, etc.

La primera punta informativa, que corresponde al segundo y al tercer trimestre de 2004, se debe al encierro-protesta de inmigrantes no regularizados en iglesias del centro de Barcelona para reclamar una salida con garantías ante la amenaza que suponía la Ley de Extranjería. Desde principios de junio y durante 48 días, el encierro propició un alud de noticias en todas las emisoras analizadas que, sumado a las habituales noticias sobre las llegadas de pateras durante el verano, daba una importancia especial al tema.

La segunda punta informativa, de abril a diciembre de 2005, engloba las noticias relacionadas con el final del proceso de normalización de extranjeros llevado a cabo por el Gobierno español y las protestas que este proceso comportó reclamando la flexibilización de los requisitos para acogerse al mismo. Además, debe sumarse la llegada de inmigrantes a las vallas fronterizas de Ceuta y Melilla en

septiembre de 2005, y las denuncias de diversas entidades por el trato de las autoridades.

Fórum 2004

El 9 de mayo de 2004 se inaugura en Barcelona el Fórum Universal de las Culturas, un acontecimiento que, a lo largo de 141 días, organizó exposiciones, espectáculos y conferencias relacionados con la diversidad cultural. Así, el tema Fórum 2004 tiene una especial relevancia durante el segundo y el tercer trimestre de 2004, periodo en el que quedó comprendido el acontecimiento cultural.

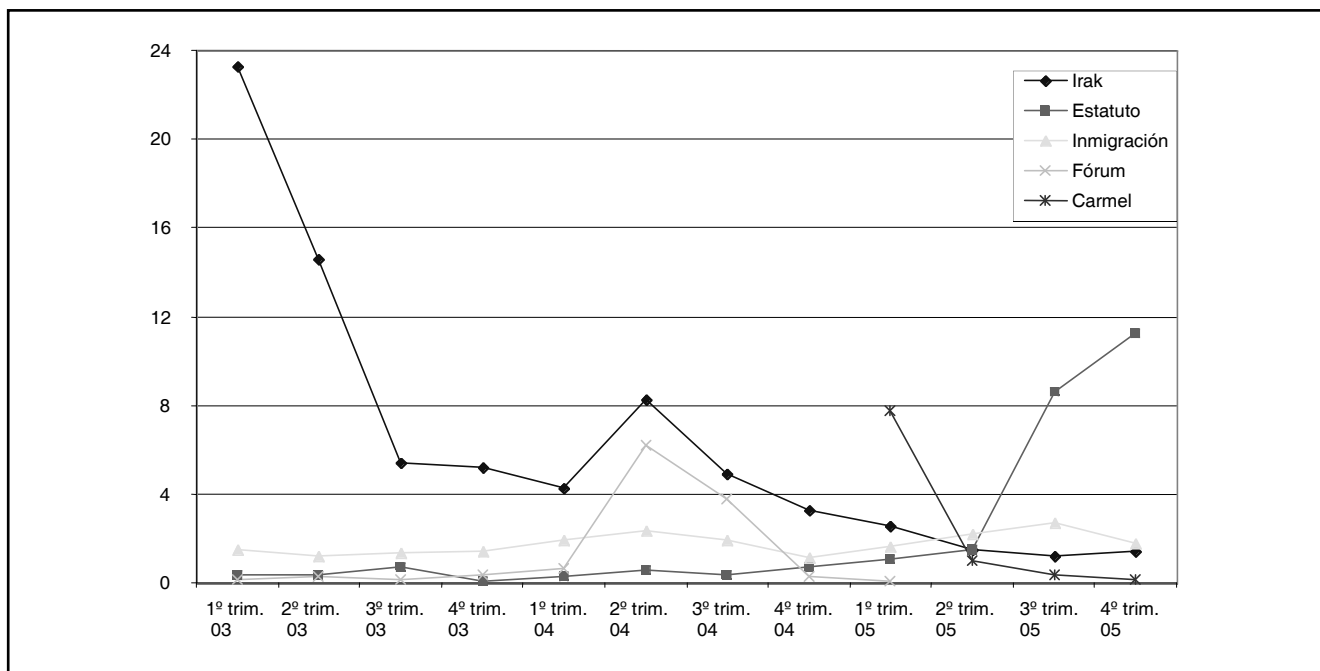
Desde enero de 2003, el acontecimiento suscitó informaciones: el estado de las obras de construcción de los edificios del recinto, los acuerdos con entidades, las informaciones sobre los posibles conferenciantes, las jornadas de puertas abiertas, los planes de seguridad, las campañas para darlo a conocer, etc. No obstante, es durante los meses de mayo a septiembre de 2004 cuando el peso de las noticias es más fuerte, con información diaria de las actividades que se llevan a cabo. Una vez terminado el Fórum, las emisoras empezaron a reducir el número de noticias (pese a que aún se informaba sobre la subasta de artículos y los balances de los personajes políticos) hasta que, durante el primer trimestre de 2005, las noticias sobre el tema desaparecieron de las agendas de los teletinformativos.

Todas las emisoras se hicieron eco del Fórum, pero BTV fue la cadena que se volcó en la información sobre las actividades que se llevaban a cabo. En este sentido, las noticias sobre el Fórum llegaron a ocupar, durante el segundo trimestre de 2004, el 15% del tiempo total de noticias de los teletinformativos de BTV, y superaron, por primera vez, el conflicto en Irak hasta cuadruplicar su tiempo de noticia. Durante este mismo periodo, TVE en Cataluña también dio más importancia a las noticias del Fórum que a las del conflicto.

Hundimiento en el barrio del Carmel

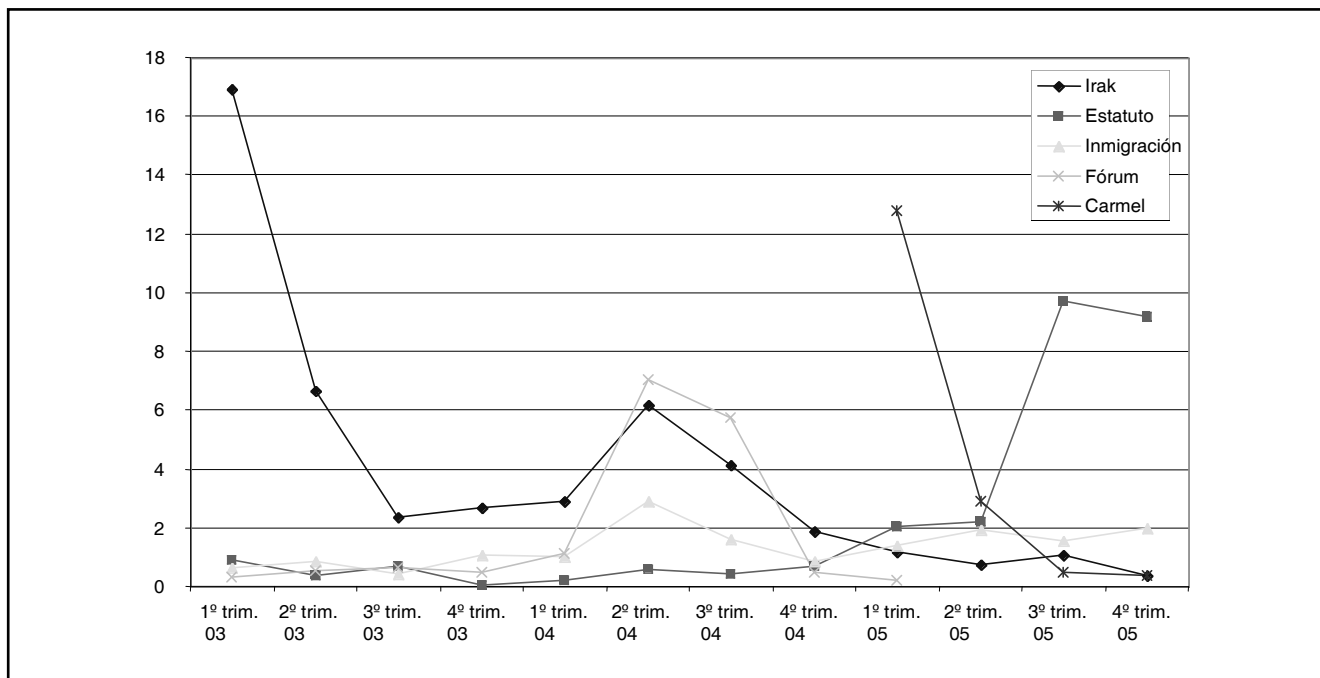
El 27 de enero de 2005, las obras de construcción de la línea 5 del metro de Barcelona provocaron un socavón de 18 metros de diámetro y 35 de profundidad en la calle de Calafell del barrio del Carmel. No hubo víctimas mortales

Cuadro 14. Evolución en TV3 de los cinco principales temas del periodo 2003-2005



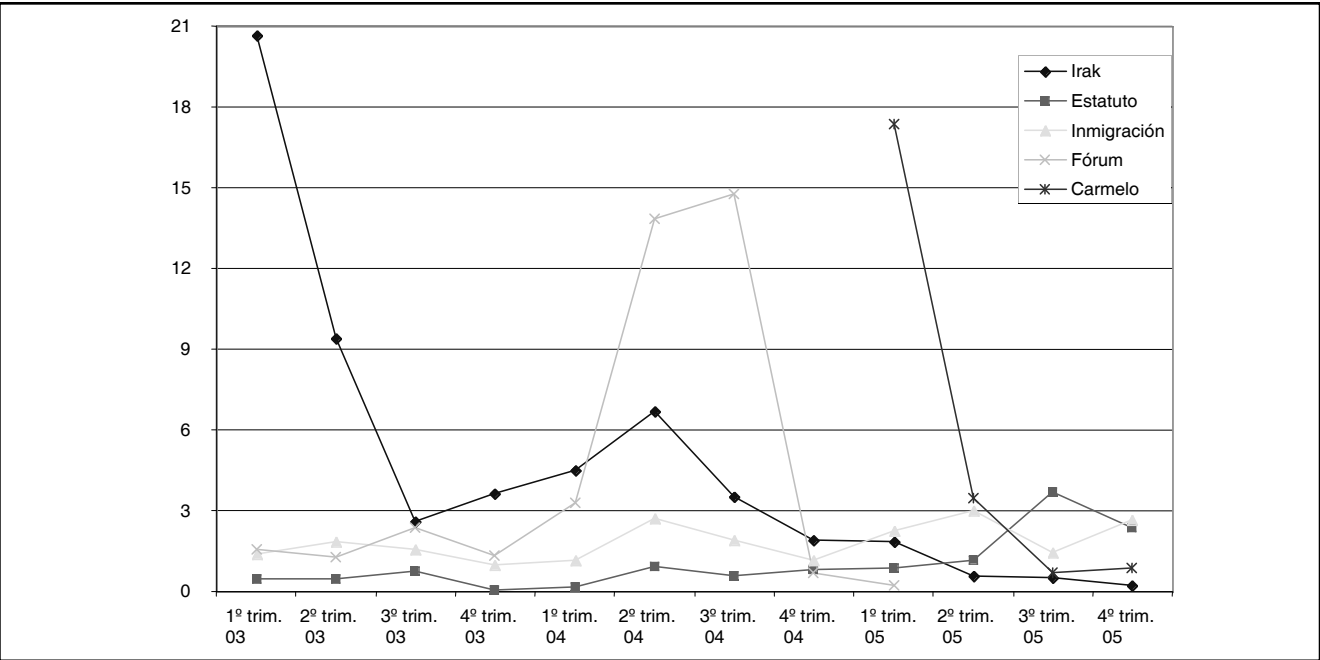
Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Evolución en TVE en Cataluña de los cinco principales temas del periodo 2003-2005



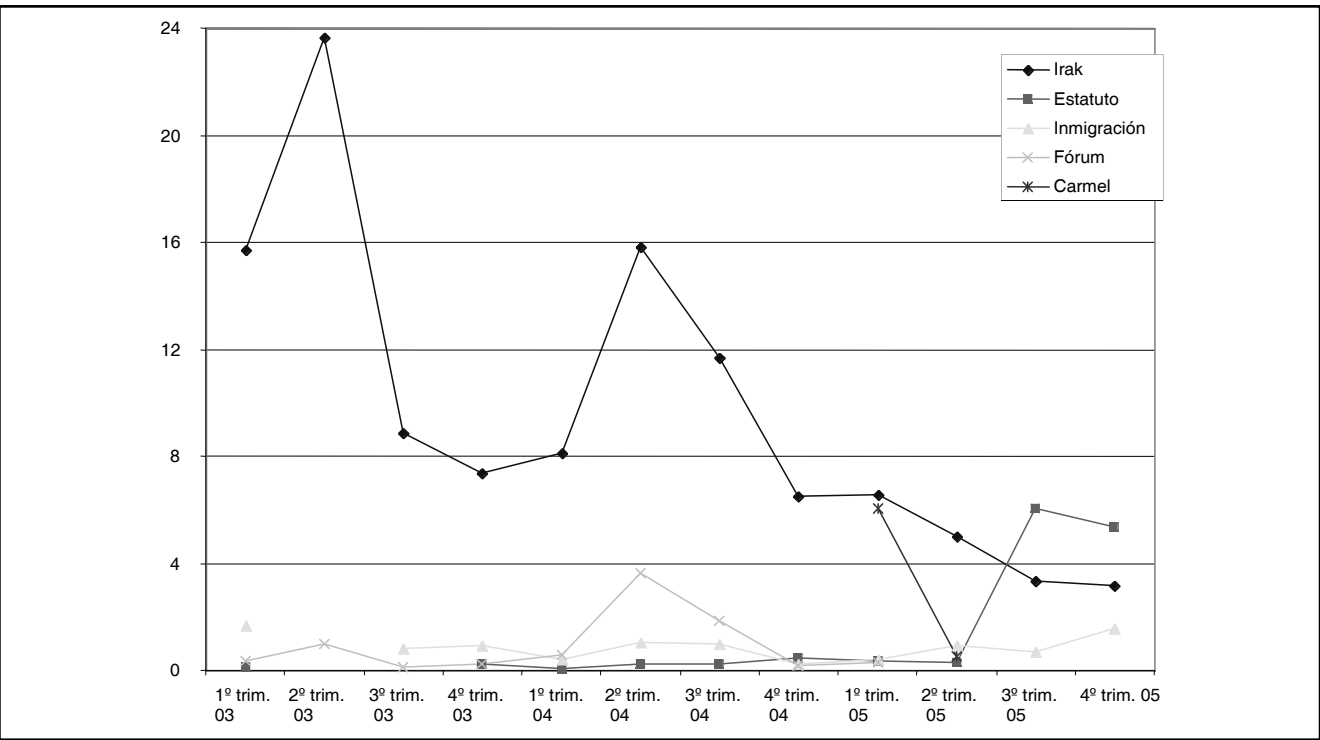
Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Evolución en BTv de los cinco principales temas del periodo 2003-2005



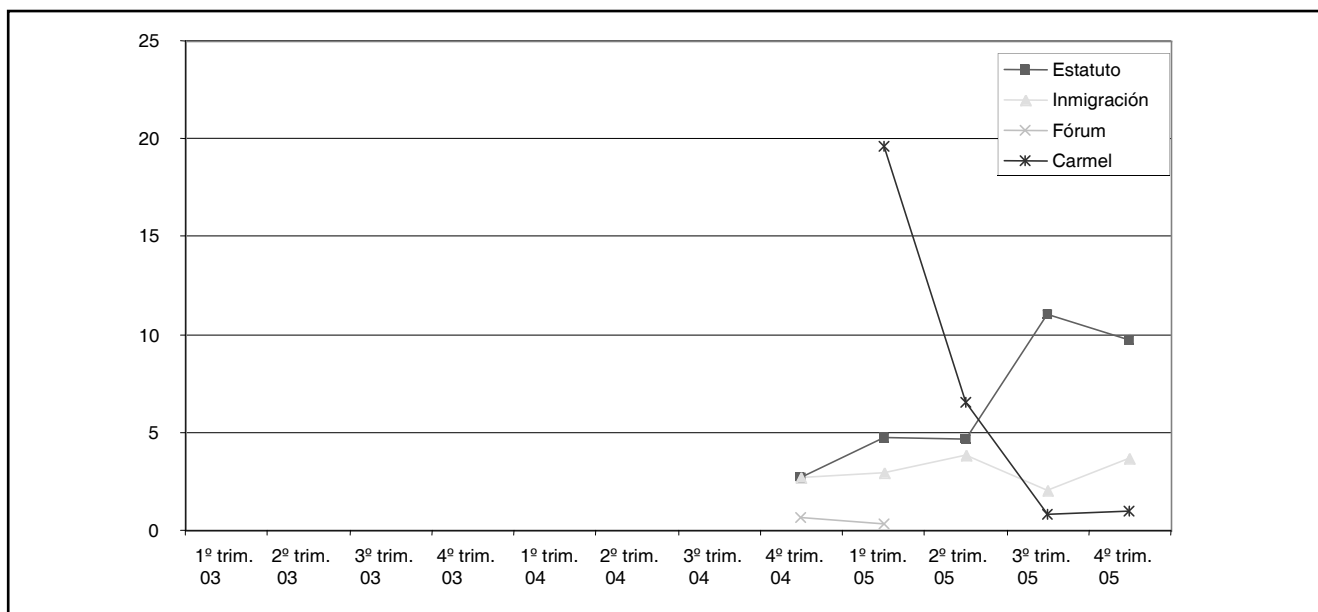
Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Evolución en Citytv de los cinco principales temas del periodo 2003-2005



Fuente: elaboración propia

Cuadro 18. Evolución en Localia de los cinco principales temas del periodo 2003-2005



Fuente: elaboración propia

porque se había desalojado el edificio dos días antes. Sin embargo, 1.057 personas fueron evacuadas de sus casas. La magnitud de los hechos, así como las posibles causas y los posteriores efectos llenaron los teletinformativos del primer trimestre del año de noticias relacionadas con el tema. El 26 de febrero, el PP presentó una moción de censura contra el presidente Maragall, que finalmente no prosperó. Por otra parte, se inició la investigación judicial para determinar los responsables del hundimiento y se creó la comisión de investigación, que el 25 de mayo aprobó el dictamen de las conclusiones.

Hasta finales de año, los teletinformativos de las cadenas analizadas siguieron emitiendo noticias relacionadas con la evolución del barrio aunque en menor cantidad: escuelas y calles reabiertas, vecinos desalojados que vuelven en casa, indemnizaciones que no llegan, proyectos de rehabilitación del barrio, quejas vecinales, etc.

El hundimiento en el barrio del Carmel tiene carácter de hecho excepcional en tanto que concentra durante un periodo muy corto un gran volumen de noticias. BTV es la emisora que concede mayor atención informativa a los hechos, con un 17,4% del tiempo de noticia en el primer trimestre de 2005. En TV3 el acontecimiento es el primero que supera al conflicto de Irak durante el primer trimestre de

2005 con un 8% del tiempo de noticia. En TVE en Cataluña, durante el mismo periodo las noticias sobre el socavón llegan a casi el 13% y, en Localia, al 19,6%.

Podemos concluir diciendo que cinco acontecimientos han centrado la agenda informativa de los teletinformativos del periodo 2003-2005, con una fuerte predominancia del conflicto en Irak. Éste, junto con el estatuto catalán, la inmigración, el Fórum 2004 y el hundimiento en el barrio del Carmel ha seguido un mismo esquema en las diferentes emisoras, marcado por la actualidad informativa. Las posibles variaciones tienen que ver con el carácter local de alguno de estos acontecimientos, que, lógicamente, recibirán una atención especial en las cadenas locales. Un caso aparte es la emisora Localia, cuya evolución dista mucho de la del resto de cadenas porque inició sus emisiones en noviembre de 2004.

La comparación entre cadenas de la atención informativa a los diferentes acontecimientos nos muestra que TV3 y TVE en Cataluña siguen un patrón similar (las puntas informativas van en paralelo), mientras que BTV (más centrada en temas de la ciudad de Barcelona), Citytv (con duraciones muy inferiores) y Localia (incomparable porque no se dispone de la serie completa) son difícilmente equiparables.

La presencia de los actores políticos en los teleinformativos

Laura Rodas

- *Este artículo responde básicamente a las preguntas siguientes: ¿qué actores políticos han hablado? y ¿cuánto han hablado? Constituye asimismo una primera aproximación al comportamiento de las emisoras analizadas en relación con el pluralismo político. Siempre en términos de tiempo de palabra, se analizan las voces gubernamentales respecto al conjunto de voces políticas; los actores políticos que, a título individual, han hablado más en los teleinformativos y qué agrupaciones de actores políticos han obtenido una presencia más destacada.*

Palabras clave

Pluralismo, teleinformativos, política, Cataluña, España

Análisis de las voces gubernamentales

Para analizar el peso de las voces gubernamentales, sólo se han tenido en cuenta tres emisoras (TV3, TVE en Cataluña y BTV), que son las que comparten una muestra más homogénea a lo largo del periodo analizado. En este sentido, las tres cadenas coinciden en otorgar un peso bastante parecido, entre el 41,3% y el 47%, a la suma de los tres principales ámbitos gubernamentales (Gobierno de Cataluña, Gobierno del Estado y gobiernos locales, incluyendo al Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona y al del resto de municipios catalanes). Sin embargo, el reparto de este tiempo de palabra entre cada uno de los ámbitos competenciales varía según la cadena, sobre todo en cuanto al peso otorgado al ámbito local¹, que va del 6,1% en TV3 (de alcance autonómico) hasta el 19,6% de BTV (de alcance local).

La observación de los datos no permite ir más allá de la mera comparación entre cadenas ya que, puesto que no existe ninguna norma establecida sobre cuál tendría que ser el peso relativo de los gobiernos en relación con el resto de actores políticos, resulta imposible realizar un análisis de verificación de norma. Las figuras que siguen a continuación contribuyen a completar, de forma gráfica, esta lectura.

Por otra parte, la muestra analizada (que comprende desde el 1 de enero de 2003 hasta el 31 de diciembre de 2005), permite comparar la presencia mediática (en términos de tiempo de palabra) de dos gobiernos de signo político diferente, tanto en lo que concierne a Cataluña como en lo que concierne al Estado español. Efectivamente, el 16 de

Laura Rodas

Analista de los Servicios Técnicos del CAC

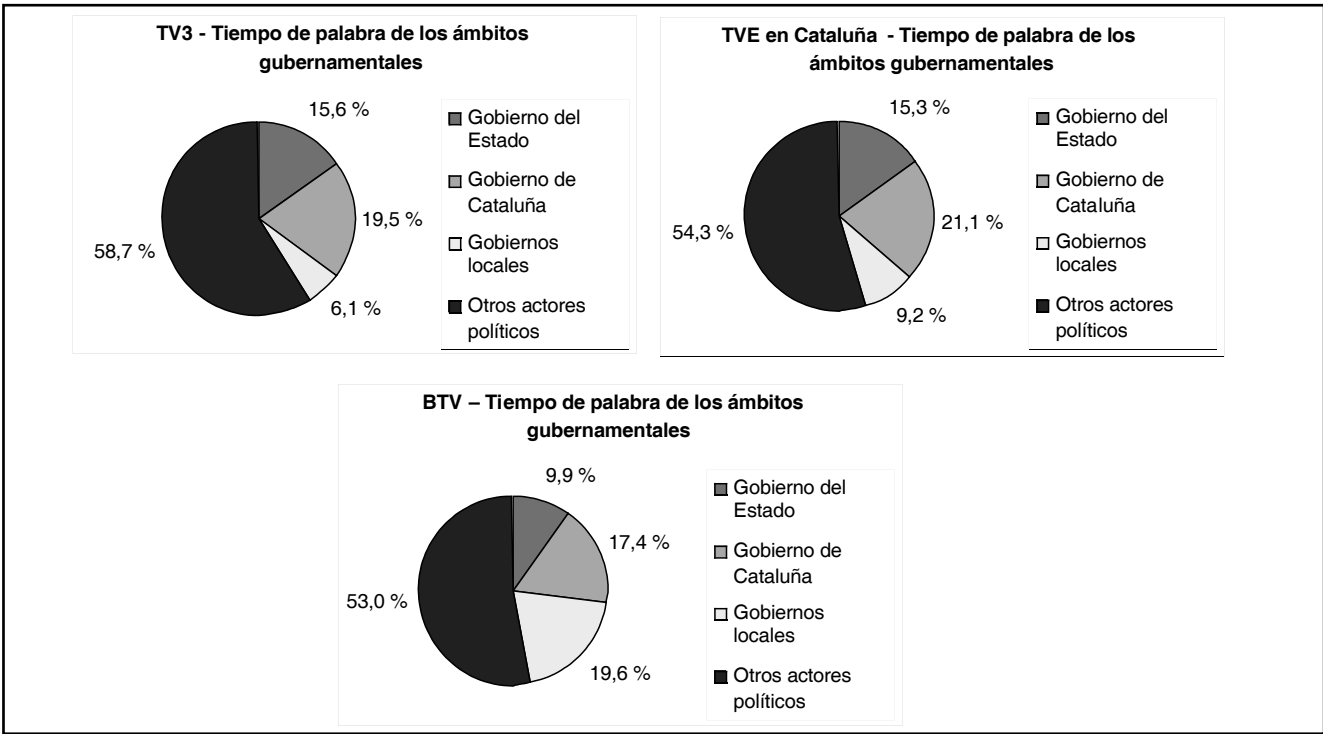
¹ El artículo 12, sobre agrupaciones de actores políticos, también hace referencia al reparto de tiempo de palabra entre los gobiernos de los diferentes ámbitos competenciales.

Cuadro 1. TV3, TVE en Cataluña y BTV. Tiempo de palabra de los principales ámbitos gubernamentales en relación con el resto de agrupaciones de actores políticos

	TV3		TVE en Cataluña		BTV	
Gobierno del Estado	15,6	41,3	15,3	45,7	9,9	47,0
Gobierno de Cataluña	19,5		21,1		17,4	
Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	1,9		3,7		17,2	
Gobierno de las adm. locales catalanas	4,2		5,5		2,4	
Otras agrupaciones de actores políticos	58,7	58,7	54,3	54,3	53,0	53,0
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Cuadros 2, 3 y 4. TV3, TVE en Cataluña y BTV. Tiempo de palabra de los principales ámbitos gubernamentales en relación con el resto de agrupaciones de actores políticos



Fuente: elaboración propia

noviembre de 2003 se celebraron elecciones al Parlamento de Cataluña, que se resolvieron con un cambio político en el Gobierno que hasta entonces ocupaba CiU y que pasó a manos de tres fuerzas políticas que llegaron a un pacto de gobierno (PSC-CpC, ERC e ICV-EA). Este cambio se hizo efectivo el 18 de diciembre del mismo año. Unos meses

más tarde, concretamente el 14 de marzo de 2004, se celebraron las elecciones generales al Congreso de los Diputados. En este caso, el proceso electoral también culminó con un cambio en el partido al frente del Gobierno del Estado, que pasó del PP al PSOE y que se materializó, a efectos prácticos, el 17 de abril de 2004.

Cuadro 5. TV3, TVE en Cataluña y BTV. Tiempo de palabra de los gobiernos presididos por Pujol/Maragall y Aznar/Zapatero en Cataluña y el Estado español

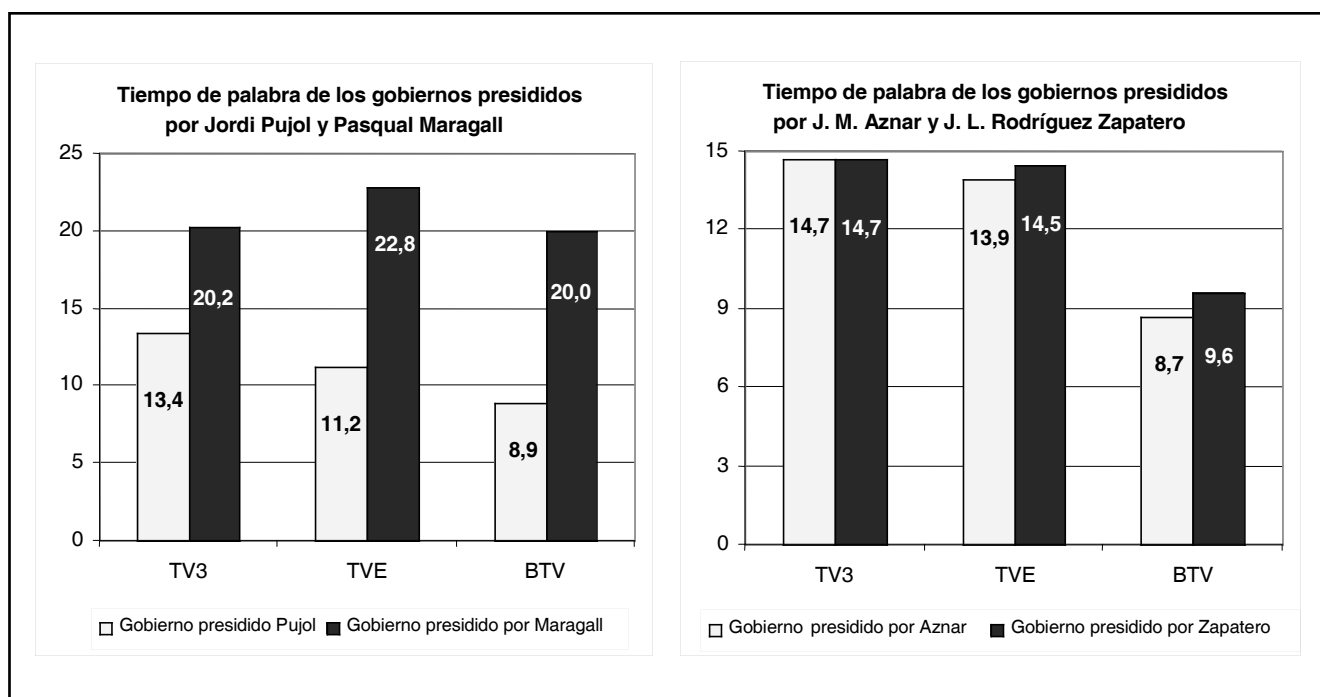
TV3				
	Presidencia de Pujol (Entre 01/01/03 y 17/12/03)		Presidencia de Maragall (Entre 18/12/03 y 31/12/05)	
Gobierno de Cataluña	3:50:37	13,4	16:00:07	20,2
Resto de actores políticos	24:54:57	86,6	63:02:00	79,8
<i>Total</i>	<i>28:45:34</i>	<i>100,0</i>	<i>79:02:07</i>	<i>100,0</i>
	Presidencia de Aznar Entre 01/01/03 y 16/04/04		Presidencia de Rodríguez Zapatero Entre 17/04/04 y 31/12/05	
Gobierno del Estado	6:35:24	14,7	9:16:30	14,7
Resto de actores políticos	38:06:20	85,3	53:49:27	85,3
<i>Total</i>	<i>44:41:44</i>	<i>100,0</i>	<i>63:05:57</i>	<i>100,0</i>
TVE en Cataluña				
	Presidencia de Pujol (Entre 01/01/03 y 17/12/03)		Presidencia de Maragall (Entre 18/12/03 y 31/12/05)	
Gobierno de Cataluña	1:25:00	11,2	8:00:07	22,8
Resto actores políticos	11:11:04	88,8	27:07:41	77,2
<i>Total</i>	<i>12:36:04</i>	<i>100,0</i>	<i>35:07:48</i>	<i>100,0</i>
	Presidencia de Aznar Entre 01/01/03 y 16/04/04		Presidencia de Rodríguez Zapatero Entre 17/04/04 y 31/12/05	
Gobierno del Estado	2:40:46	13,9	4:09:15	14,5
Resto actores políticos	16:33:34	86,1	24:30:17	85,5
<i>Total</i>	<i>19:14:20</i>	<i>100,0</i>	<i>28:39:32</i>	<i>100,0</i>
BTV				
	Presidencia de Pujol (Entre 01/01/03 y 17/12/03)		Presidencia de Maragall (Entre 18/12/03 y 31/12/05)	
Gobierno de Cataluña	3:31:00	8,9	14:21:42	20,0
Resto actores políticos	35:56:01	91,1	57:20:38	80,0
<i>Total</i>	<i>39:27:01</i>	<i>100,0</i>	<i>71:42:20</i>	<i>100,0</i>
	Presidencia de Aznar Entre 01/01/03 y 16/04/04		Presidencia de Rodríguez Zapatero Entre 17/04/04 y 31/12/05	
Gobierno del Estado	4:46:44	8,7	5:25:21	9,6
Resto actores políticos	49:55:42	91,3	51:01:34	90,4
<i>Total</i>	<i>54:42:26</i>	<i>100,0</i>	<i>56:26:55</i>	<i>100,0</i>

Fuente: elaboración propia

En el caso de Cataluña se observa un notable incremento del tiempo de palabra de la agrupación correspondiente al *Gobierno de Cataluña* a partir del momento en que éste

pasó de estar formado por un único partido político (CiU) a estar integrado por tres fuerzas políticas diferentes (PSC-CpC, ERC e ICV-EA). Este incremento se produce en

Cuadros 6 y 7. TV3, TVE en Cataluña y BTV. Tiempo de palabra de los gobiernos presididos por Pujol/Maragall y Aznar/Rodríguez Zapatero en Cataluña y el Estado español



Fuente: elaboración propia

proporciones casi idénticas tanto en TVE en Cataluña como en BTV (más del doble), mientras que en TV3 su magnitud es sensiblemente menor (de un 50% aproximadamente).

En el caso del Estado español se puede constatar una cierta continuidad en cuanto al tiempo de palabra obtenido por los sucesivos gobiernos del PP y el PSOE. En el caso de TV3, por ejemplo, los dos gobiernos obtienen porcentajes idénticos (14,7%). En el caso de TVE en Cataluña y BTV, en cambio, se observa un ligero aumento del tiempo de palabra obtenido por el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero en relación con el tiempo de palabra obtenido por el gobierno precedente, presidido por José María Aznar. Sin embargo, este incremento no alcanza en ningún caso, ni en TVE en Cataluña ni en BTV, la cifra del 1%.

En resumen, las tres cadenas analizadas otorgan al conjunto de los principales ámbitos gubernamentales (estatal, autonómico y municipal) un porcentaje de tiempo de palabra inferior al 50%, pero la falta de una norma que establezca cuál tendría que ser el porcentaje de las voces gubernamentales en relación con el resto de actores polí-

ticos impide valorar la idoneidad o inconveniencia de este dato. Por otra parte, el gobierno tripartito presidido por Pasqual Maragall obtiene, en todas las cadenas, un porcentaje de tiempo de palabra superior al obtenido por el gobierno monocolor de Jordi Pujol. Mientras, el porcentaje de tiempo de palabra de los sucesivos gobiernos del PP y del PSOE a nivel estatal se mantiene bastante estable en TV3, TVE en Cataluña y BTV.

Actores políticos con más tiempo de palabra

En términos generales, el análisis del tiempo de palabra de los actores políticos permite establecer una correlación entre los actores con más tiempo de palabra y los dirigentes de los gobiernos autonómico y estatal vigentes durante el periodo analizado. Así, Pasqual Maragall (presidente de la Generalitat desde noviembre de 2003 hasta septiembre de 2006) aparece entre las cinco primeras posiciones en todas las cadenas si sumamos, eso sí, sus intervenciones como

Cuadro 8. TV3. Actores políticos con más tiempo de palabra

TV3		
Maragall, Pasqual	6:28:01	6,0
Rodríguez Zapatero, José Luis	5:08:04	4,8
Mas, Artur	4:56:04	4,6
Carod-Rovira, Josep -Lluís	3:28:34	3,2
Rajoy, Mariano	2:57:39	2,7
<i>Total tiempo de palabra de los actores políticos</i>	107:47:41	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9. TVE en Cataluña. Actores políticos con más tiempo de palabra

TVE en Cataluña		
Maragall, Pasqual	2:58:14	6,2
Mas, Artur	2:29:08	5,2
Rodríguez Zapatero, José Luis	2:25:05	5,1
Carod-Rovira, Josep -Lluís	1:41:10	3,5
Piqué, Josep	1:37:00	3,4
<i>Total tiempo de palabra de los actores políticos</i>	47:44:23	100

Fuente: elaboración propia

presidente de la Generalitat y sus intervenciones como presidente del PSC. Igualmente, José Luis Rodríguez Zapatero (presidente del Gobierno del Estado desde abril de 2004) es uno de los dirigentes políticos con más tiempo de palabra en cuatro de las cinco cadenas analizadas, si sumamos sus intervenciones como presidente del Gobierno y como secretario general del PSOE. Pero a pesar de esta tendencia generalizada, el estudio de los cinco actores políticos con más tiempo de palabra en cada una de las cadenas permite formular observaciones específicas en cada uno de los casos.

TV3 y TVE en Cataluña coinciden en situar a Pasqual Maragall, José Luis Rodríguez Zapatero, Artur Mas y Josep-Lluís Carod-Rovira en las cuatro primeras posiciones, si bien en orden diferente en el caso de Zapatero y Mas. Efectivamente, Zapatero ocupa el segundo lugar en TV3 y el tercero en TVE en Cataluña, mientras que en el

caso de Mas este orden se produce en sentido inverso. El quinto lugar, en cambio, lo ocupan actores políticos diferentes en una cadena y otra. Así, Mariano Rajoy es quien lo ocupa en TV3, mientras que Josep Piqué es quien lo ocupa en TVE en Cataluña. Hay que puntualizar que, en ambos casos, las intervenciones de estos actores se produjeron mayoritariamente desde el ámbito de sus partidos respectivos (PP y PPC) y no tanto desde el ámbito de sus responsabilidades durante la etapa de gobierno del PP en el Estado español.

Por otra parte, en BTV también encontramos a Maragall, Mas, Rodríguez Zapatero y Carod-Rovira entre los cinco primeros lugares en cuanto a tiempo de palabra. Sin embargo, quien ocupa la primera posición es Joan Clos, alcalde de Barcelona durante la totalidad del periodo analizado. Asimismo, los portavoces de los dos grupos municipales en la oposición, Alberto Fernández Díaz (PPC) y Xavier Trias (CiU), ocupan el sexto y séptimo lugar respectivamente en

Cuadro 10. BTV. Actores políticos con más tiempo de palabra

BTV		
Clos, Joan	6:03:05	5,4
Maragall, Pasqual	5:08:10	4,6
Mas, Artur	3:52:30	3,5
Rodríguez Zapatero, José Luis	3:42:07	3,3
Carod-Rovira, Josep -Lluís	3:07:30	2,8
<i>Total tiempo de palabra de los actores políticos</i>	111:09:21	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Citytv. Actores políticos con más tiempo de palabra

Citytv		
Rodríguez Zapatero, José Luis	0:08:54	8,4
Aznar, José María	0:08:45	8,3
Maragall, Pasqual	0:05:04	4,8
Fernández Díaz, Alberto	0:04:53	4,6
Clos, Joan	0:04:49	4,6
<i>Total tiempo de palabra de los actores políticos</i>	1:45:50	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Localia. Actores políticos con más tiempo de palabra

Localia		
Mas, Artur	0:38:43	5,0
Geli, Marina	0:30:17	3,9
Ridao, Joan	0:29:56	3,9
Clos, Joan	0:27:57	3,6
Maragall, Pasqual	0:23:59	3,1
<i>Total tiempo de palabra de los actores políticos</i>	12:48:28	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Resumen de los cinco actores políticos con más tiempo de noticia

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
1º lugar	Pasqual Maragall	Pasqual Maragall	Joan Clos	José Luis Rodríguez Zapatero	Artur Mas
2º lugar	José Luis Rodríguez Zapatero	Artur Mas	Pasqual Maragall	José María Aznar	Marina Geli
3º lugar	Artur Mas	José Luis Rodríguez Zapatero	Artur Mas	Pasqual Maragall	Joan Ridaó
4º lugar	Josep-Lluís Carod-Rovira	Josep-Lluís Carod-Rovira	José Luis Rodríguez Zapatero	Alberto Fernández Díaz	Joan Clos
5º lugar	Mariano Rajoy	Josep Piqué	Josep-Lluís Carod-Rovira	Joan Clos	Pasqual Maragall

Fuente: elaboración propia

esta cadena. El ámbito local de BTV es la causa de esta peculiaridad, a pesar de que cabe destacar que cuatro de los cinco primeros lugares están ocupados por actores políticos de política no municipal.²

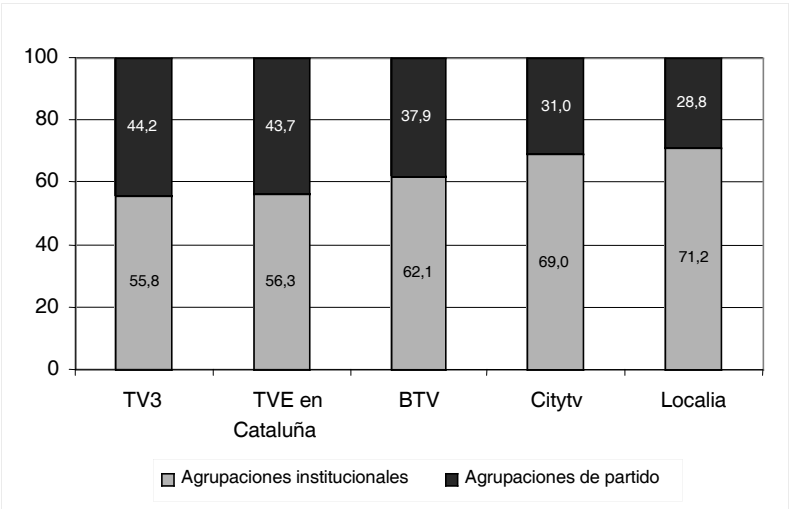
Los datos de Citytv y de Localia no son comparables a los del resto de cadenas por diferentes motivos. Por una parte, la corta duración de los informativos de Citytv (de unos cinco minutos aproximadamente) determina el hecho de que esta emisora no siempre incluya insertos. Así, por ejemplo, resulta estéril comparar cómo se han distribuido la hora y cuarenta y cinco minutos de tiempo de palabra de los actores políticos en Citytv frente a las 107 horas de TV3. Por otra parte, el hecho de que la muestra de Localia no sea igual de extensa a la del resto de cadenas, porque se comenzó a analizar más tarde, también impide que se puedan establecer comparaciones válidas. Sin embargo, la observación de cuáles son los actores que ocupan las primeras

posiciones en esta cadena permite afirmar que se trata de una emisora que prioriza la política autonómica y local por encima de la política estatal, ya que entre los diez actores políticos con más tiempo de palabra no encontramos a ningún gobernante ni líder político de este ámbito.

Tras el análisis, los resultados indican que los actores políticos que obtienen la primera posición en cuanto a tiempo de palabra durante el periodo 2003-2005 varían según la emisora, pero se corresponden casi siempre con algún jefe de gobierno: en TV3 y TVE es Pasqual Maragall (presidente de la Generalitat desde noviembre de 2003), en BTV es Joan Clos (alcalde de la ciudad durante los tres años analizados) y en Citytv lo son José Luis Rodríguez Zapatero y José María Aznar en proporciones casi idénticas (presidentes del Gobierno del Estado durante 21 y 15 meses, respectivamente).

² El apartado siguiente, sobre agrupaciones de actores políticos, también muestra cómo el Gobierno de Cataluña y el de Barcelona tienen un tiempo de palabra muy parecido.

Cuadro 14. Reparto del tiempo de palabra de las agrupaciones de actores políticos entre las agrupaciones institucionales y las agrupaciones de partido



Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Tiempo de palabra de las agrupaciones políticas institucionales

TV3			BTV		
1	Gobierno de Cataluña	33,0	1	Gobierno de Cataluña	25,9
2	Gobierno del Estado	26,4	2	Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	25,6
3	Gobierno de las administraciones locales catalanas	7,1	3	Gobierno del Estado	14,8
4	Administración autonómica no catalana	6,3	4	Administración de la Generalitat de Cataluña	5,9
5	Administración de la Generalitat de Cataluña	6,1	5	Otras entidades públicas	5,1
6	Administración del Estado español	3,3	6	Oposición del Ayuntamiento de Barcelona	4,4
7	Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	3,2	7	Gobierno de las administraciones locales catalanas	3,6
8	Administración local no catalana	2,5	8	Administración del Estado español	3,0
9	Administración de justicia	2,3	9	Administración del Ayuntamiento de Barcelona	3,0
10	Otras entidades públicas	2,2	10	Administración de justicia	2,6
Total tiempo de palabra agrupaciones institucionales		60:10:08 100	Total tiempo de palabra agrupaciones institucionales		68:59:30 100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Tiempo de palabra de las agrupaciones políticas institucionales (continuación)

TVE en Cataluña			Citytv		
1	Gobierno de Cataluña	35,0	1	Gobierno del Estado	28,2
2	Gobierno del Estado	25,4	2	Gobierno de Cataluña	27,2
3	Gobierno de las administraciones locales catalanas	9,2	3	Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	16,3
4	Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	6,2	4	Gobierno de las administraciones locales catalanas	8,8
5	Administración de la Generalitat de Cataluña	6,0	5	Administración autonómica no catalana	4,2
6	Administración del Estado español	3,7	6	Administración de la Generalitat de Cataluña	3,9
7	Administración autonómica no catalana	2,5	7	Administración del Estado español	3,8
8	Otras entidades públicas	2,2	8	Corona	1,8
9	Administración de justicia	2,1	9	Administración local catalana	1,1
10	Oposición del Ayuntamiento de Barcelona	1,2	10	Administración local no catalana	0,9
Total tiempo de palabra agrupaciones institucionales		26:52:22 100	Total tiempo de palabra agrupaciones institucionales		1:13:00 100

Localia		
1	Gobierno de Cataluña	43,8
2	Gobierno del Ayuntamiento de Barcelona	26,1
3	Administración de la Generalitat de Cataluña	7,1
4	Oposición del Ayuntamiento de Barcelona	4,0
5	Gobierno del Estado	3,6
6	Otras entidades públicas	3,1
7	Administración de justicia	2,6
8	Administración del Ayuntamiento de Barcelona	2,5
9	Otras instituciones	1,9
10	Administración del Estado español	1,7
Total tiempo de palabra agrupaciones institucionales		9:07:12 100

Fuente: elaboración propia

Agrupaciones políticas con mayor presencia

Para abordar esta cuestión conviene distinguir, desde el principio, dos tipos de agrupaciones políticas: las que hacen referencia a instituciones políticas y las que hacen referencia a partidos políticos. En este sentido, es preciso decir que todas las cadenas, en mayor o menor medida, han otorgado mayor presencia a las agrupaciones institucionales

que a las de partido en sus respectivos teleinformativos. Esta tendencia es especialmente evidente en Citytv y en Localia, donde las agrupaciones institucionales obtienen cerca del 70% del tiempo de palabra correspondiente a las agrupaciones políticas.

Observando los datos correspondientes a las agrupaciones de carácter institucional, la primera apreciación que se puede realizar es el mayor peso de los ámbitos estricta-

Cuadro 16. Porcentaje de tiempo de palabra de las agrupaciones de partido

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
1	CiU (21,8%)	CiU (23,8%)	CiU (20,4%)	PSOE (26,0%)	CiU (34,1%)
2	PP (15,3%)	PSC (17,6%)	PSC (18,3%)	CiU (17,5%)	ERC (27,9%)
3	PSC (14,7%)	PP (14,2%)	ERC (13,9%)	PPC (17,1%)	PSC (13,2%)
4	ERC (13,6%)	ERC (13,1%)	PSOE (11,6%)	PP (15,8%)	ICV-EUiA (13,0%)
5	PSOE (12,2%)	PPC (11,0%)	PPC (9,9%)	ERC (10,6%)	PPC (9,6%)
6	ICV-EUiA (8,3%)	PSOE (9,9%)	ICV-EUiA (9,8%)	PSC (6,1%)	PP (1,5%)
7	PPC (7,7%)	ICV-EUiA (7,4%)	PP (9,8%)	ICV-EUiA (2,6%)	PSOE (0,6%)
8	PNV (2,0)	IU (1,0%)	IU (3,3%)	Batasuna (1,6%)	--
9	Batasuna (1,7%)	PNV (0,7%)	PNV (1,1%)	IU (1,1%)	--
10	IU (1,2%)	Batasuna (0,7%)	Batasuna (0,9%)	PNV (0,7%)	--

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Porcentaje de tiempo de palabra de las agrupaciones de partido sumando los partidos catalanes y españoles

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
1	PSC+PSOE (26,9%)	PSC+PSOE (27,5%)	PSC+PSOE (29,9%)	PPC+PP (32,9%)	CiU (34,1%)
2	PPC+PP (23,0%)	PPC+PP (25,2%)	CiU (20,4%)	PSC+PSOE (32,1%)	ERC (27,9%)
3	CiU (21,8%)	CiU (23,8%)	PPC+PP (19,7%)	CiU (17,5%)	PSC+PSOE (13,8%)
4	ERC (13,6%)	ERC (13,1%)	ERC (13,9%)	ERC (10,6%)	ICV-EUiA (13,0%)
5	ICV-EUiA+IU (9,5%)	ICV-EUiA+IU (8,4%)	ICV-EUiA+IU (13,1%)	ICV-EUiA+IU (3,7%)	PPC+PP (11,1%)
6	PNV (2,0%)	PNV (0,7%)	PNV (1,1%)	Batasuna (1,6%)	--
7	Batasuna (1,7%)	Batasuna (0,7%)	Batasuna (0,9%)	PNV (0,7%)	--

Fuente: elaboración propia

mente gubernamentales por delante de las respectivas estructuras administrativas, ya que las tres primeras posiciones de casi todas las emisoras las ocupan los gobiernos de los diferentes ámbitos competenciales: estatal, autonómico y local.

En TV3 y TVE en Cataluña, las tres primeras posiciones las ocupan las mismas agrupaciones, en el mismo orden y con porcentajes bastante parecidos en ambos casos: en primer lugar, el Gobierno de Cataluña (33,0% y 35,0%), en segundo lugar, el Gobierno del Estado (26,4% y 25,4%) y, en tercer lugar, a una cierta distancia, los gobiernos de las administraciones locales catalanas (7,1% y 9,2%). De hecho, resulta un orden bastante lógico teniendo en cuenta que se trata de emisoras de alcance autonómico. La diferencia más destacable entre estas dos emisoras es el peso que otorgan, siempre en términos de tiempo de palabra, al gobierno y la oposición del Ayuntamiento de Barcelona. TV3 únicamente otorga un 3,2% del tiempo de palabra al Gobierno barcelonés, mientras que TVE en Cataluña otorga un 6,2%, casi el doble, a los miembros ejecutivos del consistorio y un 1,2% a la oposición del Ayuntamiento de Barcelona.

BTV y Localia, dos de las emisoras locales de la muestra, coinciden con TV3 y TVE en Cataluña al otorgar al Gobierno de Cataluña la primera posición pero, en cambio, sitúan en segundo lugar al gobierno del Ayuntamiento de Barcelona. En BTV, además, la diferencia porcentual entre ambos es de sólo tres décimas (un 25,9% del gobierno autonómico frente a un 25,6% del gobierno municipal de Barcelona). El Gobierno del Estado queda relegado, en estas emisoras, a la tercera posición en el caso de BTV y a la quinta posición en el caso de Localia.

Así, las emisoras locales de la muestra no determinan necesariamente cuál es la agrupación con más tiempo de palabra (en ambas, BTV y Localia, sigue siendo el Gobierno catalán), a pesar de que sí que se diferencian al situar al gobierno del Ayuntamiento de Barcelona entre las tres agrupaciones políticas con más tiempo de palabra.

El análisis de los datos correspondientes a las agrupaciones de partido se ha realizado desde una doble

perspectiva. En primer lugar se ha analizado el tiempo de palabra de los partidos políticos catalanes y, a continuación, se ha analizado el tiempo de palabra de estos partidos sumando el tiempo de palabra de las agrupaciones respectivas en el Estado español (PSC y PSOE, PPC y PP, ICV-EUiA e IU).

Durante el periodo analizado, todos los partidos catalanes con representación en el Parlamento de Cataluña aparecen entre los diez partidos con más tiempo de palabra, si bien no todas las emisoras lo distribuyen de acuerdo con su peso parlamentario respectivo. Así, mientras que TVE en Cataluña y BTV los ordenan de acuerdo con el número de escaños (CiU³, PSC, ERC³, PPC e ICV-EUiA), TV3 respeta las tres primeras posiciones, pero intercambia la cuarta y la quinta (donde sitúa a ICV-EUiA y al PPC, respectivamente). El orden de los partidos catalanes en Citytv y Localia no sigue, en ningún caso, la lógica de la representatividad parlamentaria.

Si sumamos el tiempo de palabra de los partidos catalanes con el de sus agrupaciones respectivas a nivel estatal (PSC y PSOE, PPC y PP, e ICV-EUiA e IU), el resultado que se obtiene es otro. TV3 y TVE en Cataluña sitúan al frente a PSC-PSOE y PPC-PP respectivamente (los sumatorios que incluyen a los dos partidos que han ostentado la presidencia del Gobierno durante el periodo de análisis). De hecho, las dos cadenas, sin entrar a considerar los porcentajes de tiempo de palabra, reproducen exactamente el orden de los partidos de acuerdo con su número de escaños en el Congreso de los Diputados y sitúan a Batasuna, sin representación, en el último lugar. BTV sigue una lógica bastante parecida excepto por el hecho de que sitúa a CiU por delante del sumatorio PPC-PP, con lo cual consigue acercarse más a la distribución de partidos existente en el consistorio barcelonés. Una vez más, los datos de Citytv y Localia no son comparables a los del resto de emisoras.

Por último, merece la pena destacar la presencia de la izquierda abertzale en el ranking de los diez partidos con más tiempo de palabra en todas las emisoras excepto en Localia. Es preciso puntualizar que dentro de la agrupación

3 Las agrupaciones CiU y ERC incluyen las intervenciones de los diputados de estas dos formaciones en el Congreso de los Diputados.

Batasuna se han incluido, a efectos prácticos, a los diferentes partidos que, a lo largo de del periodo analizado, se han ido creando y disolviendo para representar a la izquierda abertzale (Aukera Guztiak, Euskal Herriarrok, Sozialista Abertzaleak, Herriarren Zerrenda y Autodeterminazioaren Bilgunea).

El análisis de los datos referente al tiempo de palabra de las agrupaciones políticas permite extraer tres conclusiones básicas. En primer lugar, se puede afirmar que las agrupaciones institucionales con más tiempo de palabra corresponden, sobre todo, a los ámbitos gubernamentales estatal, autonómico y local. En segundo lugar, se observa que, a pesar de que se reconoce una relación entre el ámbito competencial del gobierno, que obtiene más tiempo de palabra, y el alcance territorial de la emisora, las emisoras locales analizadas no sitúan al gobierno del Ayuntamiento de Barcelona como agrupación con más tiempo de palabra. Finalmente, la ordenación de los partidos según el respectivo tiempo de palabra reproduce, en términos generales, la composición (el orden según el número de escaños) de los parlamentos catalán (si sólo atendemos al tiempo de palabra de los partidos catalanes) y español (si sumamos el tiempo de palabra de los partidos catalanes y españoles). Es preciso tener en cuenta que, como consecuencia del diseño de los datos, en el caso de CiU y ERC no se ha dissociado el tiempo de palabra a nivel autonómico y estatal.

El pluralismo político durante el ciclo electoral del periodo 2003-2004

Carme Ortín

- *El artículo analiza el pluralismo político durante el ciclo electoral del periodo 2003-2004. Este ciclo comprende las elecciones municipales de 2003, las elecciones al Parlamento de Cataluña de 2003, las elecciones generales de 2004 y las elecciones europeas de 2004. El periodo estuvo marcado, en buena medida, por la divergencia de opiniones sobre la aplicación de los bloques electorales, ya sean en forma de piezas de una duración determinada o de baremos de proporcionalidad. Éste es el tema central que articula el texto siguiente. En primer lugar se trata la evolución del tiempo de palabra de los gobiernos objeto de las elecciones durante el año de contienda electoral; a continuación se estudia la atención informativa que recibe la crónica política durante los periodos electorales y, por último, se aborda la incidencia de los diferentes sistemas de bloques electorales en la representación de partidos y la función de los bloques como garantes del pluralismo político.*

Palabras clave

Elecciones, ciclo electoral, campaña, precampaña, bloques electorales, teleinformativos, pluralismo, política, crónica política, gobierno, Cataluña, España

Los ciclos electorales y el tiempo de palabra de los gobiernos objeto de las elecciones

El análisis de la evolución del tiempo de palabra del Gobierno de Cataluña y del Estado, a lo largo del año en que se celebraron las elecciones correspondientes (2003 y 2004, respectivamente), se centra en los teleinformativos de TV3, TVE en Cataluña, BTV y Citytv durante la campaña electoral, el periodo electoral y el año completo de referencia. Por falta de datos comparables, se ha obviado el caso de Localia.

El cuadro 1 se refiere a 2003, año de las elecciones al Parlamento de Cataluña. Se observa que el porcentaje de tiempo de palabra del Gobierno catalán con relación al tiempo de palabra de todos los actores políticos es superior durante el periodo electoral que durante la campaña, en todas las cadenas. Siguiendo un orden descendente, primero se sitúan los porcentajes correspondientes a los 55 días de periodo electoral y, a continuación, los que hacen referencia a los 15 días de campaña electoral. En este sentido, los datos muestran un descenso significativo del tiempo de noticia gubernamental durante la campaña.

Si se tienen en cuenta las dos cadenas de ámbito nacional, el tiempo de palabra del Gobierno de Cataluña registra valores más elevados en TV3 que en TVE en Cataluña, en los tres periodos analizados. En cuanto a las cadenas de ámbito local, se observan valores superiores de tiempo de palabra gubernamental en BTV durante la campaña electoral, y en Citytv durante el periodo electoral y por el cómputo anual. Sin embargo, y teniendo en cuenta la brevedad propia de los teleinformativos de Citytv, hay que interpretar esta última comparativa con ciertas reservas.

El segundo cuadro se refiere a 2004, año en que se celebraron las elecciones generales. El porcentaje del tiempo de palabra del Gobierno del Estado con relación al tiempo

Carme Ortín

Analista de los Servicios Técnicos del CAC

Cuadro 1. Porcentaje del tiempo de palabra del Gobierno de Cataluña con relación al tiempo de palabra de los actores políticos. Año 2003

Periodo	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Periodo electoral 23 septiembre-16 noviembre	11,1	9,6	8,1	5,5
Campaña electoral 31 octubre-14 noviembre	4,7	1,2	2,3	0,0
2003	14,3	12,2	9,5	18,4

Fuente: elaboración propia

Cuadro 2. Porcentaje del tiempo de palabra del Gobierno del Estado con relación al tiempo de palabra de los actores políticos. Año 2004

Periodo	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Periodo electoral 20 enero-14 marzo	14,8	15,1	9,2	30,3
Campaña electoral 27 febrero-10 marzo	5,7	3,7	2,9	100,0
2004	15,0	14,9	10,8	32,6

Fuente: elaboración propia

de palabra de los actores políticos presenta valores muy similares tanto en el periodo electoral como durante el año completo. Siguiendo la constante observada en el cuadro 1, los porcentajes correspondientes al cómputo anual son superiores a los referidos en el periodo electoral. La única excepción se registra en TVE en Cataluña: el porcentaje de tiempo de palabra gubernamental durante el periodo electoral alcanza el 15,1%, mientras que el correspondiente al año 2004 se sitúa en el 14,9%. El análisis horizontal del cuadro muestra, nuevamente, que los porcentajes menores de tiempo de palabra gubernamental se concentran durante la campaña electoral. Citytv constituye la única excepción, a pesar de que el 100% obtenido se refiere, en términos absolutos, a sólo 14 segundos.

En cuanto al análisis por cadenas, la comparativa entre las dos de ámbito nacional muestra valores muy similares, especialmente en el cómputo anual y durante el periodo electoral (alrededor del 15% en ambos casos). El análisis

comparativo de las cadenas locales, por su parte, presenta valores superiores en Citytv con respecto a BTV en todos los periodos. Sin embargo, al interpretar estos datos hay que tener en cuenta la brevedad propia de los teleinformativos de Citytv.

En definitiva, los estudios de caso analizados muestran que los ciclos electorales suponen, en términos generales, un descenso del tiempo de palabra de los gobiernos objeto de las elecciones con relación al periodo anual de referencia. Si bien este descenso se percibe moderado durante el periodo electoral —que comprende el día de los comicios y los 54 días previos—, se acusa de manera notable durante los 15 días específicos de campaña electoral. De la comparación de los cuadros también se desprende que durante el 2004 los porcentajes de tiempo de palabra del Gobierno son superiores a los de 2003 para la totalidad de cadenas y periodos analizados.

La evolución de la atención informativa en la crónica política durante los periodos electorales

El estudio de la atención informativa que recibe la crónica política se centra en los periodos electorales y durante el mes previo y posterior a éstos. La crónica política, además, se mide en relación con el resto de descriptores temáticos por cada periodo analizado. En lo que concierne a la muestra, hay que interpretar los datos de Citytv con ciertas reservas, dada la brevedad de sus teletinformativos.

El cuadro 3 hace referencia a las elecciones municipales. Todas las cadenas coinciden en otorgar el porcentaje mayor de crónica política durante la campaña electoral. Aparte de esta similitud, las cadenas no presentan un modelo homogéneo. Mientras que en TV3 el periodo siguiente con más crónica política porcentual se sitúa en el mes posterior a las elecciones, en TVE en Cataluña corresponde al mes previo a la precampaña y en BTV, a la precampaña. Como consecuencia de la falta de datos en relación con Citytv, no se ha realizado la comparativa con

Cuadro 3. Elecciones municipales 2003. Porcentaje de tiempo de crónica política en relación con el tiempo del resto de descriptores temáticos

Periodo	Fechas	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Mes previo a la precampaña	28 febrero-31 marzo	13,7	20,9	21,1	13,3
Periodo electoral	1 abril-8 mayo	11,5	14,1	22,7	8,6
Campaña electoral	9 mayo-23 mayo	32,0	39,0	46,4	sin datos
Mes posterior a las elecciones	26 mayo-26 junio	20,1	20,4	21,4	sin datos

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. Elecciones al Parlamento de Cataluña de 2003. Porcentaje de tiempo de crónica política en relación con el tiempo del resto de descriptores temáticos

Periodo	Fechas	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Mes previo a la precampaña	22 agosto-22 septiembre	16,4	17,9	18,7	12,7
Periodo electoral ¹	23 septiembre-30 octubre	17,4	15,7	23,9	11,4
Campaña electoral	31 octubre-14 noviembre	25,8	34,3	37,5	27,9
Mes posterior a las elecciones	17 noviembre-17 diciembre	24,2	25,5	28,2	24,9

Fuente: elaboración propia

1 Para este y el resto de cuadros, el periodo electoral se refiere a los 38 de los 55 días que lo configuran según la normativa vigente, ya que se exceptúan los 15 días correspondientes a la campaña electoral, la jornada de reflexión y la jornada electoral. En el texto se utiliza el término *precampaña electoral* para simplificar la explicación.

ésta cadena. El análisis por filas, por otro lado, indica que BTV registra, en todos los periodos analizados, los porcentajes más altos de crónica política, mientras que TV3 presenta los más bajos.

En lo que concierne a las elecciones al Parlamento de Cataluña de 2003, el cuadro 2 muestra que la campaña electoral y el mes posterior a las elecciones son, respectivamente, los periodos con un porcentaje más elevado de crónica política en todas las cadenas. En TV3 y BTV, el orden descendente se concreta en la precampaña electoral y, finalmente, en el mes previo a la precampaña. Por contra, TVE en Cataluña y Citytv invierten el orden en relación con estos dos periodos. BTV se mantiene como la cadena que dedica un mayor tiempo porcentual a la crónica política en

todos los periodos analizados. TV3 continúa siendo la cadena que le dedica menos tiempo relativo, a excepción de TVE en Cataluña durante la precampaña electoral.

Del cuadro referido a las elecciones generales de 2004, se desprende que TVE en Cataluña y BTV siguen el mismo modelo en cuanto a los órdenes porcentuales de crónica política. En este sentido, ambas cadenas coinciden en registrar los porcentajes más elevados durante la campaña electoral, seguida de los periodos de precampaña electoral, el mes posterior a las elecciones y el mes previo a la precampaña. TV3 también dedica el mayor tiempo porcentual de crónica política durante la campaña y precampaña electoral, mientras que presenta valores prácticamente idénticos durante los periodos propiamente no electorales.

Cuadro 5. Elecciones generales de 2004. Porcentaje de tiempo de crónica política en relación con el tiempo del resto de descriptores temáticos

Periodo	Fechas	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Mes previo a la precampaña	19 diciembre -19 enero	17,9	17,5	20,9	15,3
Periodo electoral	20 enero -26 febrero	23,3	22,7	29,9	23,3
Campaña electoral	27 febrero -10 marzo	27,4	37,2	37,9	13,0
Mes posterior a las elecciones	15 marzo -15 abril	17,8	20,5	24,8	17,0

Fuente: elaboración propia

Cuadro 6. Elecciones europeas de 2004. Porcentaje de tiempo de crónica política en relación con el tiempo del resto de descriptores temáticos

Periodo	Fechas	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv
Mes previo a la precampaña	19 marzo -19 abril	17,7	21,3	23,5	19,5
Periodo electoral	20 abril -27 mayo	17,8	17,6	22,9	19,0
Campaña electoral	28 mayo -11 junio	27,0	36,4	37,4	13,0
Mes posterior a las elecciones	14 junio -14 julio	21,9	24,1	24,2	24,7

Fuente: elaboración propia

Al contrario de lo que sucedía con las elecciones al Parlamento y, en algún caso, con las municipales, la atención informativa, en esta ocasión, presenta el periodo de precampaña como el segundo más alto en cuanto al porcentaje de crónica política. Citytv, por su parte, constituye una excepción en relación con la tendencia constatada en todas las elecciones, ya que es la única cadena que muestra el porcentaje de crónica política menor durante la campaña electoral. El análisis horizontal vuelve a mostrar que los teletinformativos de BTV son los que más tiempo relativo dedican a la crónica política.

Finalmente, el cuadro relativo a las elecciones europeas de 2004 indica que tanto TVE en Cataluña como BTV muestran los mayores porcentajes de crónica política durante la campaña electoral y los menores durante la precampaña. TV3 coincide en lo relativo al periodo con un porcentaje más elevado de crónica política, pero sitúa en última posición el mes previo a la precampaña. Al igual que en las elecciones inmediatamente anteriores, Citytv registra el menor tiempo de crónica política durante el periodo de campaña. El liderazgo de los teletinformativos de BTV en cuanto al mayor tiempo relativo dedicado a la crónica política es sustituido, sólo durante el mes posterior a las elecciones, por Citytv.

El análisis de la atención informativa en la crónica política durante los periodos electorales muestra que la campaña electoral representa, en términos generales, y por razones obvias, el periodo que concentra un mayor porcentaje relativo de crónica política en relación con el resto de descriptores temáticos. La media resultante, calculada para las cuatro elecciones analizadas, supera el 30%. La segunda media global más alta corresponde al mes posterior a las elecciones (22,7%), seguida de la precampaña electoral (18,9%). El mes previo a la precampaña registra la media global más baja (18%). Sin embargo, la tendencia observada durante las elecciones generales indica que la precampaña electoral alcanza el segundo nivel más alto en cuanto al porcentaje de crónica política. Una posible explicación podría encontrarse en el hecho de que, en el contexto de unas elecciones generales caracterizadas por el bipartidismo, la atención informativa se centra más en el cariz determinante del periodo previo a las elecciones que en un periodo posterior marcado por unos resultados cerrados y sin perspectivas de pactos. En 5 de los 16 casos presenta-

dos —4 por elección—, el modelo de orden porcentual más repetido, en sentido descendente, es el siguiente: campaña electoral, mes posterior a las elecciones, mes previo a la precampaña y precampaña electoral. En lo que concierne al análisis específico por cadenas, BTV aparece como la cadena que dedica más tiempo porcentual a la crónica política, con valores superiores al 37% y, para las elecciones municipales, incluso próximos al 50%.

La representación de los partidos políticos según los diferentes sistemas de bloques electorales

Durante el periodo analizado, el Consejo de Administración de la CCRTV aprobó y aplicó dos sistemas de bloques electorales. A continuación se compara la incidencia de estos dos modelos con relación a la representación de cada partido. En concreto, se estudia la cobertura realizada por TV3 sobre el ciclo electoral 2003-2004.

Uno de los dos sistemas de bloques electorales se aplicó a las elecciones municipales (mayo de 2003), a las elecciones al Parlamento de Cataluña (noviembre de 2003) y a las elecciones generales (marzo de 2004). Este sistema supone la emisión de piezas de una duración determinada y de un orden establecido en los informativos diarios de las televisiones y radios públicas. La extensión y el orden de las informaciones varían según la representación obtenida por los partidos en las elecciones anteriores del mismo alcance. El colectivo periodístico mostró su rechazo a este sistema de diversas maneras, como por ejemplo la huelga de firmas en las informaciones o un comunicado firmado por los profesionales de los medios públicos. Las elecciones generales estuvieron precedidas por la decisión del Consejo de Administración de la CCRTV de introducir criterios más flexibles en la información de los bloques electorales. Según este acuerdo, se pretendía una *corrección del tiempo* que garantizase a las fuerzas políticas con menor representación un tiempo mínimo para favorecer una mejor difusión de los programas electorales. También se dejaba a criterio de la redacción el orden de los bloques electorales de las formaciones políticas. La Junta Electoral Central hizo rectificar este acuerdo, estimando así un recurso que había presentado una formación política. Eso significaba que TVC tenía que aplicar nuevamente, y de manera estricta, el sistema de bloques.

Cuadro 7. TV3. Duración de los bloques electorales

Elecciones	Teleinformativo	Duración establecida	Duración real	Desviación
Elecciones municipales	TN Migdia / TN Vespre	02:40:00	04:08:37	+01:28:37
Elecciones al Parlamento	TN Migdia / TN Vespre	03:30:00	03:50:02	+00:20:02
Elecciones generales (hasta el 3/3/04)	TN Migdia / TN Vespre	01:18:00	01:41:02	+00:23:02
Elecciones generales (desde el 4/3/04)	TN Migdia / TN Vespre	01:35:40	01:46:41	+00:11:01

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8. TV3. Resumen del tiempo de noticia (%)

Candidatura	Elecciones municipales			Elecciones al Parlamento de Cataluña			Elecciones generales (hasta el 3/3/04) ²			Elecciones generales (desde el 4/3/04)		
	Criterios de cobertura (%)	Tiempo de noticia (%)	Desviación (%)	Criterios de cobertura (%)	Tiempo de noticia (%)	Desviación (%)	Criterios de cobertura (%)	Tiempo de noticia (%)	Desviación (%)	Criterios de cobertura (%)	Tiempo de noticia (%)	Desviación (%)
PSC³	31,2	30,3	-0,9	36,2	35,0	-1,2	29,5	28,8	-0,7	29,3	29,1	-0,2
CIU	26,6	26,7	0,1	35,5	35,7	0,2	25,6	26,1	0,5	28,0	28,4	0,4
PPC⁴	17,2	16,0	-1,2	11,0	11,2	0,2	21,8	21,7	-0,1	23,2	23,3	0,1
ICV-EA⁵	12,5	14,4	1,9	7,1	7,7	0,6	11,5	11,9	0,4	9,8	9,7	-0,1
ERC	12,5	12,6	0,1	10,2	10,4	0,2	11,5	11,6	0,1	9,8	9,5	-0,3

Fuente: elaboración propia

- 2 Las dos columnas referidas a las elecciones generales responden a los dos modelos de cobertura aplicados, antes (hasta el 3/3/04) y después (desde el 4/3/04) de la resolución de la Junta Electoral Central.
- 3 Para las elecciones al Parlamento de Cataluña, la candidatura es PSC-CpC. Para las elecciones generales, es PSC+PSOE.
- 4 Para las elecciones generales, la candidatura es PPC+PP.
- 5 Para las elecciones generales, la candidatura es ICV-EUiA+IU.

Cuadro 9. TV3. Resumen del tiempo de noticia durante las elecciones europeas

Candidatura	Criterios de cobertura		Datos reales		
	Intervalo (proporción)	Intervalo (tiempo)	Proporción	Duración	Respeto de los criterios
PSC+PSOE	2,2-2,5	00:45:43-00:51:58	2,0	00:41:53	Inferior al intervalo
CiU+Galeusca	2,2-2,5	00:45:43-00:51:58	2,0	00:42:14	Inferior al intervalo
PPC+PP	1,5-1,8	00:31:10-00:37:25	1,4	00:29:13	Inferior al intervalo
ERC+EdP	1,5-1,8	00:31:10-00:37:25	1,4	00:29:03	Inferior al intervalo
ICV-EUiA+IU	1	00:20:47	1,0	00:20:47	-

Fuente: elaboración propia

Poco antes de las elecciones europeas (junio de 2004), el Consejo de Administración de la CCRTV aprobó otros criterios sobre la cobertura del proceso electoral. El objetivo del acuerdo consistía en compatibilizar los criterios profesionales con una presencia ponderada de todas las fuerzas políticas. Se establecieron unos baremos de proporcionalidad y no se determinó ningún orden prefijado.

Por lo tanto, los criterios de cobertura de la CCRTV se pueden dividir en dos grupos:

- Grupo 1: elecciones municipales, al Parlamento y generales. Establecen un orden fijo de emisión de los bloques y un porcentaje de tiempo fijo para cada formación política. Ambos parámetros son directamente proporcionales, aunque no de manera estricta, a los resultados electorales de cada formación en el último proceso de alcance idéntico.
- Grupo 2: elecciones europeas. No se establece un orden de emisión de los bloques y el tiempo de emisión se calcula a partir del tiempo de la formación con menos peso electoral. Se crea la categoría *partidos medios* y la de *partidos grandes*.

A continuación se analiza la aplicación de los dos modelos de bloques. En cualquier caso, si bien la aplicación de los bloques se basa en criterios de duración y de orden de aparición, este análisis se refiere únicamente al tiempo para cada formación política.

En cuanto a las elecciones del grupo 1, el tiempo de información de los bloques electorales de TV3 es superior al que

determinan los criterios preestablecidos. El porcentaje asignado a cada formación se respeta, en términos generales, para el conjunto de la campaña electoral. Con relación a la cuota de cada partido, se observa que el PSC se sitúa siempre por debajo del porcentaje asignado; CiU, por contra, se sitúa siempre por encima del porcentaje asignado. Otro dato que se desprende del análisis es que los dos partidos con menor tiempo de noticia —ERC e ICV-EA— se sitúan por encima del porcentaje asignado en todos los casos excepto durante el periodo de las elecciones generales posterior a la resolución de la Junta Electoral Central.

La relación porcentual del partido con menos tiempo de noticia respecto al partido con más tiempo de noticia varía según las elecciones. En las municipales y durante el primer periodo de las generales, el tiempo de noticia del PSC es 2,5 veces superior al de ERC. Durante el segundo periodo de las elecciones generales, esta proporción alcanza el valor 3 para estos mismos partidos. De aquí se deduce que la corrección impuesta por la Junta Electoral Central con relación a los criterios de cobertura supone la ampliación del intervalo entre los partidos con menor y mayor tiempo de noticia. En las elecciones al Parlamento de Cataluña se observa la proporción más elevada. El tiempo de noticia correspondiente a CiU es 4,5 veces superior al de ICV-EA.

En cuanto a las elecciones del grupo 2 (las europeas), el tiempo de noticia registrado en TV3 para cada formación política es, en todos los casos, inferior al intervalo establecido por las normas de cobertura. La proporción del partido con menos tiempo de noticia (ICV-EUiA+IU) respecto al

partido con más tiempo de noticia (CiU+Galeusca) se sitúa en el valor 2. El intervalo de proporciones correspondiente oscilaba entre el 2,2 y el 2,5.

En definitiva, la comparación entre las prácticas de las elecciones del grupo 1 (porcentajes) y las del grupo 2 (proporciones) muestra que la aplicación del baremo de proporcionalidad supone la menor distancia proporcional entre los partidos con mayor y menor tiempo de noticia.

La sustitución del porcentaje de tiempo fijo para cada partido por la proporción crea tres grupos de partidos con tiempos casi idénticos en el seno de cada grupo, pese a que los criterios no marcan una proporción exacta, sino un intervalo. La distancia, en tiempo real, entre partidos grandes (CiU y PSC) es del 0,8% y la distancia entre partidos medios (ERC y PPC) es del 0,6%.

Por otra parte, la distancia entre el partido con menos tiempo real y el siguiente alcanza en las elecciones europeas el máximo valor del conjunto de los procesos: 39,8% (ICV-EUiA+IU y ERC+EdP). En las elecciones municipales este porcentaje se sitúa en el 14,3% (ERC e ICV-EA); en las elecciones al Parlamento, en el 35,1% (ICV-EA y ERC); en el primer periodo de las elecciones generales, en el 2,6% (ERC e ICV-EUiA+IU), y en el segundo periodo de las elecciones generales, en el 2,1% (ERC e ICV-EUiA+IU).

Por lo tanto, en este caso, la comparación entre las prácticas de las elecciones del grupo 1 (porcentajes) y las del grupo 2 (proporciones) implica la mayor distancia de todos los procesos entre los dos partidos con menos tiempo de noticia.

Además de estas implicaciones de los modelos de bloques en la representación de los partidos, el análisis de las cuatro elecciones ha permitido deducir otras conclusiones. En primer lugar, la duración real de los bloques electorales es superior a la duración establecida en todos los casos. Esta práctica se puede interpretar como una manera de hacer posible la emisión de noticias con una duración razonable en cuanto a los partidos con menos tiempo asignado, así como una mejor difusión de los programas electorales de todas las formaciones, sin dejar de cumplir las proporciones derivadas de los criterios de cobertura.

Finalmente, y en relación con la corrección impuesta por la Junta Electoral Central durante las elecciones generales, se pueden indicar dos observaciones. Por una parte, supone la ampliación del intervalo entre los partidos con menor

y mayor tiempo de palabra (la proporción pasa de 2,5 a 3). Por la otra, para los partidos con menos tiempo de noticia se observa un perjuicio, ya que la desviación de la cuota de partido pasa de positiva a negativa.

¿Los bloques electorales garantizan el pluralismo?

Para intentar conocer las implicaciones de los bloques electorales de unas elecciones concretas con relación al pluralismo observado en un periodo de tiempo más amplio, se han tomado como muestra de análisis los teleinformativos de mediodía y noche de las cadenas de alcance nacional, TV3 y TVE en Cataluña.

En cuanto a TV3, hay que tener en cuenta que, como ya hemos dicho anteriormente, los criterios acordados en cuanto al reparto del tiempo y el orden de aparición de cada formación política por el Consejo de Administración de la CCRTV para la cobertura de las elecciones generales fueron rectificados poco después por la Junta Electoral Central. Por lo tanto, el análisis de los bloques electorales se ha efectuado en dos partes: hasta el 3 de marzo y entre el 4 y el 10 de marzo. Este segundo periodo viene delimitado por la resolución de la Junta Electoral Central, en lo que concierne al inicio, y por el fin de la campaña electoral a raíz de los atentados terroristas de Madrid, en lo que concierne a la terminación.

La CCRTV acordó que fuese la representatividad en anteriores convocatorias electorales la clave para determinar el tiempo de aparición de las agrupaciones políticas. También se establece una corrección del tiempo o un tiempo mínimo de aparición para no perjudicar a los partidos más pequeños. Se previó la inclusión del seguimiento de la campaña electoral en el conjunto del territorio español.

En cuanto al plano de cobertura en la programación territorial de TVE, aprobado por el Consejo de Administración de RTVE, se establece que los tiempos dedicados a informar de la campaña electoral de cada partido se distribuirán en función de la representatividad obtenida en las elecciones anteriores al Congreso en el ámbito territorial de la comunidad autónoma, en este caso, Cataluña. Se asigna un tiempo de información a todas las formaciones que obtuvieron al menos el 1% de los votos en las elecciones de 2000. En cuanto a ICV-EUiA y ERC, según los criterios de

RTVE, había que emitir 18 espacios para cada uno de ellos (9 para TVE1 y 9 para La 2) a lo largo de la campaña.

Los cuadros 10 y 11 establecen una comparación entre los porcentajes previstos por los criterios de cobertura, el de tiempo de noticia durante la campaña y el tiempo de palabra en todos los teletinformativos en el conjunto del periodo 2003-2005, y en las dos cadenas analizadas. Tal y como se

ha demostrado en estudios previos, los tiempos de noticia y de palabra constituyen conceptos comparables, a pesar de no ser estrictamente equivalentes.

Los datos permiten reflexionar sobre la función de los bloques electorales a la hora de garantizar el pluralismo. En primer lugar, se observa que los criterios de cobertura establecidos por los consejos de administración de la CCRTV y

Cuadro 10. TV3. Cuadro-resumen. Tiempo de noticia previsto por los criterios de cobertura y real durante la campaña de las elecciones generales. Tiempo de palabra del periodo 2003-2005

Candidatura	% criterios de cobertura		% tiempo de noticia		% tiempo de palabra 2003-2005
	Elecciones generales (hasta el 3/3/04) ⁶	Elecciones generales (desde el 4/3/04)	Elecciones generales (hasta el 3/3/04)	Elecciones generales (desde el 4/3/04)	
PSC+PSOE	29,5	29,3	28,8	29,1	28,4
CiU	25,6	28,0	26,1	28,4	23,0
PPC+PP	21,8	23,2	21,7	23,3	24,3
ERC	11,5	9,8	11,6	9,5	14,3
ICV-EUiA+IU	11,5	9,8	11,9	9,7	10,0

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. TVE en Cataluña. Cuadro-resumen. Tiempo de noticia previsto por los criterios de cobertura y real durante la campaña de las elecciones generales. Tiempo de palabra del periodo 2003-2005

Candidatura	% criterios de cobertura	% tiempo de noticia. Elecciones generales	% tiempo de palabra 2003-2005
PSC+PSOE	33,3	34,8	28,1
CiU	28,0	29,4	24,3
PPC+PP	22,7	24,4	25,7
ERC	5,5 ⁷	5,6	13,4
ICV-EUiA+IU	5,5 ⁸	5,4	8,6

Fuente: elaboración propia

6 Las dos columnas referidas a las elecciones generales responden a los dos modelos de cobertura aplicados, antes (hasta el 3/3/04) y después (desde el 4/3/04) de la resolución de la Junta Electoral Central.

7 Tomando en consideración los 18 espacios previstos por los criterios de cobertura, el 8% previsto para cada bloque electoral con presencia de ICV-EUiA se convierte en un 5,5% en el conjunto de la campaña electoral.

8 Tomando en consideración los 18 espacios previstos por los criterios de cobertura, el 8% previsto para cada bloque electoral con presencia de ERC se convierte en un 5,5% en el conjunto de la campaña electoral.

de RTVE son respetados, de una manera muy clara, por las dos cadenas durante la campaña electoral. Sin embargo, el dato más destacado se desprende de la comparación de estos datos con el tiempo de palabra de las formaciones políticas para el periodo 2003-2005. El resultado de esta comparación muestra similitudes en el orden de los porcentajes, pese a la excepción de los lugares segundo y tercero. Así, mientras que CiU y PPC+PP son el segundo y el tercer partido durante la campaña de las elecciones generales, el orden se invierte cuando se contabiliza el tiempo de palabra global de los tres años del periodo mencionado. El hecho de que el PP constituya el principal partido de la oposición en el Estado español durante más de la mitad de la muestra podría ser una causa de esta alteración.

Con relación al orden de las formaciones políticas, también cabe destacar la coincidencia entre el orden de los tiempos de palabra derivado de los años 2003-2005 y el orden de estas formaciones en el Congreso de los Diputados a partir de las elecciones generales de 2004: PSC+PSOE, PPC+PP, CiU, ERC e ICV-EUiA+IU.

Otra observación se refiere al hecho de que, en ambas cadenas, y en el cómputo global de los tres años del periodo mencionado, los partidos con menos tiempo asignado según las normas de cobertura (ERC e ICV-EUiA+IU) obtienen una presencia más elevada que en el periodo electoral. Por contra, los partidos con más tiempo asignado (PSC+PSOE, PPC+PP y CiU) ven cómo disminuye su cuota respecto a la registrada durante la campaña.

Los cuadros 12 y 13 muestran el tiempo de palabra de los dos partidos que han estado en el gobierno entre 2003 y 2005 en las dos cadenas analizadas. Se han obviado los datos correspondientes a 2004 porque, al ser el año en que se produjo el cambio de gobierno, podrían presentar problemas comparativos.

El hecho de que el primer partido de la oposición obtenga más tiempo que el partido en el gobierno deviene una constante en los dos años analizados. En este sentido, también hay que tener en cuenta el tiempo que registra el partido en el gobierno, no como formación política concreta, sino en tanto que Gobierno. Por otra parte, se aprecian diferencias

Cuadro 12. TV3. Tiempo de palabra de PP y PSOE con relación al tiempo de palabra de los partidos políticos de ámbitos catalán y español agrupados. Años 2003 y 2005

Candidatura	2003	2005
PP	9,1%	19,0 %
PSOE	13,9 %	10,2 %

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. TVE en Cataluña. Tiempo de palabra de PP y PSOE con relación al tiempo de palabra de los partidos políticos de ámbito catalán y español agrupados. Años 2003 y 2005 (%)

Candidatura	2003	2005
PP	4,6%	19,0%
PSOE	9,3%	9,6%

Fuente: elaboración propia

significativas en la amplitud de los baremos. La distancia entre un partido y el otro es más destacada durante el año 2005 que durante el año 2003. El estudio del contenido de las noticias referidas a cada partido contribuiría a alcanzar una interpretación al respecto, ya que permitiría obtener información sobre las connotaciones implícitas. No obstante, esta tarea trasciende los objetivos de este artículo.

Los datos analizados, basados en un estudio de caso concreto, no permiten deducir conclusiones definitivas sobre la necesidad de bloques electorales para garantizar el pluralismo. Si bien los bloques electorales distribuyen de una manera muy clara la presencia de las formaciones políticas en función de su representatividad, la situación no es muy diferente fuera de las campañas electorales, al menos durante el periodo 2003-2005. La falta de datos sobre si la ausencia de bloques electorales supondría un cambio sustancial en las cuotas de tiempo de las diferentes formaciones impide extraer deducciones más profundas en este sentido.

La presencia de los ámbitos territoriales en los teletinformativos

Isabel Sánchez

■ *Este artículo pretende tomar una instantánea de la distribución territorial de la información que realizan los teletinformativos de ámbito catalán que permita conocer tanto los ámbitos geográficos a los cuales se da prioridad informativa como los que reciben una atención reducida o nula y, a su vez, conjeturar qué factores pueden haber determinado la focalización del interés de los operadores en unos territorios u otros.*

En primer lugar, se elabora una comparativa de la distribución geográfica de la información de los teletinformativos de TV3, TVE en Cataluña y BTV. También se analiza de forma detallada cómo queda representado el territorio catalán tanto en el ámbito comarcal como municipal y se profundiza en la atención informativa a los diferentes distritos barceloneses prestada por BTV. El ámbito estatal se analiza en función de la atención mediática dedicada a las diferentes comunidades autónomas. En cuanto a la información internacional, se señalan aquellos estados más representados y los acontecimientos que han provocado este mayor interés de los medios de comunicación.

Palabras clave

Pluralismo, territorio, teletinformativos, Internacional, Cataluña, Estado español, Barcelona

A diferencia del resto de artículos del presente monográfico de *Quaderns del CAC*, en esta ocasión no se analiza el año 2003 en su totalidad, sino sólo el periodo comprendido entre los meses de septiembre y diciembre. El motivo es una modificación en los procedimientos de análisis que provoca que los datos geográficos anteriores a septiembre de 2003 no sean equiparables con el resto.

En cuanto a la muestra, también cabe apuntar que la mayoría de puntos analizados en este artículo excluyen el estudio de Citytv y Localia, puesto que el carácter local de estas emisoras provoca que la atención dedicada a los ámbitos geográficos municipal (con la excepción de la ciudad de Barcelona), comarcal e internacional, sea muy baja.

Ámbitos geográficos de la información

A pesar de que las tres cadenas analizadas son de titularidad pública, representan tres modelos televisivos muy diferentes. TV3 y TVE en Cataluña tienen un mismo ámbito de cobertura (Cataluña), pero, mientras que la primera es una emisora de ámbito nacional catalán que emite de forma continuada, TVE en Cataluña es la desconexión regional de una emisora de ámbito estatal y, por consiguiente, su programación tiene unas horas de emisión limitadas. Por otra parte, BTV, de titularidad municipal, es la única emisora local pública de la capital catalana.

A continuación se exponen los porcentajes otorgados por cada cadena a cada una de las cuatro grandes categorías geográficas preestablecidas: *Barcelona, Cataluña, Estado español e Internacional*. Cabe señalar que se trata de categorías no inclusivas, es decir, la agrupación Cataluña no contiene la información referente a la ciudad de Barcelona, ni tampoco se contabilizan las referencias geográficas de ámbito catalán dentro de la categoría *Estado español*.

Isabel Sánchez

Analista de los Servicios Técnicos del CAC

Cuadro 1. Comparativa de la distribución geográfica de la información en los teletinformativos de TV3, TVE en Cataluña y BTV

Agrupaciones geográficas	% de la distribución geográfica de la información		
	TV3	TVE en Cataluña	BTV
Barcelona	15,5	20,8	45,2
Cataluña	30,6	41,3	26,0
Estado español	25,3	22,2	15,5
Internacional	28,6	15,7	13,3
Total	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Del análisis del cuadro se desprende que TV3 es la cadena en que la atención mediática prestada a cada una de las cuatro grandes categorías geográficas es más equilibrada. Así, a pesar de que las informaciones relativas a Cataluña ocupan el primer lugar, con un 30,6% del total, son seguidas muy de cerca por la información de ámbito internacional (28,6%), a la cual esta cadena es la que dedica más tiempo de las tres, y por la relacionada con el Estado español (25,3%). Las noticias relativas a la capital catalana, en cambio, ocupan el último lugar, con casi la mitad del tiempo dedicado a las otras agrupaciones (un 15,5% del total).

La razón que podría explicar que los telenoticias de TV3 muestren una distribución tan proporcionada de la información en función de los diferentes ámbitos territoriales hay que buscarla en el hecho de que se han concebido como informativos de ámbito nacional que, sin dejar de lado el territorio catalán, al que dedican la parcela de tiempo considerada necesaria, también proporcionan una información amplia de lo noticiable en el ámbito estatal e internacional.

El caso contrario es el modelo que representa BTV, el más desigual en cuanto a la distribución geográfica de la información, puesto que la atención mediática otorgada a la capital catalana ocupa más de un 45% de sus teletinformativos. El segundo lugar corresponde a las informaciones relativas a Cataluña (26%), seguidas de las referentes al Estado español (15,5%) y de la información internacional (13,3%).

Lógicamente, el ámbito local de la cadena explica la prioridad otorgada a las noticias sobre Barcelona en primer

lugar, y al territorio catalán, en segundo lugar. Así, si se computa de manera conjunta el tiempo de noticia adjudicado a las agrupaciones *Barcelona* y *Cataluña* se observa que la cadena dedica un 71,2% de las informaciones al ámbito catalán, el mayor porcentaje de las tres cadenas analizadas.

Finalmente se constata que TVE en Cataluña, como BTV, también muestra diferencias importantes con relación a la distribución de la información por ámbito geográfico. Así, es la cadena que más atención dedica a las noticias referidas a Cataluña (41,3%). Por otra parte, otorga la mitad del tiempo al Estado español y a la ciudad de Barcelona (22,2 y 20,8%, respectivamente). El último lugar corresponde a las noticias de ámbito internacional (15,7%). La suma de las agrupaciones *Cataluña* y *Barcelona* ocupa un porcentaje ligeramente inferior que en BTV: un 62,1% del tiempo de noticia.

De estos resultados se puede desprender que los informativos de TVE en Cataluña han sido concebidos como un complemento de las ediciones de ámbito estatal de la cadena, lo que explicaría el mayor tiempo dedicado a las noticias relativas al territorio y a la capital catalanas en detrimento de la información sobre el Estado español y el ámbito internacional, puesto que, teóricamente, estos temas ya son tratados en las ediciones estatales.

Las diferencias expuestas entre las tres emisoras objeto de análisis en cuanto a la naturaleza, la titularidad y el ámbito de cobertura quedan claramente reflejadas en la distribución geográfica desigual de la información entre la ciudad

de Barcelona, Cataluña, el Estado español y el ámbito internacional. Mientras que TV3 muestra una atención mediática a las cuatro grandes categorías geográficas bastante equilibrada, BTV y TVE en Cataluña tienden a concentrarse en uno de los ámbitos. Así, los teletinformativos de la cadena local dedican cerca de la mitad de su tiempo de noticia a la ciudad de Barcelona, mientras que en los de TVE el territorio catalán es, con diferencia, el más representado.

Evolución temporal de la distribución territorial de la información

Las variaciones en el tiempo de la distribución de la información entre las cuatro categorías geográficas de análisis se sintetizan en los cuadros siguientes, donde, además, se han señalado aquellas informaciones que han provocado un aumento importante del tiempo de noticia otorgado a una de estas categorías. Sin embargo, es preciso comentar que una mayor atención mediática no se corresponde siempre con una única información, ya que puede tratarse de una confluencia en el tiempo de noticias diversas centradas en el mismo ámbito territorial.

La distribución territorial de la información de los teletinformativos de **TV3** a lo largo del periodo temporal analizado se caracteriza principalmente por la estabilidad. Así, se observa que, mientras la atención dedicada al ámbito barcelonés se mantiene invariablemente por debajo del 20% del tiempo de noticia, las categorías *Cataluña*, *Estado español* e *Internacional* siempre se encuentran por encima de este porcentaje.

Así, este equilibrio en el tiempo de noticia otorgado a las cuatro categorías geográficas sólo se ve alterado por diversas variaciones al alza que indican un aumento puntual de la atención mediática que, en general, se corresponde con acontecimientos concretos de la actualidad informativa.

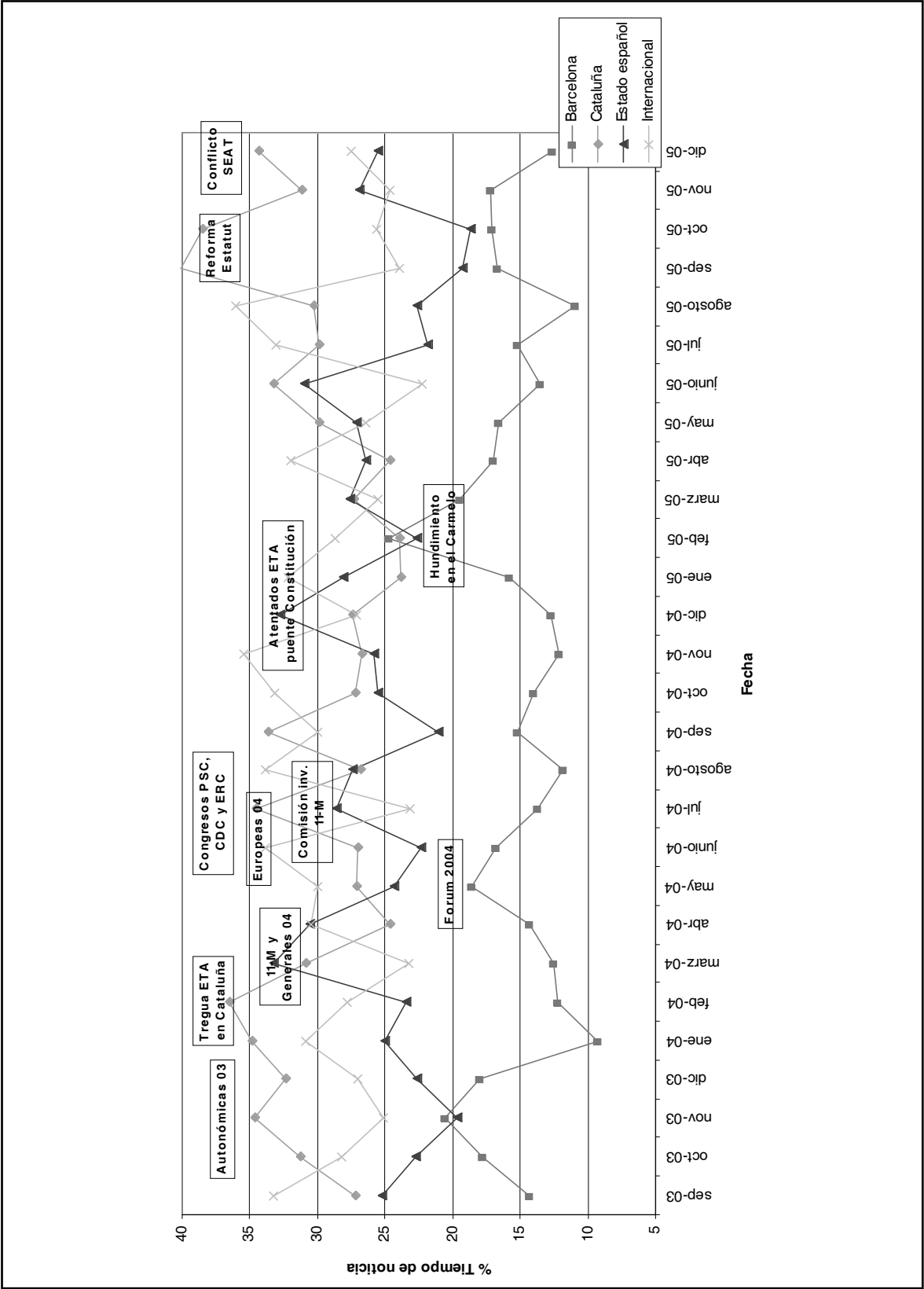
Algunos ejemplos destacables serían las elecciones autonómicas celebradas en noviembre de 2003, el anuncio de la tregua de ETA en Cataluña en febrero de 2004, o los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004, que, además, coincidieron en el tiempo con la celebración de las elecciones generales. O, ya en el ámbito barcelonés, el hundimiento en el barrio del Carmel que se produjo a finales de enero de 2005.

Hay que mencionar aparte la importante atención informativa dedicada por TV3 al debate sobre la reforma del Estatuto de Cataluña durante los meses de septiembre y octubre de 2005, que provoca que el tiempo de noticia otorgado al territorio catalán alcance el nivel máximo del periodo analizado, hasta superar el 40% del total. El gráfico indica que, a pesar de que la atención informativa alrededor del nuevo Estatuto continuó siendo muy elevada hasta finales de año, a partir del mes de noviembre disminuye el tiempo de noticia otorgado al territorio catalán, mientras que aumenta el dedicado al Estado español. La causa se debe a que en ese momento se presenta el Estatuto en las Cortes Generales.

El cuadro 2, correspondiente a TV3, también permite observar que durante el periodo comprendido entre marzo de 2004 y abril de 2005 se da una disminución del tiempo de noticia dedicado al territorio de Cataluña respecto al resto de categorías geográficas. En cuanto a la información internacional, cabe destacar que los picos que indican una mayor atención mediática que se observan en el cuadro no corresponden a una noticia concreta, sino a la suma de varias informaciones de ámbito internacional que coinciden en el mismo periodo. Además, hay que tener en cuenta que hay noticias de ámbito internacional, como la guerra en Irak y el conflicto entre Israel y Palestina, que tienen una duración muy dilatada en el tiempo y reciben una atención mediática considerable, por lo que siempre ocupan los primeros lugares en cuanto a atención informativa dentro de su categoría e imposibilitan asociar un pico de forma exclusiva a cualquiera otra noticia. Esta situación es común a las otras dos cadenas analizadas. La única excepción son las elecciones europeas celebradas en junio de 2004, que durante ese mes superan en tiempo de noticia a las dos informaciones mencionadas.

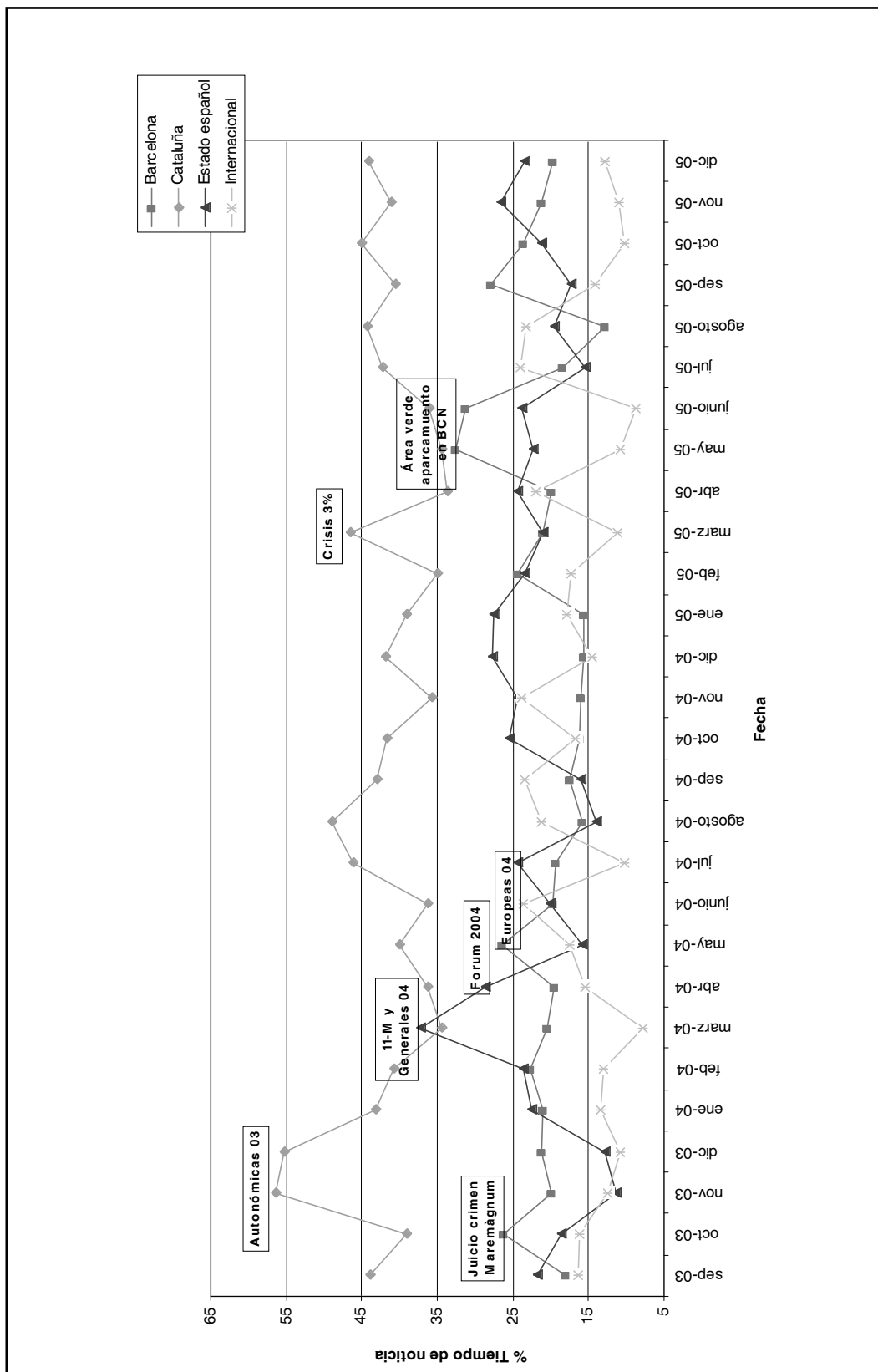
Los teletinformativos de **TVE en Cataluña** coinciden con TV3 en la estabilidad a lo largo del tiempo en cuanto a la distribución geográfica de la información. En este caso se observa que la información referente al ámbito territorial catalán ocupa siempre más de la tercera parte del tiempo de noticia, y siempre se mantiene por encima de las otras tres categorías geográficas, en que el tiempo de noticia se distribuye de manera equilibrada. También cabe destacar que en los teletinformativos de TVE en Cataluña no se dan tantas fluctuaciones del tiempo de noticia asociado a cada

Cuadro 2. TV3. Evolución diacrónica de la distribución territorial de la información. Septiembre 2003 - diciembre 2005



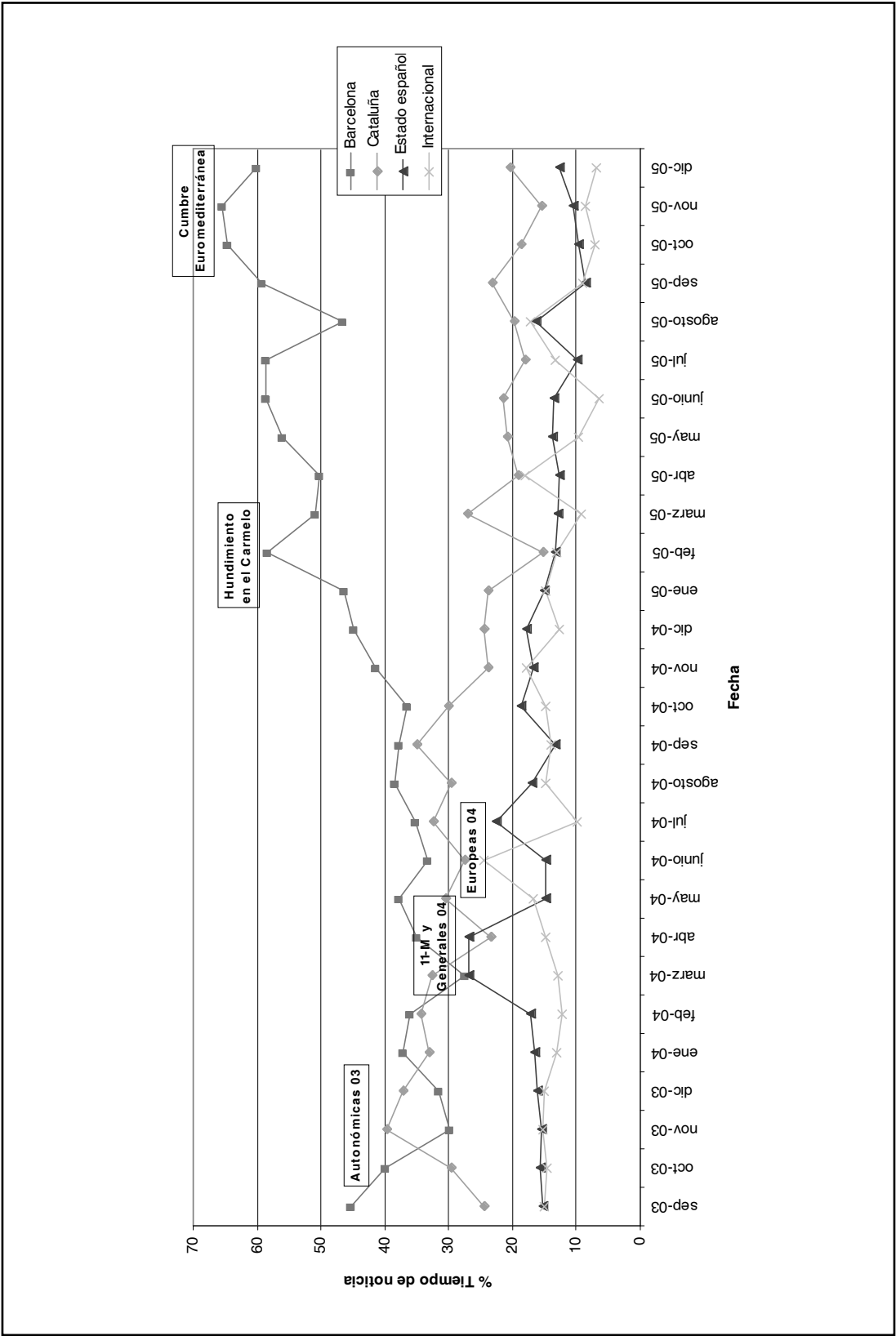
Fuente: elaboración propia

Cuadro 3. TVE en Cataluña. Evolución diacrónica de la distribución territorial de la información. Septiembre 2003 - diciembre 2005



Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. BTV. Evolución diacrónica de la distribución territorial de la información. Septiembre 2003 - diciembre 2005



Fuente: elaboración propia

ámbito geográfico y vinculado claramente a acontecimientos concretos de la actualidad informativa como en la cadena autonómica.

A diferencia de las otras dos emisoras, donde el equilibrio en la distribución geográfica de la información es la norma, la de los teletinformativos de **BTV** sufre un cambio notorio a partir de febrero de 2005, en que la atención mediática otorgada al ámbito barcelonés aumenta considerablemente y pasa a superar el 50% del tiempo de noticia, en detrimento del resto de categorías geográficas. Esta modificación coincide con un cambio en el formato de la edición nocturna del informativo de la cadena, que comportó un aumento sustancial de su duración. De ello puede extraerse, pues, que este tiempo adicional del informativo se dedicó principalmente a la información local. Otra característica de la información de BTV es que los acontecimientos que protagonizan la actualidad informativa no afectan de manera tan manifiesta a la distribución geográfica como en las otras dos cadenas.

Así pues, mientras que en los teletinformativos de TV3 y TVE en Cataluña se observa un equilibrio en la distribución geográfica de la información a lo largo del periodo analizado, a partir de febrero de 2005 hay un cambio en el modelo informativo de BTV que provoca que la atención mediática dedicada a la ciudad de Barcelona aumente considerablemente en detrimento del resto de ámbitos geográficos.

Las comarcas catalanas más representadas

Para determinar las comarcas catalanas que aparecen con más frecuencia en los teletinformativos de ámbito catalán, se han considerado las informaciones con referencias geográficas correspondientes a poblaciones y comarcas catalanas, sin incluir, por lo tanto, las relativas a Cataluña de forma genérica. Las referencias municipales han sido catalogadas con posterioridad dentro de la comarca correspondiente. También se relacionan las *Referencias geográficas supracomarcas*, concepto que comprende todos aquellos descriptores geográficos que alcanzan dos o más comarcas catalanas, como por ejemplo *Área Metropolitana de Barcelona* o *Tierras del Ebro*.

La atención que las emisoras analizadas han dedicado a las referencias geográficas de ámbito catalán no genérico

es diversa. En primer lugar se encuentra TVE en Cataluña, que le otorga un 20,1% del tiempo de noticia, seguida de TV3, con un 13,8%, BTV (9,3%), Citytv (5,1%) y Localia (4,8%). Dado el carácter local de las tres últimas cadenas, que explica el poco peso de las noticias referentes a las comarcas catalanas dentro de sus informativos y el hecho de que estén principalmente concentradas en la comarca del Barcelonès, se ha decidido excluirlas del análisis.

Así, el cuadro 5 muestra las 41 comarcas en que está dividido el territorio catalán con la atención informativa dedicada por TV3 y TVE en Cataluña sobre el total de noticias de ámbito comarcal. También se incluye el porcentaje sobre el total de población catalana real que representa cada una de ellas, ya que se ha querido comprobar la relación entre esta variable y la atención mediática. Las cinco comarcas a las cuales se ha otorgado más tiempo de noticia en los teletinformativos de cada emisora aparecen sombreadas.

Así, sin contabilizar las referencias geográficas supra-comarcas, se observa que las comarcas con más tiempo de noticia son las mismas en las dos cadenas y en el mismo orden: Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Occidental, Segrià, y Tarragonès.

Lo más destacable del cuadro 5 es que el porcentaje de informaciones centradas en la comarca del Barcelonès ocupa alrededor de la mitad del tiempo dedicado al total de las comarcas catalanas tanto en TV3 (55,9%) como en TVE en Cataluña. (54,8%). Por otra parte, si se observan los datos de densidad de población por comarcas se comprueba que, a pesar de que la mayoría de las más pobladas también ocupan los primeros lugares en cuanto a atención mediática, los porcentajes de estos dos parámetros no son siempre correlativos. Aquí habría que aclarar que, aparte del volumen de población de una región, existen otros indicadores muy diversos que pueden incidir en la atención mediática, y que, por lo tanto, los conceptos de sobrerrepresentación y subrepresentación que se utilizan son puramente descriptivos y, en ningún caso, valorativos. También debe tenerse en cuenta que, dado que el tiempo de noticia absoluto dedicado a algunas de las comarcas catalanas es muy bajo, en ocasiones las que reciben porcentajes muy por debajo del 1% del total de tiempo de noticia no superan la hora de emisión por cadena analizada.

Así, destaca especialmente que, mientras que la población correspondiente al Barcelonès representa un 31,7%

Cuadro 5. Atención informativa otorgada a las diferentes comarcas catalanas en los teleinformativos de TV3 y TVE en Cataluña

Comarcas catalanas (orden alfabético)	% de tiempo de noticia sobre el total de informaciones con referencias geográficas de ámbito catalán no genérico		% sobre el total de población catalana real 2005
	TV3	TVE en Cataluña	
Alt Camp	0,29	0,24	0,57
Alt Empordà	1,58	1,80	1,70
Alt Penedès	0,75	0,69	1,34
Alt Urgell	0,38	0,49	0,30
Alta Ribagorça	0,11	0,08	0,06
Anoia	0,61	0,53	1,51
Bages	1,51	1,93	2,42
Baix Camp	1,16	1,24	2,40
Baix Ebre	0,89	0,81	1,07
Baix Empordà	1,33	1,39	1,72
Baix Llobregat	4,87	4,76	10,83
Baix Penedès	0,44	0,55	1,14
Barcelonès	55,90	54,80	31,67
Berguedà	0,75	0,55	0,57
Cerdanya	0,20	0,42	0,24
Conca de Barberà	0,27	0,16	0,29
Garraf	1,39	0,89	1,83
Garrigues	0,28	0,11	0,29
Garrotxa	0,56	0,43	0,74
Gironès	2,44	2,45	2,30
Maresme	2,09	2,05	5,70
Montsià	0,46	0,43	0,92
Noguera	0,36	0,28	0,54
Osona	1,50	2,00	2,03
Pallars Jussà	0,20	0,23	0,18
Pallars Sobirà	0,37	0,50	0,10
Pla de l'Estany	0,31	0,24	0,47
Pla d'Urgell	0,23	0,12	0,40
Priorat	0,34	0,14	0,14
Ribera d'Ebre	0,50	0,42	0,33
Ripollès	0,42	0,32	0,38
Segarra	0,35	0,27	0,30
Segrià	2,97	3,39	2,63
Selva	1,05	0,93	2,06
Solsonès	0,17	0,06	0,18
Tarragonès	2,82	3,13	3,04
Terra Alta	0,24	0,18	0,18
Urgell	0,39	0,34	0,49
Val d'Aran	0,46	1,00	0,13
Vallès Occidental	4,31	3,97	11,66
Vallès Oriental	1,93	1,69	5,17
Referencias geográficas supracomarcales	2,84	3,97	--
Total	100	100	100

Fuente: elaboración propia

del total de Cataluña, la atención mediática a esta comarca supera con creces este porcentaje en las dos cadenas analizadas. Evidentemente, la capitalidad de Barcelona es la explicación de esta sobrerrepresentación de la comarca a la que pertenece.

Sin embargo, la desproporción entre los porcentajes de población real y de tiempo de noticia también es acusada en otras muchas comarcas. Así, si se presta atención a cuáles son las que se encuentran en esta situación en las dos cadenas y qué causas la han provocado se descubre que, por un lado, se encuentran el Gironès y el Segrià, donde se ubican dos de las cuatro capitales de provincia catalanas. Lo que resulta curioso es que el resto de comarcas donde el porcentaje de atención televisiva supera el de población, con la excepción de la Ribera d'Ebre, coinciden en estar situadas en los Pirineos: se trata del Alt Urgell, la Alta Ribagorça, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà y la Val d'Aran.

Pero, ¿cuáles son las causas que explican la sobrerrepresentación de estas comarcas? La asociación de los descriptores geográficos comarcales con las respectivas informaciones permite dar una respuesta. Así, en lo que concierne al Alt Urgell, no hay una información que explique por sí sola el mayor porcentaje de atención mediática de la comarca respecto al volumen de población, pero se detecta

un peso más importante de la información dedicada al medio ambiente (30,2%) que el promedio de noticias de ámbito comarcal de las cadenas analizadas (13,1%).

El caso de la Alta Ribagorça es similar, puesto que la información dedicada al medio ambiente de tipo diverso también tiene un porcentaje considerable (28,2%), pero en este caso también cabe destacar el hecho de que un 28% de las informaciones relativas a la comarca hacen referencia a la evacuación o desaparición de excursionistas en las montañas de la zona.

Un porcentaje importante de las informaciones relativas al Pallars Jussà, el Pallars Sobirà y la Val d'Aran coinciden en estar vinculadas al turismo de nieve, lo que provoca que las informaciones económicas tengan un peso superior a la media de las noticias comarcales.

Sin embargo, en el Pallars Jussà también las noticias relacionadas con el medio ambiente están por encima del promedio comarcal, aunque, de nuevo, hay un cúmulo de informaciones muy diversas, especialmente las relativas a la meteorología, que explican ésta sobrerrepresentación en cuanto al volumen de población.

En relación con el Pallars Sobirà, destaca que casi un 20% de las informaciones vinculadas hagan referencia a diversos sorteos de lotería, principalmente por la ubicación

Cuadro 6. TV3 y TVE en Cataluña. Referencias geográficas supracomarcales

Referencias geográficas (orden alfabético)	TV3	TVE en Cataluña
Área Metropolitana de Barcelona	12,8	15,8
Comarcas barcelonesas	4,4	4,9
Comarcas gerundenses	9,1	8,4
Comarcas leridanas	14,3	16,5
Comarcas pirenaicas	24,8	26
Comarcas tarraconenses	6	8
Montserrat	4,5	1,7
Tierras del Ebro	17,9	10,5
Otros	6,2	8,2
Total	100	100

Fuente: elaboración propia

de la famosa administración de lotería de Sort en esta comarca.

En cuanto a la Val d'Aran, aparte de la importancia de la información relativa al turismo en la zona, cabe subrayar que un 20% del total de informaciones hacen referencia al apagón eléctrico que se produjo en la comarca en diciembre de 2003 y sus consecuencias.

Finalmente, más de la mitad de la atención informativa otorgada a la Ribera d'Ebre está vinculada a la contaminación del pantano de Flix (estas informaciones se concentraron principalmente entre septiembre y noviembre de 2004), mientras que otro 25% más hace referencia a los numerosos incendios forestales que se produjeron a lo largo del verano de 2005, que, entre otras localidades catalanas, también afectaron a esta comarca.

Además, también hay que tener en cuenta las referencias geográficas supracomarcales asociadas a las informaciones de las dos cadenas analizadas, donde las tres que tienen una mayor representación en cada emisora son las comarcas pirenaicas, las comarcas leridanas y las Tierras del Ebro, como puede comprobarse en el cuadro 6.

Resulta interesante constatar que, como en la mayoría de comarcas ubicadas en los Pirineos que reciben un mayor porcentaje de atención mediática que el que correspondería a su volumen de población, las comarcas leridanas y pirenaicas coinciden en dedicar una porción muy importante del tiempo de noticia a las informaciones relativas al turismo de nieve (40%) y al medio ambiente (25% y 32% del total, respectivamente). Este último dato nos lleva a concluir que una parte muy importante de las comarcas con más representación en los teletinformativos de ámbito catalán que la que correspondería a su volumen de población real está vinculada al turismo de montaña.

En cuanto a las Tierras del Ebro, que ocupan el tercer lugar de las referencias geográficas supracomarcales, es preciso subrayar que casi un 30% de las informaciones relacionadas tienen que ver con el Plan Hidrológico Nacional, que acaparó una atención mediática muy dilatada en el tiempo. Por otra parte, como en el caso de la comarca de la Ribera d'Ebre, un porcentaje importante del tiempo de noticia (en este caso, un 17%) se otorgó a noticias relacionadas con la contaminación del pantano de Flix. Eso nos lleva a concluir que una gran parte de la mayor representación de las comarcas situadas en las Tierras del Ebro respecto a su

volumen de población debe asociarse, por un lado, al Plan Hidrológico Nacional y, por el otro, a la contaminación del pantano de Flix.

Las comarcas que reciben un mayor tiempo de noticia en los teletinformativos tanto de TV3 como de TVE en Cataluña son el Barcelonès, el Baix Llobregat, el Vallès Occidental, el Segrià y el Tarragonès. Por otra parte, se observa que una serie de comarcas gozan de una mayor representación con relación a su volumen de población. Así, en primer lugar se encuentran el Gironès y el Segrià, donde se ubican dos de las capitales de provincia catalanas. En segundo lugar está la Ribera d'Ebre, lo que se explica por la atención mediática dedicada a la contaminación del pantano de Flix, ubicado en la región. Finalmente, existe una serie de comarcas que coinciden en estar ubicadas en los Pirineos: el Alt Urgell, la Alta Ribagorça, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà y la Val d'Aran, y que se caracterizan por que una gran parte de las informaciones que se vinculan con ellas y que provocan esta mayor representación hacen referencia al turismo de montaña y al medio ambiente.

La atención informativa en los municipios catalanes

Al analizar la atención informativa en el ámbito municipal se han seleccionado únicamente las referencias geográficas correspondientes a poblaciones catalanas, sin tener en cuenta las informaciones relativas a comarcas ni las que hacen referencia a la totalidad del territorio de Cataluña. Dentro de la referencia *Barcelona* se han incluido las informaciones que tratan de cualquiera de los diez distritos que conforman la capital catalana.

Antes de dar la relación de los municipios catalanes más representados, cabe señalar el porcentaje sobre el total de tiempo de noticia que representa el ámbito municipal en cada una de las cadenas analizadas que se muestran en el cuadro 7. Se observa que, excluyendo la ciudad de Barcelona del ámbito territorial municipal, los porcentajes varían sustancialmente, especialmente en BTV, Citytv y Localia, donde la atención dedicada a la capital catalana es muy importante en comparación a la otorgada al resto de municipios. Es por ello que se ha decidido limitar el análisis de la representación municipal a los teletinformativos de TV3 y TVE en Cataluña.

En los cuadros 8 y 9 se incluye una relación de los diez municipios catalanes con más atención mediática en los teleinformativos de cada una de las cadenas objeto de estudio, junto con el porcentaje que representa su población sobre el total de Cataluña.

De la observación de los cuadros se desprende la existencia de una gran concentración de la atención informativa relativa a municipios catalanes en la ciudad de Barcelona.

Así, en los teleinformativos de TV3 y TVE en Cataluña, el 57% y el 56,2% de la información dedicada exclusivamente a un municipio catalán versa sobre la capital catalana.

En lo que concierne al resto de municipios catalanes a los cuales se dedica un mayor tiempo de noticia, cabe destacar la coincidencia existente entre las dos cadenas analizadas, donde las otras tres capitales de provincia —Lleida, Tarragona y Girona— se sitúan, en este orden, inmediatamente

Cuadro 7. TV3, TVE en Cataluña, BTV, Citytv y Localia. Tiempo de noticia sobre el total dedicado al ámbito municipal

Emisoras	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Incluida la ciudad de Barcelona	27,3	36,9	53,4	17,6	58,2
Sin incluir la ciudad de Barcelona	11,7	16,1	8,3	4,6	3,6

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8. TV3. Los 10 municipios catalanes con más atención mediática en los teleinformativos

Municipios catalanes con más tiempo de noticia	% de tiempo de noticia sobre el total de municipios catalanes representados	% de población sobre el total de Cataluña (2005)
Barcelona	57,0	22,8
Lleida	2,5	1,8
Tarragona	2,5	1,8
Girona	1,9	1,2
L'Hospitalet de Llobregat	1,3	3,6
Sabadell	1,2	2,8
Sitges	0,9	0,3
Martorell	0,8	0,4
El Prat de Llobregat	0,8	0,9
Badalona	0,8	3,1
Resto de municipios catalanes representados	30,2	--
Total	100	--

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9. TVE en Cataluña. Los 10 municipios catalanes con más atención mediática en los teleinformativos

Municipios catalanes con más tiempo de noticia	% de tiempo de noticia sobre el total de municipios catalanes representados	% de población sobre el total de Cataluña (2005)
Barcelona	56,2	22,8
Lleida	3,1	1,8
Tarragona	2,8	1,8
Girona	2,3	1,2
Sant Adrià de Besòs	1,5	0,5
L'Hospitalet de Llobregat	1,3	3,6
El Prat de Llobregat	1,2	0,9
Martorell	1,1	0,4
Sabadell	1,0	2,8
Vic	0,9	0,5
Resto de municipios catalanes representados	28,5	—
Total	100	—

Fuente: elaboración propia

por debajo de la capital catalana, a pesar de que siempre con un tiempo de noticia relativo muy inferior.

Aparte de la desigual distribución del tiempo de noticia entre las poblaciones catalanas que muestran los cuadros anteriores, también se aprecian contrastes en cuanto al número de municipios de los que se habla en cada cadena: mientras que durante el periodo analizado, en los informativos de TV3 aparecieron 561 poblaciones catalanas diferentes (un 59,3% del total de municipios de Cataluña), en los de TVE en Cataluña se registraron 445 (47%). Como se puede intuir por el poco tiempo de noticia otorgado a la información municipal catalana no barcelonesa, las cifras menguan sustancialmente cuando se observan las cadenas de ámbito local: en BTV se representaron 247 (26,1%), en Citytv, 144 (15,2%) y en Localia, 77 (8,1%).

En términos genéricos se observa que de los 946 municipios catalanes registrados en 2005, en la muestra analizada han aparecido como mínimo una vez un total de 629. Eso implica que 317 municipios catalanes no han sido objeto de atención informativa en los teleinformativos de las

cadenas analizadas durante el periodo objeto de estudio.

En cuanto al número de habitantes, los municipios catalanes aparecidos en los teleinformativos de las cadenas analizadas han sido clasificados en seis categorías:

Del análisis del cuadro 10 se extrae que la relación entre el número de habitantes de un municipio y su representación en los teleinformativos es proporcional en las dos cadenas analizadas: a mayor población, mayor tiempo de noticia. Tanto en TV3 como en TVE en Cataluña, dos tercios de la información sobre municipios catalanes corresponden a los que superan los 50.000 habitantes. Las localidades menos pobladas (menos de 500 habitantes) presentan, en cambio, el menor porcentaje de tiempo de palabra sobre el total.

Si además se confrontan los datos relativos a la atención mediática con la densidad de población de los municipios catalanes aparecidos en los cuadros 8 y 9, también se pueden extraer varias conclusiones: 6 de los 10 municipios catalanes con más población se encuentran entre los que tienen más representación en los teleinformativos de las dos cadenas analizadas: Barcelona, L'Hospitalet de Llobre-

Cuadro 10. TV3 y TVE en Cataluña. Tiempo de noticia de los municipios catalanes en función del número de habitantes

Número de habitantes	TV3	TVE en Cataluña
Más de 50.000	74,5	75,1
Entre 10.001 y 50.000	13,2	13,7
Entre 5.001 y 10.000	3,9	3,4
Entre 2.001 y 5.000	4,0	4,1
Entre 501 y 2.000	2,4	2,1
Hasta 500	2,0	1,6
Total	100	100

Fuente: elaboración propia

gat, Badalona, Sabadell, Tarragona y Lleida. En cambio, cuatro de los municipios incluidos entre los diez más poblados de Cataluña no reciben una atención mediática paralela: se trata de Terrassa, Santa Coloma de Gramenet, Mataró y Reus. Por otra parte, en los cuadros también aparece una serie de localidades que, a pesar de no ocupar los primeros lugares por el número de habitantes dentro del territorio catalán, sí que tienen un gran protagonismo en los medios. Se trata de Sitges, Martorell, El Prat de Llobregat, Sant Adrià de Besòs i Vic.

Es preciso apuntar que, si se analizan cuáles son las informaciones que han provocado la aparición del resto de municipios entre las primeras posiciones, se encuentra una explicación específica para cada caso. En primer lugar, en lo que concierne a Sitges, más de un 45% de las noticias relacionadas con la población tratan las diversas ediciones del Festival Internacional de Cine, que se celebra anualmente en esta localidad. En cuanto a Sant Adrià de Besòs, dos tercios de las noticias asociadas a este municipio tienen que ver con el Fórum 2004. En El Prat de Llobregat, un 60% de las informaciones están directa o indirectamente relacionadas con el aeropuerto de Barcelona. La razón que explica la aparición del municipio de Martorell entre los más representados es que más de un 75% de las noticias con este descriptor geográfico hacen referencia a la fábrica de la empresa automovilística SEAT, ubicada en esta localidad catalana. Finalmente, la única información destacada asociada a la ciudad de Vic, con un 20% del tiempo de noticia

que se le asocia, hace referencia al sorteo de la lotería de Navidad de 2005, ya que el gordo cayó en esta localidad.

La capitalidad de Barcelona provoca que la ciudad concentre una gran parte de la atención informativa relativa a los municipios catalanes, que tanto en TV3 como en TVE en Cataluña supera el 50% del total. De la misma manera, las otras tres capitales de provincia catalanas ocupan los siguientes lugares de la lista, pero con porcentajes muy inferiores que en ningún caso superan el 3,1%. También se puede concluir que, en general, existe una relación proporcional entre el número de habitantes de los municipios catalanes y su representación mediática. Sin embargo, no todos los municipios catalanes más poblados se encuentran entre los que más aparecen en los teletinformativos, como es el caso de Terrassa, Santa Coloma de Gramenet, Mataró y Reus. También se ha detectado una serie de localidades que, a pesar de no ocupar los primeros lugares en cuanto al número de habitantes, reciben un tiempo de noticia considerable porque en ellas se producen acontecimientos de gran repercusión mediática: se trata de Sitges, Martorell, El Prat de Llobregat, Sant Adrià de Besòs y Vic.

Los municipios de menos de 5.000 habitantes

En primer lugar, hay que recordar que el porcentaje de tiempo de noticia otorgado por las dos cadenas analizadas a los municipios de menos de 5.000 habitantes respecto al total

de localidades catalanas es de un 8,4% en TV3 y un 7,8% en TVE en Cataluña. El cuadro 11 muestra los temas asociados a los municipios catalanes de menos de 5.000 habitantes en cada una de las cadenas analizadas. A efectos comparativos, se añade la misma información, pero referida a todos los municipios catalanes, sin hacer ninguna distinción en cuanto al número de habitantes. Cabe precisar que no se han incluido los descriptores temáticos *Deportes y Tiempo*, porque las noticias incluidas dentro del *Bloque deportivo* y la *Información meteorológica* de los informativos no tienen asociado ningún descriptor geográfico. Tampoco se ha contabilizado el descriptor temático *Crónica internacional*, ya que, por la naturaleza de los temas tratados, su presencia con relación a los municipios catalanes era muy baja.

Si se confrontan los datos relativos a los municipios menos poblados con los que hacen referencia a la totalidad de las localidades catalanas se observan tres grandes diferencias en cuanto a los descriptores temáticos *Arte y cultura*,

Crónica política y Medio ambiente. De esta manera, en las dos cadenas, las noticias referentes a municipios de menos de 5.000 habitantes tienen un porcentaje muy inferior de informaciones sobre arte y cultura respecto al total de informaciones de ámbito geográfico municipal. Este contraste es especialmente acusado en TV3.

En segundo lugar, tanto en TV3 como en TVE en Cataluña se observa un porcentaje considerablemente menor de informaciones dedicadas a tratar la crónica política de los municipios con menos población que la del total de municipios catalanes. Por otra parte, destaca el mayor peso de las informaciones dedicadas al medio ambiente referidas a municipios de menos de 5.000 habitantes en ambas cadenas (22,2% en TV3 y 18,9% en TVE en Cataluña), en comparación con el correspondiente a la totalidad del ámbito municipal, que no supera el 5,8%.

Finalmente, cabe señalar el hecho, extensible al conjunto de noticias relativas al ámbito municipal catalán, de que cerca de un tercio de las informaciones sobre las poblacio-

Cuadro 11. TV3 y TVE en Cataluña. Temas de las informaciones sobre los municipios catalanes de menos de 5.000 habitantes

Descriptor temático	TV3		TVE en Cataluña	
	Municipios de menos de 5.000 habitantes	Todos los municipios catalanes	Municipios de menos de 5.000 habitantes	Todos los municipios catalanes
Arte y cultura	9,0	21,5	13,9	17,0
Ciencia y tecnología	1,2	1,5	0,9	1,0
Conflictos sociales	5,6	5,7	6,2	7,9
Crónica política	8,3	17,4	8,0	18,5
Economía y negocios	10,2	8,0	12,2	7,7
Educación y enseñanza	1,0	1,8	0,6	0,9
Medio ambiente	22,2	5,8	18,9	4,4
Medios de comunicación y telecomunicaciones	0,6	0,8	1,1	0,5
Sanidad	1,0	2,4	1,5	3,1
Sociedad	35,0	29,7	31,5	33,7
Tráfico	0,8	0,2	0,2	0,1
Trabajo	5,3	5,0	5,1	5,3
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

nes de menos de 5.000 habitantes pertenecen al temático *Sociedad*, una cifra muy por encima de la habitual en el conjunto de informaciones, que es del 14,2% en TV3 y del 17,8% en TVE en Cataluña.

En cuanto a las noticias que se asocian a los municipios catalanes con menos población, del análisis del cuadro 12 se extrae que hay numerosas coincidencias dentro de las diez principales informaciones relacionadas con los municipios catalanes de menos de 5.000 habitantes entre las dos cadenas analizadas. En ambas emisoras la primera y la segunda información con más tiempo de noticia corresponde a los temas de especial relevancia (TER) *Accidentes de tráfico* y *Contaminación del pantano de Flix*, mientras que el TER *Sequía 2005* ocupa la tercera y la cuarta posición, respectivamente.

Cabe destacar que las informaciones referidas a *Medio ambiente*, donde se incluyen las catástrofes naturales y los incendios, tienen un protagonismo especial tanto en TV3 como en TVE en Cataluña. Además, coinciden en la presencia del TER *Inmigración* en la sexta y la quinta posición,

respectivamente. Finalmente, destaca la importancia de las noticias referidas a sorteos de lotería con relación a los municipios menos poblados, puesto que el TER *Sorteo del Niño 2005* aparece en el octavo y el noveno lugar en TV3, mientras que en TVE en Cataluña el TER *Lotería de Navidades 2004* ocupa la novena posición.

En conclusión, los municipios de menos de 5.000 habitantes que aparecen en los teletinformativos de TV3 y TVE en Cataluña lo hacen principalmente en noticias de sucesos, especialmente las relacionadas con accidentes de tráfico o, en segundo lugar, con catástrofes medioambientales, así como en informaciones que hacen referencia a sorteos de lotería. Además, se constata que, mientras que la información dedicada al medio ambiente es muy superior a la otorgada a los municipios catalanes en su conjunto, la relativa a arte y cultura y a la crónica política se encuentra por debajo de la media. Esta última afirmación permite inducir que en los teletinformativos de las cadenas analizadas no se recoge la información sobre política municipal referente a estas poblaciones.

Cuadro 12. TV3 y TVE en Cataluña. Las 10 informaciones con más tiempo de noticia relacionadas con los municipios catalanes de menos de 5.000 habitantes

Orden	TV3	TVE en Cataluña
1	Accidentes de tráfico	Accidentes de tráfico
2	Contaminación del pantano de Flix	Contaminación del pantano de Flix
3	Sequía 2005	Operación de trasvase de agua del pantano de Sau al de Susqueda
4	Debate sobre la reforma d el Estatuto	Sequía 2005
5	Deslocalización de empresas	Inmigración
6	Inmigración	Violencia doméstica
7	Socavón en la AP -7	Festival Internacional de Música Castillo de Peralada 2005
8	Sorteo del Niño 2005	Temporal de nieve y lluvia (segunda quin cena de febrero 2004)
9	Conflicto por la instalación de un centro de investigación de primates en Camarles	Lotería de Navidad 2004
10	Terremotos en Cataluña	Incendio forestal en las Tierras del Ebro (agosto 2005)

Fuente: elaboración propia

Los distritos de Barcelona en los teletinformativos de BTV

En los teletinformativos de la emisora local las noticias relativas a la capital catalana representan un 45,2% del total. De este porcentaje, un 80,4% del tiempo se otorga al descriptor geográfico genérico *Barcelona*, que hace referencia a informaciones que afectan a la totalidad de la ciudad, y sólo el 19,6% restante se dedica a noticias sobre alguno de los diez distritos que la conforman.

El cuadro 13 muestra la distribución del tiempo de noticia de los diez distritos barceloneses (no incluye las informaciones relativas a la totalidad de la ciudad) y de su análisis se extrae que los dos distritos que destacan por tener más atención informativa que el resto son, con diferencia, Horta-Guinardó, que concentra una cuarta parte del total de informaciones de la cadena relativas a distritos barceloneses, y Ciutat Vella, con un 18,2%. En el otro extremo se sitúan los barrios de Les Corts y Sarrià-Sant Gervasi.

Si se contrastan estos datos con la distribución de la población real de la ciudad de Barcelona entre los diez distritos que la conforman, se observa que, en general, no existe una relación estricta entre este parámetro y la atención

informativa otorgada por los informativos de BTV, como lo demuestra el hecho de que los distritos más poblados de la capital catalana, el Eixample y Sant Martí, no se sitúan entre los primeros lugares en lo relativo a la atención informativa. El caso contrario se da con el distrito de Ciutat Vella, que sólo representa el 7% del total de la población de Barcelona y, en cambio, ocupa la segunda posición en cuanto al tiempo de noticia.

En lo que se refiere a los distritos con más tiempo de noticia, se observa que el 79,4% de las noticias asociadas a Horta-Guinardó hacen referencia al hundimiento en el barrio del Carmel provocado por las obras del metro que se produjo en enero de 2005 y que alcanzó una gran repercusión mediática. En cambio, no hay un tema concreto que explique la mayor atención informativa otorgada al distrito de Ciutat Vella, sino que el tiempo de noticia está repartido en informaciones de cariz muy diverso. Destaca que más de un 8% están relacionadas con el incivismo y un porcentaje similar con la remodelación y la inauguración posterior del mercado de Santa Caterina. También tienen un peso importante las noticias de temática cultural y las relativas a la inmigración.

El estudio de la distribución temática de la información por

Cuadro 13. BTV. Distribución del tiempo de noticia otorgado a las informaciones relativas a los distritos barceloneses

Distritos de Barcelona	% de tiempo de noticia	% de población sobre el total de Barcelona (2005)
Horta-Guinardó	25,2	10,7
Ciutat Vella	18,2	7,0
Sants-Montjuïc	10,5	11,2
Nou Barris	9,2	10,4
Sant Martí	8,5	13,9
Gràcia	8,1	7,5
Sant Andreu	7,5	9,0
Eixample	6,1	16,5
Les Corts	3,9	5,2
Sarrià-Sant Gervasi	2,8	8,8
Total	100	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. BTV. Informaciones sobre los distritos de Barcelona con relación a los descriptores temáticos

Descriptor temático	Ciutat Vella	Eixample	Gràcia	Horta-Guinardó	Les Corts	Nou Barris	Sant Andreu	Sant Martí	Sants-Montjuïc	Sarrià-Sant Gervasi
Arte y cultura	20,6	10,9	34,0	1,9	15,8	16,6	11,8	9,8	18,5	11,3
Ciencia y tecnología			0,4	0,2		1,1				2,3
Conflictos sociales	17,5	19,1	21,9	15,9	19,5	17,2	29,0	27,9	20,7	6,7
Crónica política	3,0	1,5	3,0	17,7	6,1	2,7	1,5	2,9	4,3	6,6
Economía y negocios	12,5	8,1	5,9	6,4	14,2	12,8	11,2	10,6	10,8	6,7
Educación y enseñanza	0,5	2,6	1,4	0,5		0,9	0,8	1,3	0,4	2,6
Medio ambiente	1,1		1,5	0,1		0,5	1,0	1,6	0,6	1,7
Medios de com. y telecom.	0,4					0,2	0,2	0,9		
Sanidad	2,3	0,8	2,5	0,4	2,3	0,4	0,5	0,4		
Sociedad	41,8	54,9	28,6	56,2	41,1	47,0	43,1	44,7	41,7	62,1
Trabajo	0,4	2,1	0,8	0,7	1,0	0,4	1,0		2,9	
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

distritos, que muestra el cuadro 14, puede ayudar a determinar cuáles son las noticias que han centrado el interés mediático en cada barrio barcelonés. Para facilitar el análisis se han sombreado los descriptores temáticos con más tiempo de noticia en cada distrito. No se han incluido los descriptores temáticos *Deportes* y *Tiempo*, puesto que este tipo de información no lleva asociado ningún descriptor geográfico. Tampoco se ha tenido en cuenta el descriptor temático *Crónica internacional*, ya que su presencia con relación a los distritos barceloneses es muy puntual.

Globalmente no se observan grandes diferencias en cuanto a la distribución temática de la información entre los distritos barceloneses. Así, los descriptores temáticos *Sociedad*, *Conflictos sociales* y *Arte y cultura* ocupan, por este orden, los tres primeros lugares en lo que concierne a la atención informativa en todos los barrios, con sólo algunas excepciones.

Es el caso de Gràcia, que es el único distrito donde el temático *Sociedad* no ocupa la primera posición, que, en

cambio, corresponde a *Arte y cultura*, con un considerable 34% del total de informaciones. La principal causa de la importancia de la información cultural asociada a este distrito radica en que un 30% del total de las noticias están dedicadas a las diversas ediciones de las fiestas de Gràcia.

Ciutat Vella (20,6%), como hemos visto, y Sants-Montjuïc (18,5%) tienen también un porcentaje importante de noticias de temática cultural. En el caso de Sants-Montjuïc, la fiesta mayor del distrito también ocupa un porcentaje importante del tiempo de noticia, un 7%.

Otro distrito que se aleja de la tónica general es Horta-Guinardó, donde, mientras que la información relativa a arte y cultura es ínfima, el segundo tema en importancia es la crónica política, con un 17,7%, una cifra muy alejada del resto de distritos y que se explica, de nuevo, por la atención informativa dada al derrumbamiento en el barrio del Carmel provocado por las obras del metro de Barcelona.

También sobresale el caso de Sant Martí, que, junto con Horta-Guinardó, es el único barrio donde la información

económica y de negocios tiene más peso que la cultural. La causa se encuentra en la importante atención informativa dedicada al proyecto de renovación urbanística del barrio de Poblenou, el 22@ Barcelona. Igualmente destaca la considerable proporción de informaciones que se le asocian y que hacen referencia a conflictos sociales (27,9%), causada por la polémica sobre el derribo del polígono industrial Can Ricart a partir de abril de 2005.

Finalmente, Sarrià-Sant Gervasi es el distrito que más información dedica a la temática social (62,1%) y menos a los conflictos sociales: sólo un 6,7%, una cifra muy inferior a la media del resto de barrios. Entre las noticias de sociedad, de cariz muy diverso, tan solo destaca el atraco de un supermercado por parte del Malo Dieguito en noviembre de 2005, que ocupa el 8% del total de informaciones.

En cuanto a los municipios, se puede concluir que no hay ninguna relación entre la atención mediática otorgada por BTV a los diferentes barrios barceloneses y su volumen de población, y que globalmente se observa una uniformidad temática entre ellos. Así, los dos distritos que reciben un mayor tiempo de noticia son, con diferencia, Horta-Guinardó, debido al derrumbamiento del barrio del Carmel, y Ciutat Vella, por la suma de noticias diversas, especialmente las dedicadas al incivismo, la inmigración y la cultura, así como a la remodelación del mercado de Santa Caterina. En el otro extremo se sitúan los distritos de Les Corts y Sarrià-Sant Gervasi.

Las comunidades autónomas en los teleinformativos

En primer lugar, el cuadro 15 muestra el porcentaje de tiempo de noticia otorgado por cada cadena al Estado español, distinguiendo entre aquellas informaciones que afectan a todo el Estado como conjunto: Estado español (genérico) y aquellas relativas a cualquiera de sus comunidades autónomas, con la excepción de Cataluña, que se contabiliza por separado. La atención mediática de las cadenas analizadas a las comunidades autónomas españolas no es homogénea. Así, el primer lugar corresponde a Citytv, con un 14,2% del total de tiempo de noticia, seguida de cerca por TV3 (13,4%). A continuación se encuentran los teleinformativos de TVE en Cataluña (8,6%) y de BTV (5,7%). En última posición se sitúa Localia, con tan solo un 1% del total de informaciones dedicado a algunas de las comunidades autónomas que conforman el Estado.

El cuadro 16 hace referencia al tiempo de noticia correspondiente a las comunidades autónomas con la excepción de Cataluña, y queda distribuido entre las 16 comunidades restantes y las dos ciudades autónomas. Se han sombreado los porcentajes correspondientes a las cuatro comunidades con más atención mediática en cada cadena.

Independientemente de la atención mediática otorgada por cada cadena a las comunidades españolas, la distribución del tiempo de noticia es similar entre las emisoras

Cuadro 15. Tiempo de noticia otorgado al Estado español

Agrupaciones geográficas	% de la distribución geográfica de la información				
	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Comunidades autónomas (excepto Cataluña)	13,4	8,6	5,7	14,2	1,0
Estado español (genérico)	11,9	13,6	9,8	15,3	6,0
<i>Total Estado español</i>	<i>25,3</i>	<i>22,2</i>	<i>15,5</i>	<i>29,5</i>	<i>7,0</i>
Resto de agrupaciones geográficas	74,7	77,9	84,5	70,5	93,1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

analizadas: en todas las cadenas el primer lugar corresponde, con diferencia, a la Comunidad de Madrid (con porcentajes que oscilan entre el 35% y el 47,2%) y el segundo, al País Vasco (que siempre supera el 18% del tiempo de noticia). Finalmente, y a una cierta distancia, Andalucía y la Comunidad Valenciana se sitúan en tercer o cuarto lugar en función de la cadena.

La única diferencia destacable se encuentra en Localia, puesto que concentra su atención en sólo seis comunidades autónomas. En este sentido es preciso recordar que la atención de la emisora a las comunidades autónomas españolas representa un porcentaje muy pequeño del total (tan solo un 1%).

Hay que añadir que en todas las cadenas analizadas se ha detectado una gran concentración de la atención mediá-

tica en unas pocas comunidades españolas. Así, la suma de los porcentajes de tiempo de noticia otorgado a las tres primeras comunidades autónomas de cada cadena oscila entre el 82,2% de Localia y el 67,9% de TV3.

Con la excepción del País Vasco, las comunidades más representadas coinciden en ser las de mayor población del Estado: son, en este orden, Andalucía, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana. En el otro extremo se encuentran las comunidades autónomas de las cuales se habla menos, que varían ligeramente en función de la cadena, a pesar de que La Rioja se situaría claramente en el último lugar. Destacan por la poca atención mediática Ceuta, Melilla, Extremadura y Cantabria, que, con la excepción de Extremadura, coinciden en situarse en la cola de las comunidades españolas en cuanto a volumen de población.

Cuadro 16. Representación de las comunidades y las ciudades autónomas del Estado español en los teletinformativos

Comunidades y ciudades autónomas		TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
1	Andalucía	7,6	7,0	8,4	9,4	2,9
2	Aragón	3,0	3,3	2,9	2,6	
3	Asturias	0,8	0,8	0,5	1,5	
4	Cantabria	0,3	0,5	0,6	1,0	
5	Castilla y León	3,0	3,0	3,7	3,6	11,7
6	Castilla-La Mancha	2,0	1,9	1,6	2,0	
7	Ceuta	0,5	0,5	0,1	0,5	
8	Comunidad de Madrid	37,3	47,2	46,8	37,9	35,0
9	Extremadura	0,5	0,7	0,5	0,6	
10	Galicia	4,9	5,1	5,1	7,1	3,2
11	Islas Baleares	5,4	2,0	1,4	1,2	
12	Islas Canarias	1,3	1,0	0,7	0,9	
13	La Rioja	0,1	0,1	0,2	0,1	
14	Melilla	0,9	1,4	0,5	0,6	
15	Murcia	0,8	0,5	0,9	1,3	
16	Navarra	1,0	1,2	0,6	1,2	
17	País Vasco	19,7	19,7	18,8	21,9	31,8
18	Comunidad Valenciana	10,8	4,2	6,6	6,6	15,4
Total		100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Distribución temática del tiempo de noticia de las cuatro comunidades autónomas con mayor representación mediática

Descriptor temático	Andalucía	Comunidad de Madrid	País Vasco	Comunidad Valenciana
Arte y cultura	5,1	4,4	3,5	14,8
Ciencia y tecnología	2,0	0,6	0,1	1,6
Conflictos sociales	8,8	4,2	1,7	3,9
Crónica política	19,4	55,1	85,6	22,3
Economía y negocios	2,1	4,0	0,7	8,0
Educación y enseñanza	0,2	0,3	0,2	0,4
Medio ambiente	8,8	0,6	0,7	6,8
Medios de comunicación y telecomunicaciones	--	0,3	0,2	0,3
Sanidad	0,4	0,8	--	1,2
Sociedad	46,5	27,6	4,9	36,9
Tráfico	0,1	0,0	--	0,1
Trabajo	6,6	2,0	2,5	3,7
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

El cuadro 17, que asocia las cuatro comunidades autónomas con mayor representación mediática con los principales descriptores temáticos, puede ayudar a determinar las causas que, aparte de una mayor densidad de población, han provocado este mayor tiempo de noticia. Recordemos que, como en el resto de cuadros en que se relacionan descriptores geográficos y temáticos, no se han incluido las categorías *Deportes* ni *Tiempo*, puesto que este tipo de información no lleva asociada ninguna referencia geográfica. Tampoco se ha tenido en cuenta el temático *Crónica internacional*, ya que, por la naturaleza de los temas tratados, su presencia con relación a las comunidades autónomas es anecdótica.

Uno de los datos más destacables es que un 85,6% de las noticias que hacen referencia al País Vasco tienen como temática la crónica política: el Plan Ibarretxe, las elecciones autonómicas vascas y la posterior constitución del nuevo gobierno, etc. Además, se observa que muchas de ellas están relacionadas con el conflicto vasco: información sobre atentados terroristas, operaciones policiales, manifestacio-

nes, la encarcelación de Arnaldo Otegi, las treguas de ETA con los cargos políticos y en Cataluña, etc.

En cuanto a la Comunidad de Madrid, el tiempo dedicado a la crónica política también es considerable: más del 50%. En este caso, la capitalidad de Madrid explicaría este gran volumen de información política. También es preciso señalar que la información referente a los atentados del 11-M (incluida la operación policial, la comisión de investigación y el aniversario de los hechos) ha hecho aumentar la atención dedicada a esta comunidad, puesto que supera el 20% del tiempo total de noticia.

Por otra parte, las comunidades andaluza y valenciana coinciden en que la principal temática que se les asocia es la información de *Sociedad* (46,5% y 36,9%, respectivamente).

En el caso de la Comunidad Valenciana, además, destaca la considerable atención informativa al temático *Arte y cultura* (14,8%), que se explica por la atención informativa otorgada a las Fallas de Valencia, al Festival de Música Independiente de Benicàssim y a los Premios Octubre.

También se observa que la información que se refiere a ella se encuentra menos concentrada que en el resto de comunidades analizadas. Así, las tres primeras noticias referentes a este territorio corresponden a los temas de especial relevancia (TER) *Violencia doméstica* (5,2%), *Plan Hidrológico Nacional* (3,7%) y *Polémica por la presentación en la UE de dos versiones de la Constitución, en catalán y en valenciano* (3,4%).

Andalucía, en cambio, tiene un elevado porcentaje de información dedicada a los *Conflictos sociales* (8,8%), mayoritariamente relacionados con la inmigración, una temática que obtiene un 13,4% del tiempo de noticia. Este elevado porcentaje se debe, principalmente, a la cobertura informativa de la llegada de inmigrantes en pateras a las

costas andaluzas. Otros temas que colocaron a la comunidad andaluza en el punto de mira de los informativos fueron la investigación sobre las muertes de Rocío Wanninkhof y Sonia Carabantes (8,7% del tiempo de noticia) y el caso Roquetas (5,7%).

Así pues, hemos visto que la atención mediática de los teleinformativos analizados se concentra en cuatro comunidades autónomas: la Comunidad de Madrid, el País Vasco y, a cierta distancia, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Todas excepto el País Vasco se encuentran entre las de mayor población del Estado. Aparte de la variable de población, la capitalidad de la ciudad de Madrid y los atentados del 11-M son los dos motivos que sitúan a la comunidad madrileña en el primer lugar, mientras que el conflicto vasco

Cuadro 18. Relación de los 15 descriptores geográficos de ámbito internacional con más tiempo de noticia en los teleinformativos

TV3		TVE		BTV	
Descriptores geográficos	%	Descriptores geográficos	%	Descriptores geográficos	%
EE. UU.	15,1	Irak	13,5	Irak	16,5
Irak	10,4	EE. UU.	11,7	EE. UU.	12,5
Unión Europea	8,1	Unión Europea	11,5	Internacional	10,8
Internacional	7,8	Internacional	8,6	Unión Europea	9,6
Francia	6,7	Reino Unido	6,2	Israel (y Palestina)	6,0
Reino Unido	6,5	Israel (y Palestina)	5,9	Reino Unido	5,2
Israel (y Palestina)	5,4	Francia	5,3	Francia	4,1
Italia	2,8	Vaticano	3,5	Italia	3,4
Marruecos	2,4	Italia	3,1	Vaticano	3,0
Alemania	2,1	Rusia	1,5	Sureste asiático	2,5
China	2,1	Turquía	1,4	Rusia	1,7
Vaticano	2,0	Alemania	1,3	Marruecos	1,3
Rusia	1,6	Andorra	1,3	Turquía	1,2
Bélgica	1,2	Sureste asiático	1,3	China	1,1
Irán	1,0	Marruecos	1,2	Ucrania	1,0
Resto de descriptores de ámbito internacional	24,8	Resto de descriptores de ámbito internacional	22,8	Resto de descriptores de ámbito internacional	20,1
Total	100	Total	100	Total	100

Fuente: elaboración propia

es, claramente, la razón de la gran atención informativa otorgada a Euskadi. La Comunidad Valenciana y Andalucía se caracterizan por la gran atención dedicada a la cultura y a los conflictos sociales relacionados con la inmigración, respectivamente. En el otro extremo en cuanto a tiempo de noticia se sitúan las comunidades de La Rioja, Ceuta, Melilla, Extremadura y Cantabria.

Las noticias internacionales

A los efectos de este texto se consideran noticias de ámbito internacional aquéllas que hacen referencia a un estado extranjero, incluidas las informaciones referentes a la Unión Europea y a los estados que la conforman. También se incluyen los descriptores que hacen referencia a áreas geográficas supraestatales, como por ejemplo el *Sureste asiático* o *Europa* y la referencia geográfica no administrativa *Internacional*, utilizada cuando la información es de alcance mundial. Sólo se incluyen los datos de TV3, TVE y BTV, ya que el carácter local de las emisoras Citytv y Localia determina que la atención dedicada a la información internacional sea muy baja. Los teleinformativos de TV3, con un 28,6% del total del tiempo de noticia, le dedican el doble de tiempo que los de TVE en Cataluña (15,7%) y BTV (13,3%). Además, cabe añadir que, mientras que en TV3 aparecen 181 descriptores geográficos de ámbito internacional diferentes, en TVE en Cataluña aparecen 125 y en BTV, 142.

Del cuadro 18 destaca una gran coincidencia en cuanto a los descriptores geográficos de ámbito internacional con más atención mediática en todas las emisoras, como lo demuestra que las ocho primeras posiciones están ocupadas por los mismos estados, con ligeras variaciones en el orden en función del mayor o menor tiempo de noticia otorgado. Se trata de los EE. UU., Irak, la Unión Europea, la referencia no administrativa *Internacional*, Francia, el Reino Unido, Israel, Italia y Marruecos.

También hay que mencionar los descriptores geográficos que aparecen entre las 15 primeras posiciones en sólo dos de las tres emisoras analizadas. Es el caso de Alemania (TV3 y TVE), Turquía y el sureste asiático (TVE y BTV) y China (TV3 y BTV).

Por otra parte, para conocer las informaciones que han

motivado que los mencionados descriptores geográficos de ámbito internacional tengan una mayor atención mediática, es necesario observar el cuadro 19. Los datos corresponden a las tres informaciones con mayor tiempo de noticia de las diez referencias geográficas de ámbito internacional más representadas en cada cadena.

Se pone de relieve que los principales ítems informativos referentes a los mismos descriptores geográficos de ámbito internacional a menudo coinciden en las tres cadenas analizadas. Eso se hace especialmente patente en cuanto a la primera información asociada a cada descriptor, aunque también se observan ligeras variaciones en el orden en función del mayor tiempo de noticia otorgado por cada emisora. La referencia geográfica *Internacional* es la que registra más variaciones entre cadenas, ya que, por su carácter genérico, permite englobar informaciones muy diversas.

Algunos ítems informativos tienen tanta relevancia dentro de la información internacional que aparecen relacionados con diversas referencias geográficas. Es el caso del conflicto en Irak, que no sólo aparece relacionado con el estado iraquí, sino también con países como los EE. UU., Francia, el Reino Unido e Italia, así como con la referencia geográfica *Internacional*.

Destaca la importancia de la temática política dentro de las informaciones de ámbito internacional con más tiempo de noticia, en especial la referida a la celebración de elecciones. Así, entre las noticias que provocan una mayor atención mediática fuera del Estado español se encuentran las elecciones presidenciales en los EE. UU., el referéndum sobre la Constitución europea, las elecciones a la Presidencia de la Autoridad Nacional Palestina, las elecciones generales en Alemania y las elecciones legislativas en Rusia, así como las campañas electorales de algunos grupos políticos.

Aparte de las conclusiones que se pueden extraer de la observación del cuadro 19, cabe mencionar que hay muchos estados que destacan porque concentran la atención mediática en una o pocas informaciones y, al mismo tiempo, los principales ítems informativos relacionados con ellos son los mismos en todas las cadenas. Dos casos muy claros son los estados de Irak e Israel (donde se incluye Palestina), a los cuales se asocian informaciones relacionadas con conflictos bélicos de larga duración. En cuanto a Irak, la principal información hace referencia a la guerra y la

Cuadro 19. Principales ítems informativos referentes a los 10 descriptores geográficos de ámbito internacional más representados

TV3		TVE en Cataluña		BTV	
Descriptores geográficos	Ítems informativos	Descriptores geográficos	Ítems informativos	Descriptores geográficos	Ítems informativos
EE. UU.	1. Conflicto en Irak	Irak	1. Conflicto en Irak	Irak	1. Conflicto en Irak
	2. Elecciones presidenciales en EE. UU. (2004)		2. Juicio a Saddam Hussein		2. Captura de Saddam Hussein
	3. Huracán Katrina		3. Captura de Saddam Hussein		3. Juicio a Saddam Hussein
Irak	1. Conflicto en Irak	EE. UU.	1. Conflicto en Irak	EE. UU.	1. Conflicto en Irak
	2. Juicio a Saddam Hussein		2. Elecciones presidenciales en EE. UU. (2004)		2. Elecciones presidenciales en EE. UU. (2004)
	3. Captura de Saddam Hussein		3. Huracán Katrina		3. Huracán Katrina
Unión Europea	1. Referéndum sobre la Constitución europea	Unión Europea	1. Referéndum sobre la Constitución europea	Internacional	1. Cumbre Euromediterránea en Barcelona
	2. Negociaciones por los presupuestos de la UE para el periodo 2007 -2013		2. Campaña electoral PSC+PSOE Referéndum Constitución europea		2. Aumento del precio del petróleo y repercusiones
	3. Ampliación de la UE		3. Campaña electoral PSC+PSOE Europeas 2004		3. Fórum 2004
Internacional	1. Conflicto en Irak	Internacional	1. Muerte y sucesión de Juan Pablo II	Unión Europea	1. Referéndum sobre la Constitución europea
	2. Cumbre Euromediterránea en Barcelona		2. Conflicto en Irak		2. Campaña electoral PSC+PSOE Europeas 2004
	3. Aumento del precio del petróleo y repercusiones		3. Fórum 2004		3. Campaña electoral CiU + Galeusca Europeas 2004
Francia	1. Alborotos en los suburbios de diversas ciudades francesas	Reino Unido	1. Atentados terroristas del 7 -J en Londres	Israel (y Palestina)	1. Conflicto entre Israel y Palestina
	2. Referéndum sobre la Constitución europea		2. Conflicto en Irak		2. Muerte de Yasir Arafat
	3. Conflicto en Irak		3. Repercusiones en gran Bretaña por los atentados terroristas de julio de 2005		3. Elecciones a la Presidencia de la Autoridad Nacional Palestina
Reino Unido	1. Atentados terroristas del 7 -J en Londres	Israel (y Palestina)	1. Conflicto entre Israel y Palestina	Reino Unido	1. Atentados terroristas del 7 -J en Londres
	2. Conflicto en Irak		2. Muerte de Yasir Arafat		2. Conflicto en Irak
	3. Negociaciones por los presupuestos de la UE para el periodo 2007 -2013		3. Elecciones a la Presidencia de la Autoridad Nacional Palestina		3. Atentados terroristas del 21 -J en Londres
Israel (y Palestina)	1. Conflicto entre Israel y Palestina	Francia	1. Alborotos en los suburbios de diversas ciudades francesas	Francia	1. Referéndum sobre la Constitución europea
	2. Muerte de Yasir Arafat		2. Muerte de Yasir Arafat		2. Alborotos en los suburbios de diversas ciudades francesas
	3. Elecciones a la Presidencia de la Autoridad Nacional Palestina		3. Referéndum sobre la Constitución europea		3. Conflicto en Irak

Fuente: elaboración propia

posguerra, que llega a acaparar el 91,3% del total de la atención informativa. En cuanto al estado de Israel, el conflicto con Palestina ocupa un 74,9% del total de la atención mediática. Sin embargo, las siguientes noticias sobre el estado israelí con mayor representación también se encuentran indirectamente relacionadas con el conflicto: *Alerta por el estado de salud de Arafat y Elecciones a la Presidencia de la Autoridad Nacional Palestina*.

En lo que concierne al estado del Vaticano, de nuevo se produce una gran concentración de la atención mediática en una sola información: más del 70% del total de informaciones sobre el Vaticano han tratado sobre la enfermedad y la muerte del papa Juan Pablo II y la consiguiente elección de su sucesor.

Con respecto a otras referencias geográficas, aparecen vinculadas a acontecimientos puntuales de consecuencias graves pero de una duración más breve que ocupan las primeras posiciones en cuanto a atención informativa, como es el caso del sureste asiático, donde el tsunami que se produjo en diciembre de 2004 concentra más del 99% del tiempo de noticia. También cabe destacar otras tragedias que, a pesar de aparecer en la lista de las tres más representadas, no concentran tanto volumen del tiempo de noticia total. Es el caso del paso del huracán Katrina en los EE. UU., los alborotos en los suburbios de diversas ciudades francesas, el secuestro en una escuela de Beslán, en Rusia, o el terremoto que se produjo en Marruecos en febrero de 2004.

En resumen, se da una gran coincidencia en cuanto a los descriptores geográficos de ámbito internacional con más atención mediática en todas las emisoras analizadas, como lo demuestra el hecho de que las ocho primeras posiciones están ocupadas por los mismos estados: los EE. UU., Irak, la Unión Europea, la referencia no administrativa *Internacional*, Francia, el Reino Unido, Israel, Italia y Marruecos. Asimismo, se observa que los ítems informativos que sitúan a los descriptores geográficos de este ámbito en el punto de mira de los medios son muy similares en las tres cadenas. Destaca la importancia de la temática política, en especial la referida a la celebración de elecciones, y también que algunos estados, como Irak, Israel y el Vaticano, se caracterizan por concentrar gran parte de la atención mediática en una única información.

La visibilidad de los actores sociales en la información

Laura Rodas

- *El análisis de la visibilidad de los actores sociales en la información contribuye a ilustrar la forma en que los medios de comunicación han reflejado la sociedad. En primera instancia se compara la presencia de los actores políticos y no políticos para determinar cuál de los dos grupos ha intervenido más en la información. Seguidamente el texto se centra en el conjunto de actores no políticos y ofrece, de forma separada, los datos referentes a los diversos colectivos sociales. Por último, se profundiza en la presencia de algunos colectivos sociales (los sindicatos, las organizaciones que conforman el tejido asociativo y la agrupación Otros) yendo más allá de las cifras y apuntando, aparte de quién y cuánto habla, en qué tipo de noticias intervienen estos colectivos específicos.*

Palabras clave

Pluralismo, teleinformativos, actores sociales, política, sindicato, sociedad

¿Los teleinformativos otorgan mayor presencia a los actores políticos o a los no políticos?

El estudio de la distribución del tiempo de palabra que hacen las emisoras entre los actores políticos y no políticos (las dos categorías más amplias que se pueden establecer) puede resultar, en ocasiones, un indicador del tipo de información que se prioriza en cada caso y, por lo tanto, del estilo periodístico de cada emisora. En efecto, una cadena que otorga más tiempo de palabra a los actores políticos (institucionales o de partido) probablemente está priorizando la crónica política frente a otros tipos de información. Por contra, una emisora que otorga más tiempo de palabra a los actores no políticos, sobre todo si se trata mayoritariamente de personas incluidas en la agrupación *Otros*, estaría priorizando la información de testimonio, más próxima a la emoción que a la reflexión y, por lo tanto, su estilo periodístico se podría calificar como *de proximidad*.

Pese a todo, la clasificación de las emisoras en un grupo u otro sólo a partir del indicador que constituye la distribución del tiempo de palabra no es posible en el caso que nos ocupa, ya que los datos globales obtenidos en el periodo 2003-2005 no muestran tendencias claras que permitan hacer afirmaciones rotundas en este sentido. En cualquier caso, lo que sí se puede afirmar es que hay tres emisoras que otorgan más tiempo de palabra a los actores políticos que a los no políticos (TV3, TVE en Cataluña y Citytv) y dos emisoras que siguen la tendencia inversa (BTV y Localia).

Entre las tres emisoras que otorgan más tiempo de palabra a los actores políticos, la que presenta una tendencia más marcada es TVE en Cataluña, con un 58,6% del tiempo de palabra a los actores políticos, frente al 41,4% a los no políticos. A continuación se situaría TV3, con una ligera preferencia por los actores políticos (53,1%) sobre los no

Laura Rodas

Analista de los Servicios Técnicos del CAC

políticos (46,9%). Finalmente, en Citytv es donde los actores políticos y no políticos obtienen porcentajes más iguales (50,6% de los primeros frente al 49,4% de los segundos). En cualquiera de los casos, sólo el cruce de estos datos con los correspondientes a los descriptores temáticos nos permitiría establecer conclusiones válidas con relación a la estrategia informativa que sigue cada emisora.

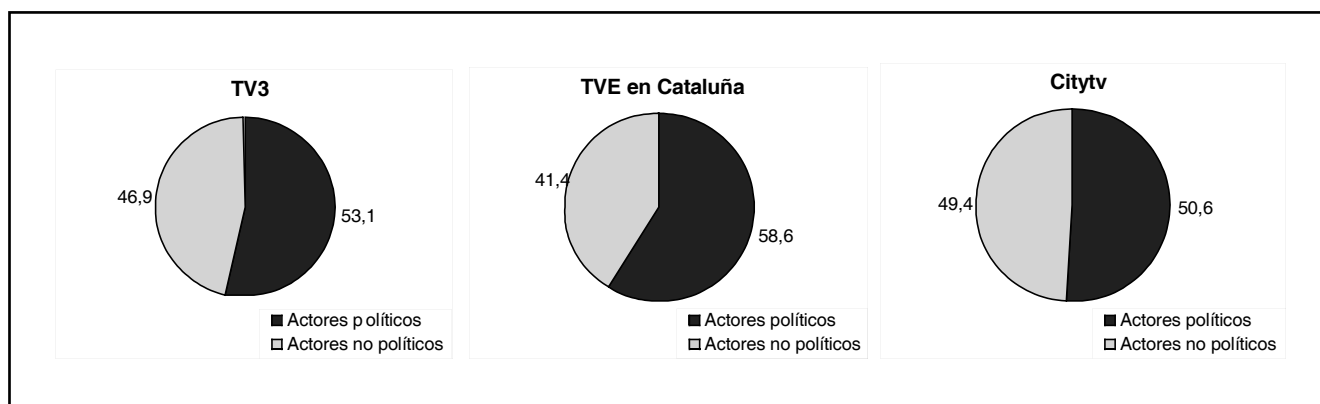
En el lado opuesto se sitúan BTV y Localia, que coinciden en otorgar más tiempo de palabra a los actores no políticos. La poca diferencia entre ambas tipologías de actores, de cinco puntos porcentuales aproximadamente tanto en una emisora como en la otra, es demasiado pequeña para afirmar categóricamente que estas emisoras, ambas de ámbito

local, priorizan la información de proximidad, pero constituye un primer indicio que apuntaría en esta dirección.

También resulta interesante observar cómo ha evolucionado el reparto de tiempo de palabra entre los actores políticos y no políticos a lo largo de los tres años que conforman la muestra. En este sentido, el comportamiento de TV3 y TVE en Cataluña se ha mantenido bastante estable a lo largo de los tres años: ambas emisoras han otorgado siempre una ligera ventaja a los actores políticos frente a los no políticos (ciertamente mayor en el caso de TVE en Cataluña).

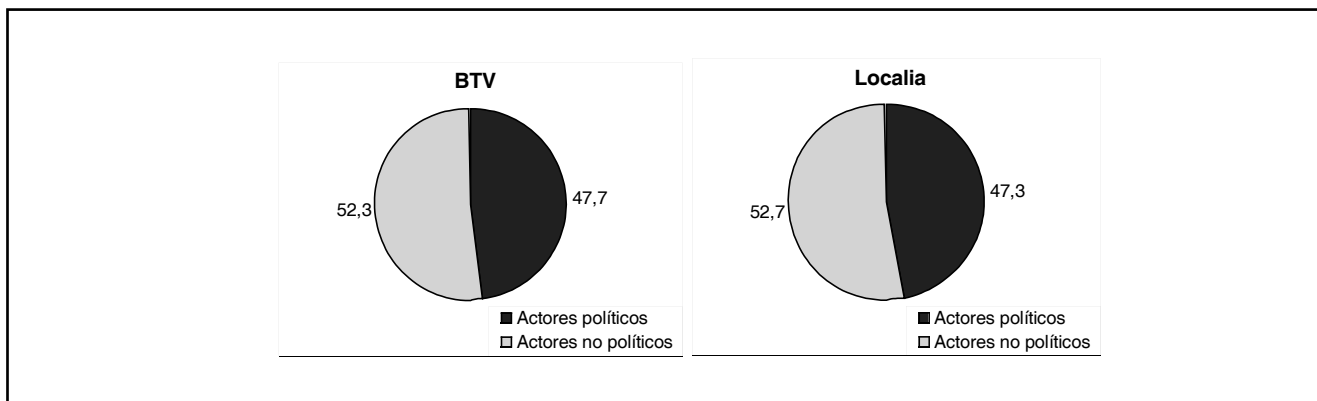
En cuanto a BTV se observa un cambio claro de tendencia a partir de 2005. Efectivamente, esta cadena, que hasta

Cuadros 1, 2 y 3. TV3, TVE en Cataluña y Citytv.
Reparto del tiempo de palabra entre los actores políticos y no políticos



Fuente: elaboración propia

Cuadros 4 y 5. BTV y Localia. Reparto del tiempo de palabra entre los actores políticos y no políticos



Fuente: elaboración propia

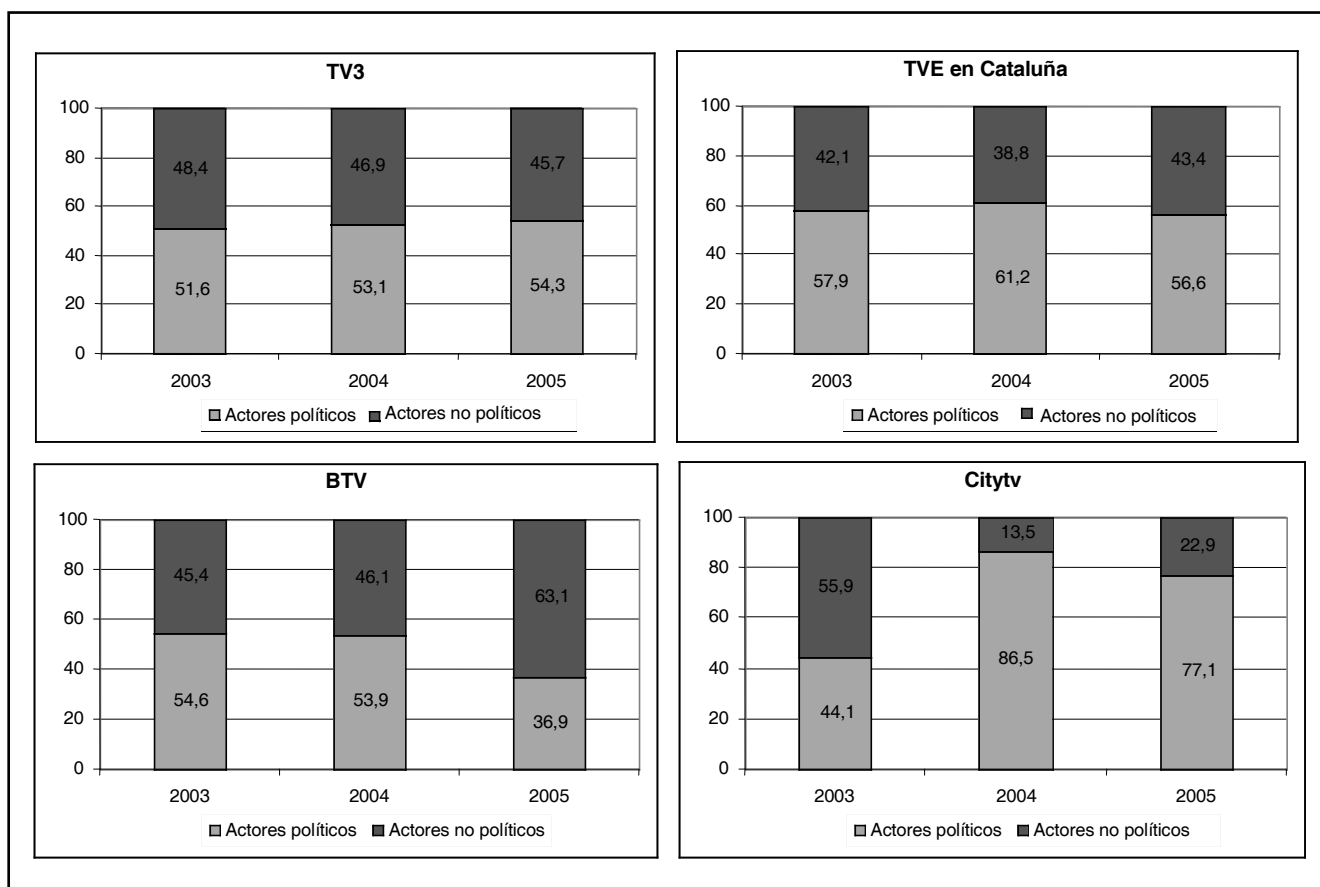
entonces se había comportado de manera muy similar a TV3 o TVE en Cataluña, comienza a dar mayor presencia a los actores no políticos frente a los actores políticos, hasta el punto de decantar el promedio de los tres años en este sentido. Este cambio de tendencia coincide en el tiempo con el cambio de formato de la edición de la noche de los teletinformativos de esta cadena, que, a partir del primer trimestre de 2005, pasaron a ser más largos y más centrados en las informaciones locales de la ciudad de Barcelona.

El comportamiento de Citytv durante 2003 es muy diferente al que mantuvo durante 2004 y 2005. No podemos olvidar que, en términos generales, las emisiones de esta cadena son las más irregulares de la muestra y que, como

en el caso de BTV, los teletinformativos de Citytv experimentaron un cambio de formato a partir del tercer trimestre de 2003 que incidió en su duración (que se acortó hasta poco más de cinco minutos) y, consecuentemente, en el número de *inserts*, que pasó a ser casi testimonial.

Recapitulando, durante el periodo 2003-2005 hay tres emisoras que otorgan más tiempo de palabra a los actores políticos (TV3, TVE en Cataluña y Citytv) y dos emisoras que otorgan más tiempo a los actores no políticos (BTV y Localia). Si bien el comportamiento de TV3 y TVE en Cataluña se ha mantenido estable a lo largo de los tres años analizados, el de BTV cambió de tendencia a partir de 2005, año en que la edición de la noche de sus teletinformativos

Cuadros 6, 7, 8 y 9. TV3, TVE en Cataluña, BTV y Citytv. Evolución del reparto del tiempo de palabra entre los actores políticos y no políticos. Años 2003, 2004 y 2005



Fuente: elaboración propia

cambió de formato. En consecuencia, si bien es cierto que los datos globales no ponen de manifiesto inclinaciones muy marcadas por parte de las cadenas hacia un determinado estilo periodístico, sí se intuye un acercamiento de BTV a lo que hemos definido como periodismo de proximidad a partir del año 2005.

Los colectivos sociales con mayor presencia en los teleinformativos

La sociedad civil es aquél "ámbito de las sociedades modernas que, frente a la esfera pública (que incluye el estado), engloba las relaciones entre los ciudadanos junto con sus prerrogativas privadas"¹ y, por lo tanto, está integrada por un amplio abanico de organizaciones no gubernamentales presentes en la vida pública que expresan los intereses y los valores de sus miembros (ONG, clubes deportivos, iglesias, sindicatos, colegios profesionales, asociaciones de vecinos, empresas privadas, etc.). Aunque no se trata de organizaciones políticas, acostumbran a influir en la sociedad y la política y, por lo tanto, su presencia en los informativos no es irrelevante.

Antes de entrar a analizar en detalle qué colectivos sociales han tenido mayor presencia en los teleinformativos, conviene hacer un par de recordatorios referentes a la metodología utilizada. Por un lado, no se han tenido en cuenta los actores integrados en la agrupación *Otros*, actores ocasionales que intervienen en las noticias como parte implicada en los hechos narrados, pero que no se pueden incluir en otra agrupación porque no forman parte de ningún colectivo. Estos actores, de hecho, son estudiados en otro punto de este artículo. Por el otro, las noticias del bloque deportivo no han sido objeto de análisis y, por lo tanto, el tiempo de palabra de los actores deportivos se refiere únicamente a las intervenciones que éstos puedan haber hecho fuera de este bloque.

Los tres colectivos sociales que obtienen más tiempo de palabra son los mismos en todas las emisoras (actores culturales, económicos y del mundo asociativo²) y su suma supera, en todos los casos, el 50% del tiempo de palabra correspondiente a las agrupaciones de actores no políticos. De hecho, la única diferencia notable entre emisoras es la forma en que éstas ordenan los tres grupos de actores.

Los actores culturales obtienen la primera posición en todas las cadenas sin excepción, con porcentajes que oscilan entre el 33,5% de BTV y el 21,1% de TVE en Cataluña. Se trata de un dato bastante previsible teniendo en cuenta el concepto de excepción cultural que se aplica al indexar los actores que intervienen en los teleinformativos. Este concepto implica que cualquier persona susceptible de ser incluida en otra de las agrupaciones establecidas, si desarrolla su actividad en el ámbito cultural en sentido amplio, será incluida dentro de la categoría *Actores culturales*. En cualquier caso, el claro predominio de esta agrupación, sumado al hecho de que el descriptor temático *Arte y cultura* sea uno de los cinco que obtiene más tiempo de noticia en todas las emisoras, pone de manifiesto un alto grado de interés de todas las emisoras por las informaciones culturales.

En cuanto a los actores económicos, éstos alcanzan cifras que van desde el 9,4% de Localia al 16,8% de TVE en Cataluña. Esta categoría agrupa a aquellos actores que intervienen en la noticia por el hecho de desarrollar una determinada actividad económica (básicamente, personas directivas de empresas y personas propietarias de negocios a cualquier escala, desde un tendero o una tendera hasta el propietario o la propietaria de una gran empresa). El dato referente al tiempo de palabra de estos actores, sumado al de tiempo de noticia del descriptor temático *Economía y negocios* (que ocupa el sexto lugar en la mayoría de cadenas, con porcentajes nada desdeñables³), revela también un cierto protagonismo de los temas relacionados con la economía en los teleinformativos analizados.

1 GINER, S.; LAMO DE ESPINOSA, E. *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

2 Esta agrupación es objeto de un apartado específico en que se analiza exhaustivamente su presencia en los teleinformativos durante el periodo 2003-2005.

3 Véase el artículo *La agenda temática de los teleinformativos en Cataluña* de este monográfico.

Cuadro 10. Tiempo de palabra de las agrupaciones de actores sociales

TV3	
Actores culturales	31,4
Actores económicos	15,4
Mundo asociativo	13
Universidades y enseñanza	9,3
Personas expertas	9
Sindicatos	6,3
Organizaciones empresariales	5
Actores del mundo sanitario	4,9
Asoc. y colectivos profesionales	2,1
Iglesia católica	1,8
Asociaciones de vecinos	1,3
Actores deportivos	0,5
Religiones e iglesias no católicas	0,2
<i>Total</i>	<i>100</i>

TVE en Cataluña	
Actores culturales	21,1
Actores económicos	16,8
Mundo asociativo	15,9
Personas expertas	10,3
Sindicatos	8,2
Actores del mundo sanitario	7,9
Universidades y enseñanza	6,6
Organizaciones empresariales	6,4
Asoc. y colectivos profesionales	2,3
Asociaciones de vecinos	1,8
Iglesia católica	1,6
Actores deportivos	0,7
Religiones e iglesias no católicas	0,2
<i>Total</i>	<i>100</i>

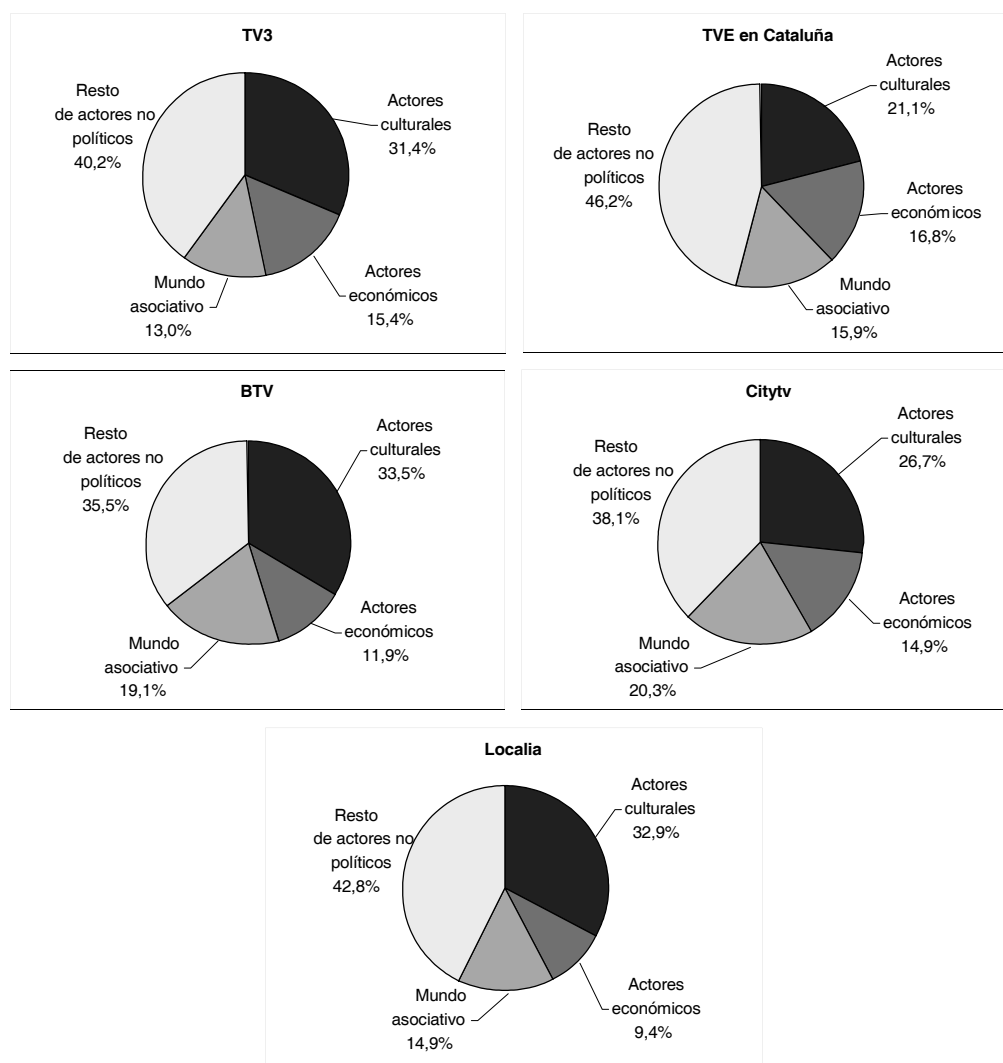
BTV	
Actores culturales	33,5
Mundo asociativo	19,1
Actores económicos	11,9
Personas expertas	7,1
Sindicatos	6,4
Universidades y enseñanza	6
Actores del mundo sanitario	4,4
Organizaciones empresariales	4,2
Asociaciones de vecinos	3,7
Asoc. y colectivos profesionales	1,8
Iglesia católica	1,4
Actores deportivos	0,5
Religiones e iglesias no católicas	0,1
<i>Total</i>	<i>100</i>

Citytv	
Actores culturales	26,7
Mundo asociativo	20,3
Actores económicos	14,9
Actores del mundo sanitario	8,6
Universidades y enseñanza	7,4
Sindicatos	7,3
Personas expertas	5,3
Asoc. y colectivos profesionales	4,4
Organizaciones empresariales	3,2
Asociaciones de vecinos	1,5
Actores deportivos	0,5
<i>Total</i>	<i>100</i>

Localia	
Actores culturales	32,9
Mundo asociativo	14,9
Actores económicos	9,4
Personas expertas	8,6
Universidades y enseñanza	7,6
Actores del mundo sanitario	6,6
Organizaciones empresariales	6,2
Sindicatos	5,6
Asociaciones de vecinos	4,6
Asoc. y colectivos profesionales	2,6
Religiones e iglesias no católicas	0,6
Actores deportivos	0,3
Iglesia católica	0,1
<i>Total</i>	<i>100</i>

Fuente: elaboración propia

Cuadros 11, 12, 13, 14 y 15. Distribución del tiempo de palabra entre las agrupaciones de actores no políticos



Fuente: elaboración propia

En cuanto al resto de agrupaciones de actores no políticos, a pesar de que los datos son muy heterogéneos entre cadenas, merece la pena analizar si ciertas agrupaciones tienen algún tipo de relación entre sí. Es el caso, por ejemplo, de las agrupaciones *Sindicatos* y *Organizaciones empresariales*, los principales agentes sociales implicados en las relaciones laborales. Justo es decir que ni la agrupación *Sindicatos* reúne las intervenciones de los trabajadores de las empresas (incluidas en la agrupación *Otros*)

ni la agrupación *Organizaciones empresariales* reúne las intervenciones de los empresarios (incluidas en la agrupación *Actores económicos*) cuando éstas, las unas y las otras, se hacen a título personal. Sea como sea, todas las emisoras (excepto Localia) coinciden en otorgar una ligera ventaja a las organizaciones sindicales frente a las organizaciones empresariales.

También merece la pena confrontar los datos de las agrupaciones *Iglesia católica* y *Religiones e iglesias no*

Cuadro 16. Porcentaje de tiempo de palabra de las agrupaciones *Sindicatos y Organizaciones empresariales*

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Sindicatos	6,3	8,2	6,4	7,3	6,2
Organizaciones empresariales	5,0	6,4	4,2	3,2	5,6

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Porcentaje de tiempo de palabra de las agrupaciones *Iglesia católica y Religiones e iglesias no católicas*

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Iglesia católica	1,8	1,6	1,4	-	0,1
Religiones e iglesias no católicas	0,2	0,2	0,1	-	0,6

Fuente: elaboración propia

católicas. Una vez más todas las cadenas (excepto Localia, con una muestra muy diferente a la del resto de emisoras) coinciden en situar a la Iglesia católica por delante del conjunto de otras religiones, con una distancia considerable. Teniendo en cuenta que los respectivos porcentajes ya son de por sí bastante bajos, la presencia de las religiones no católicas resulta poco más que testimonial. Por otra parte, la falta de parámetros de referencia validados sobre la presencia de estas agrupaciones hace difícil valorar el pluralismo religioso en estos medios.

Los colectivos sociales con mayor presencia en los teleinformativos durante el periodo 2003-2005 son, en todas las emisoras, los actores culturales, los actores económicos y los actores del mundo asociativo. Estas tres agrupaciones suman, en todos los casos, más del 50% del tiempo de palabra de las agrupaciones de actores no políticos (excluyendo la agrupación *Otros*). Entre el resto de agrupaciones de actores no políticos se ha detectado una presencia ligeramente superior de las organizaciones sindicales frente a la patronal y una mayor presencia, en términos de tiempo de palabra, de la agrupación *Iglesia católica* (que oscila entre el 1,4% y el 1,8%) sobre la agrupación *Religiones e iglesias no católicas* (0,1%-0,2%).

Tiempo de palabra del mundo asociativo

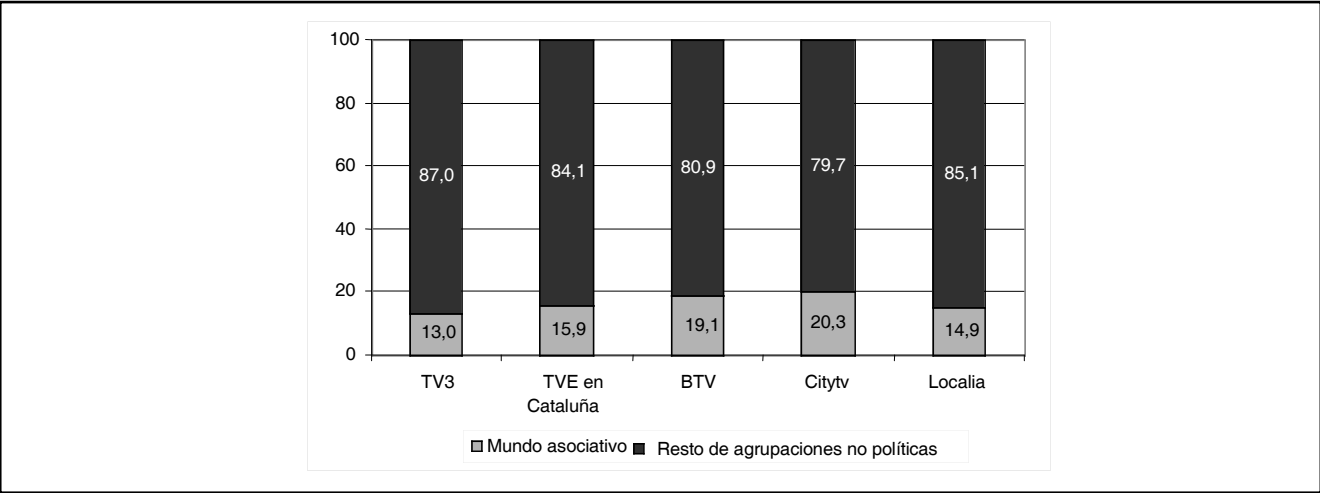
En general, la agrupación *Mundo asociativo* es una de las que más tiempo de palabra aglutina dentro del conjunto de las agrupaciones de actores no políticos (excluyendo la agrupación *Otros*). TV3, TVE en Cataluña y Localia le otorgan porcentajes bastante parecidos, que oscilan entre el 13% y el 16%. Por otra parte, BTV y Citytv incrementan la presencia de este colectivo hasta el 19,1% y el 20,3%, respectivamente.

El actor con mayor presencia en TV3 (10 minutos y 5 segundos de tiempo de palabra) es Manolo Tomàs, portavoz de la Plataforma en Defensa del Ebro. Más adelante (en la novena posición) encontramos a Àngel Aznar, otro de los portavoces de esta plataforma. TV3 es la única emisora en la que aparecen representantes de esta organización de oposición al Plan Hidrológico Nacional entre los diez actores con más tiempo de palabra. En el segundo lugar del ranking encontramos a la presidenta de la Asociación 11-M Afectados por el Terrorismo, Pilar Manjón, con 8 minutos y 33 segundos. En esta misma línea, el presidente de la Asociación Catalana de Víctimas de Organizaciones Terroristas (ACVOT), Roberto Manrique, obtiene 4 minutos y 14 segun-

dos, ocupando el quinto lugar. Los datos evidencian un interés notable de la cadena hacia el fenómeno del terrorismo en general y de los atentados del 11-M en particular. Este interés es compartido por TVE en Cataluña, que coincide en situar estos mismos actores en posiciones destacadas (la primera y la novena, respectivamente) dentro del conjunto de representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra.

Estas emisoras tienen otro punto en común, y es que sitúan en lo alto de sus respectivas listas al menos a dos representantes de organizaciones no gubernamentales de alcance internacional. En el cuarto y el sexto lugar de TV3 encontramos a la presidenta y al director de comunicación de Médicos Sin Fronteras, cuyas intervenciones se producen, sobre todo, en el seno de informaciones sobre catástrofes naturales, como el tsunami en el sureste asiá-

Cuadro 18. Tiempo de palabra de la agrupación *Mundo asociativo* respecto del tiempo de palabra del resto de agrupaciones no políticas



Fuente: elaboración propia

Cuadro 19. TV3. Representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra

TV3		
Tomàs, Manolo	Plataforma en Defensa del Ebro	0:10:05
Manjón, Pilar	Asociación de Víctimas del 11 -M	0:08:33
Valls, Raül	Plataforma Salvem les Valls	0:04:33
Farias, Paula	Médicos Sin Fronteras	0:04:14
Manrique, Roberto	Asociación Catalana de Víctim as de Organizaciones Terroristas (ACVOT)	0:04:14
Passola, Jordi	Médicos Sin Fronteras	0:03:55
Pujol, Ferran	Hispanosida	0:03:37
Gispert, Núria	Cáritas Diocesana de Barcelona	0:03:25
Aznar, Àngel	Plataforma en Defensa del Ebro	0:03:21
Izverniceanu, Ile ana	Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)	0:03:18
Total Mundo asociativo		9:47:41

Fuente: elaboración propia

tico o el paso del huracán Katrina por los EE. UU. El quinto lugar de TVE en Cataluña lo ocupa el ex director de esta misma ONG, mientras que en el sexto y el décimo lugar encontramos a dos miembros de Amnistía Internacional, que aparecen, sobre todo, en noticias sobre informes y/o campañas donde se denuncia la violación de los derechos humanos en diferentes ámbitos (violencia doméstica, inmigración, etc.).

También merece la pena mencionar la presencia, en la tercera y la cuarta posición, de TVE en Cataluña, de dos representantes de la Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña (OCUC). Si bien TV3 y Localia también sitúan en las diez primeras posiciones a representantes de organizaciones de consumidores, TVE en Cataluña es, con diferencia, la emisora que los sitúa en un lugar más destacado.

Cuadro 20. TVE en Cataluña. Representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra

TVE		
Manjón, Pilar	Asociación de Víctimas del 11 -M	0:06:10
Sánchez, Begoña	SOS Racismo	0:03:36
Caballero, Mònica	Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña (OCUC)	0:02:38
Torrent, Montserrat	Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña (OCUC)	0:02:35
Vilasanjuán, Rafael	Médicos Sin Fronteras	0:02:11
Baltà, Jordi	Amnistía Internacional	0:01:35
Gálvez, Pau	Frente de Liberación Gay de Cataluña	0:01:26
Tubau, Francesc	Plataforma Aturem la Guerra	0:01:26
Manrique, Roberto	Asociación Catalana de Víctimas de Organizaciones Terroristas (ACVOT)	0:01:24
Güell, Sílvia	Amnistía Internacional	0:01:21
Total Mundo asociativo		3:55:58

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21. BTV. Representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra

BTV		
Sánchez, Begoña	SOS Racismo	0:14:26
Pujol, Ferran	Hispanosida	0:13:29
Pérez, Felisa	Federación Catalana de Ayuda al Drogodependiente	0:11:40
Tubau, Francesc	Plataforma Aturem la Guerra	0:11:30
Falconi, Norma	Plataforma Papeles para Todos/Asamblea para la Regularización sin Condiciones	0:08:35
Pérez Pozo, M. Carmen	Asociación de Afectados de la L5 del Carmel	0:07:55
Noró, Ramon	Fundación Arrels	0:07:08
Oliveres, Arcadi	Justicia y Paz	0:07:07
Massana, Pilar	Plataforma Aturem la Guerra	0:07:04
Mosquera, Enrique	Asamblea por la Regularización sin Condiciones	0:06:33
Total Mundo asociativo		19:13:55

Fuente: elaboración propia

Los datos de BTV son bastante diferentes y permiten hacer algunas observaciones interesantes. Sorprende, por ejemplo, la presencia de hasta tres representantes de organizaciones relacionadas con el fenómeno de la inmigración en los primeros lugares: Begoña Sánchez, portavoz de SOS Racismo (primer lugar); Norma Falconi, miembro de la Plataforma Papeles para Todos y de la Asociación para la Regularización sin Condiciones (quinto lugar) y Enrique Mosquera, también de la Asociación para la Regularización sin Condiciones (décimo lugar). La presencia destacada de estos representantes en BTV se explica, al menos en parte, por los encierros de inmigrantes que tuvieron lugar en varias iglesias de la ciudad de Barcelona en junio de 2004 para reclamar su regularización.

Un segundo aspecto relevante en BTV es la presencia de dos miembros de la Plataforma Aturem la Guerra (Francesc Tubau y Rosa Cañadell) entre los diez representantes del tejido asociativo con más tiempo de palabra. Para contextualizar estos datos es necesario remitirse al rechazo que la participación de tropas españolas en la invasión de Irak suscitó en algunos sectores de la ciudadanía y que se materializó en numerosas movilizaciones organizadas, en muchos casos, por esta plataforma.

Los diez actores con más tiempo de palabra en Citytv y en Localia representan a entidades muy diversas en lo que concierne a su naturaleza y objetivos. Únicamente sobresale, en Citytv, la presencia de cuatro representantes de organizaciones contrarias a la guerra en Irak (dos de la

Cuadro 22. Citytv y Localia. Representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra

Citytv		
Cardús, Pere	Coordinadora de Asociaciones por la Lengua (CAL)	0:01:38
Pons, Albert	Asoc. Promotora de la Orientación del Consumo de las Personas Mayores (PROGRAN)	0:01:05
Cuscó, Anna	Fundación para la Fibromialgia y el Síndrome de Fatiga Crónica	0:00:49
Bilke, David	Plataforma No a la Guerra	0:00:43
Tubau, Francesc	Plataforma Aturem la Guerra	0:00:41
Canelles, Neus	Asociación Catalana de Amigos del Pueblo Saharaui (ACAPS)	0:00:41
Hell, David	Plataforma No a la Guerra	0:00:35
Cañadell, Rosa	Plataforma Aturem la Guerra	0:00:34
Vilà, Montserrat	Plataforma Unitaria contra las Violencias de Género	0:00:33
Gómez, Jesús	Asociación La Hormiga por la Interculturalidad y la Solidaridad	0:00:31
Total Mundo asociativo		0:17:07
Localia		
Pérez Pozo, M. Carmen	Asociación de Afectados de la L5 del Carmel	0:02:58
Vázquez, María José	Federación ECOM	0:02:02
Álvarez, María	Unión de Consumidores de Cataluña	0:02:01
Codina, Marga	Viatgers del Món	0:01:52
Falconi, Norma	Plataforma Papeles para Todos / Asamblea para la Regularización sin Condiciones	0:01:51
Rosell, Joan Jordi	Federación de Padres de Alumnos de Cataluña (FAPAC)	0:01:41
Thorson, Ole	Asociación de Prevención de Accidentes de Tráfico (PAT)	0:01:36
Mateu, Francesc	Intermón Oxfam Cataluña	0:01:36
Sánchez, Jordi	Fundación Jaume Bofill	0:01:35
García Prieto, Francisco	Federación de Entidades Culturales Andaluzas de Cataluña (FECAC)	0:01:27
Total Mundo asociativo		1:47:49

Fuente: elaboración propia

Plataforma Aturem la Guerra y dos de la Plataforma No a la Guerra).

El objetivo de este artículo hace conveniente completar la lectura de los datos de cada emisora con una lectura transversal de los actores que han aparecido en las primeras posiciones de más de una cadena. Ésta doble lectura nos permitirá afirmar de forma rotunda si existe o no algún representante del tejido asociativo que destaque por encima de los demás, no sólo porque haya obtenido mucho tiempo de palabra en una determinada emisora, sino también porque su presencia haya sido un hecho común en algunas de ellas.

El cuadro 23 pone de manifiesto que la agrupación *Mundo asociativo* es bastante heterogénea en cuanto a los actores que la integran, ya que no existe ningún actor que se haya situado al frente en todas las cadenas analizadas. Francesc Tubau, miembro de la Plataforma Aturem la Guerra, es quien aparece entre las primeras posiciones en un mayor número de emisoras (3). Por otra parte, Pilar Manjón y Roberto Manrique, representantes de asociaciones de víctimas del terrorismo de ámbito estatal y autonómico, respectivamente, aparecen tanto en TV3 como en TVE en Cataluña. La presencia de estos actores justamente en estas cadenas se podría explicar por el hecho de que el terrorismo sea un asunto de Estado. De la misma manera, la presencia de Norma Falconi y M. Carmen Pérez Pozo entre las posiciones más destacadas de BTV y Localia se

justifica porque la actividad de sus respectivas asociaciones se desarrolla en el ámbito local.

Una visión global de los datos permite afirmar que algunas de las noticias que se produjeron durante el periodo 2003-2005, sobre todo las relacionadas con el Plan Hidrológico Nacional, el terrorismo, los desastres naturales, la oposición a la invasión de Irak o los encierros de inmigrantes en Barcelona han condicionado que los representantes del mundo asociativo con más tiempo de palabra en las diferentes emisoras sean los que son y no otros. En cualquier caso, tanto el análisis individualizado de los actores que ocupan las primeras diez posiciones en cada una de las emisoras como el análisis transversal de los actores que han aparecido en más de una cadena permiten descartar presencias especialmente destacadas entre los representantes del mundo asociativo.

Tiempo de palabra de los grupos sindicales

Un sindicato se puede definir, a grandes rasgos, como una asociación formada por trabajadores con el fin de reivindicar y defender los intereses sociales, económicos y profesionales relacionados con su actividad laboral. Sin embargo, a menudo los sindicatos, sobre todo aquéllos que cuentan con un mayor número de afiliados (CCOO y UGT en el caso del Estado español), participan activamente en el

Cuadro 23. Representantes del mundo asociativo que aparecen entre los 10 actores con más tiempo de palabra en más de una cadena

	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Manjón, Pilar (Asoc. de Víctimas del 11 -M)					
Manrique, Roberto (ACVOT)					
Pujol, Ferran (Hispanosida)					
Sánchez, Begoña (SOS Racismo)					
Tubau, Francesc (Plataforma Aturem la Guerra)					
Falconi, Norma (Papeles para Todos / Asoc. Regularización sin Condiciones)					
Pérez Pozo, M. Carmen (Asoc. Afectados L5 del Carmel)					

Fuente: elaboración propia

debate político y social y, consecuentemente, hacen oír su voz en relación con muchos temas, no necesariamente vinculados al ámbito laboral. Por este motivo resulta interesante repasar su presencia en los teletinformativos, no sólo en términos cuantitativos sino también cualitativos

Después de analizar trimestralmente el peso específico de la agrupación *Sindicatos* con relación al conjunto de agrupaciones de actores no políticos, no se ha detectado ningún trimestre en el cual esta agrupación haya alcanzado un porcentaje de tiempo de palabra muy por encima del promedio correspondiente a los tres años analizados. Se puede afirmar, por lo tanto, que la presencia de los grupos sindicales en los teletinformativos se ha mantenido estable a lo largo del periodo 2003-2005.

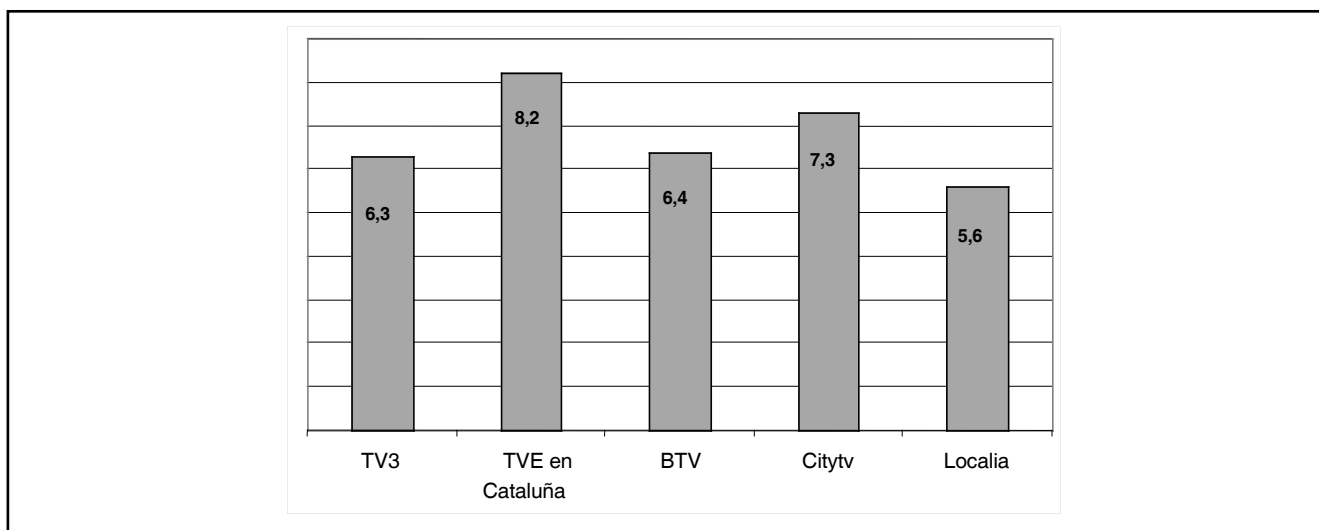
El cuadro 25 muestra aquellas organizaciones sindicales que, dentro la agrupación *Sindicatos*, han obtenido un porcentaje de tiempo de palabra superior al 10%. Los datos de todas las emisoras ponen de manifiesto una clara relevancia de los dos sindicatos mayoritarios tanto en el Estado español como en Cataluña: Comisiones Obreras (CCOO) y la Unión General de Trabajadores (UGT). Todas las emi-

soras ordenan estos dos sindicatos de acuerdo con su número de afiliados (superior en el caso de CCOO), pero la diferencia porcentual entre uno y otro es muy superior en BTV, Citytv y Localia que en TV3 y TVE en Cataluña.

También destaca el tiempo de palabra otorgado a los comités de empresa, que alcanzan cifras superiores al 10% en TV3, TVE en Cataluña y BTV. Conviene matizar que los miembros de estos órganos, representativos de los trabajadores de una determinada empresa, se han agrupado en función de esta condición y no de su afiliación sindical. Finalmente, merece la pena comentar la destacada presencia del sindicato Unió de Pagesos tanto en TV3 como, muy especialmente, en TVE en Cataluña, donde alcanza la primera posición con un porcentaje muy similar al de CCOO o la UGT. Teniendo en cuenta que el porcentaje de población activa del sector agrario en Cataluña durante el periodo 2003-2005 se sitúa en un 2,4%,⁴ ese podría concluir que, en general, se trata de un sindicato con una presencia informativa notable.

Una vez vistos los sindicatos que han obtenido más tiempo de palabra también resulta interesante estudiar

Cuadro 24. Porcentaje de tiempo de palabra de la agrupación Sindicatos sobre el total de agrupaciones de actores no políticos



Fuente: elaboración propia

4 Fuente: Idescat, a partir de datos de la encuesta de población activa del Instituto Nacional de Estadística.

Cuadro 25. Organizaciones sindicales con un porcentaje de tiempo de palabra superior al 10%

TV3		
Comisiones Obreras (CCOO)	1:22:37	28.9
Unión General de Trabajadores (UGT)	0:59:54	20.9
Comités de empresa	0:50:58	17.8
Unión de Pagados (UP)	0:40:56	14.3
Total Sindicatos	4:46:11	100
TVE		
Unión de Pagados (UP)	0:31:35	25.8
Comisiones Obreras (CCOO)	0:29:19	23.9
Unión General de Trabajadores (UGT)	0:26:54	22.0
Comités de empresa	0:20:47	17.0
Total Sindicatos	2:02:25	100
BTV		
Comisiones Obreras (CCOO)	2:38:21	41.2
Unión General de Trabajadores (UGT)	1:28:37	23.0
Comités de empresa	0:45:55	11.9
Total Sindicatos	6:24:39	100
Citv		
Comisiones Obreras (CCOO)	0:03:14	52.9
Unión General de Trabajadores (UGT)	0:01:48	29.4
Confederación General del Trabajo (CGT)	0:01:05	17.7
Total Sindicatos	0:06:07	100
Localia		
Comisiones Obreras (CCOO)	0:17:26	43.1
Unión General de Trabajadores (UGT)	0:05:32	13.7
USTEC-STES	0:05:17	13.1
Total Sindicatos	0:40:26	100

Fuente: elaboración propia

cuáles han sido los dirigentes sindicales que, mayoritariamente, han hecho uso de dicho tiempo y en qué noticias. En primer lugar, destaca la presencia de Joan Coscubiela y Josep Maria Álvarez, secretarios generales de CCOO y de UGT en Cataluña, respectivamente, entre los cinco dirigentes sindicales con más tiempo de palabra en prácticamente todas las emisoras. TVE en Cataluña es la única que otorga más tiempo de palabra al dirigente de UGT que al dirigente de CCOO. Resulta significativo constatar que estos dirigentes no han intervenido únicamente en noticias relacionadas con el mundo laboral (siniestralidad laboral, deslocalización de empresas, celebración del Primero de Mayo, etc.), sino que también han disfrutado de tiempo de palabra en noti-

cias sobre diferentes problemáticas sociales (inmigración, rechazo a la invasión de Irak, etc.) e, incluso, en noticias de un marcado carácter político (debate sobre la reforma del Estatuto de Cataluña, referéndum sobre la Constitución europea, etc.).

Merece una atención especial la presencia de Matías Carnero, presidente del comité de empresa de SEAT, tanto en TV3 (en la tercera posición, con un 4,4%) como en TVE en Cataluña (en la primera posición, con un 8,5%). Esta presencia, además, se concentra sobre todo en cinco meses (entre agosto y diciembre de 2005), el tiempo que duró el conflicto laboral originado después de que la dirección de la empresa presentase un expediente de regulación de

empleo que culminó con el despido de 660 trabajadores. Los datos obtenidos demuestran, por lo tanto, que los medios de comunicación, sobre todo TV3 y TVE en Cataluña, otorgaron una presencia notable al máximo representante del colectivo de trabajadores de SEAT.

También destaca la presencia de Joan Caball, coordinador general de Unió de Pagesos, en el cuarto lugar de TV3

y TVE en Cataluña (con un 3,3% y un 3,0%, respectivamente). Contrariamente a lo que sucedía con el presidente del comité de empresa de SEAT, las intervenciones de Joan Caball no están tan concentradas en el tiempo, sino que se reparten a lo largo de los tres años que conforman la muestra. Por otra parte, estas intervenciones no hacen referencia a ningún hecho puntual ni a ninguna temática

Cuadro 26. Dirigentes sindicales con más tiempo de palabra

TV3		
Coscubiela, Joan	Comisiones Obreras (CCOO)	5,7
Álvarez, Josep Maria	Unión General de Trabajadores (UGT)	5,1
Carnero, Matías	Comités de empresa	4,4
Caball, Joan	Unió de Pagesos (UP)	3,3
Fidalgo, José María	Comisiones Obreras (CCOO)	3,3
<i>Total Sindicatos</i>		4:46:11 100
TVE		
Carnero, Matías	Comités de empresa	8,5
Álvarez, Josep Maria	Unión General de Trabajadores (UGT)	7,1
Coscubiela, Joan	Comisiones Obreras (CCOO)	5,9
Caball, Joan	Unió de Pagesos (UP)	3,0
Fidalgo, José María	Comisiones Obreras (CCO O)	1,9
<i>Total Sindicatos</i>		2:02:25 100
BTV		
Coscubiela, Joan	Comisiones Obreras (CCOO)	10,2
Álvarez, Josep Maria	Unión General de Trabajadores (UGT)	7,4
Saliba, Ghassan	Comisiones Obreras (CCOO)	3,7
Tomàs, Miquel	Sindicato del Taxi de Cataluña (STAC)	2,7
Fidalgo, José María	Comisiones Obreras (CCOO)	2,2
<i>Total Sindicatos</i>		6:24:39 100
Citytv		
Roldán, Manuel	Comisiones Obreras (CCOO)	28,6
Broncano, Àngels	Confederación General del Trabajo (CGT)	12,3
Coscubiela, Joan	Comisiones Obreras (CCOO)	8,7
Álvarez, Josep Maria	Unión General de Trabajadores (UGT)	8,7
Maria Dolores (militante)	Confederación General del Trabajo (CGT)	5,4
<i>Total Sindicatos</i>		0:06:07 100
Localia		
Coscubiela, Joan	Comisiones Obreras (CCOO)	8,5
Rius, Carolina	USTEC-STES	5,8
De Torres, Ferran	USTEC-STES	5,0
Garcia Biel, Manel	Comisiones Obreras (CCOO)	4,0
Soto, José María	Grupo de Taxistas Independientes (GTI)	4,0
<i>Total Sindicatos</i>		0:40:26 100

Fuente: elaboración propia

concreta, sino que se producen en el seno de noticias diversas, eso sí, relacionadas con las reivindicaciones y las problemáticas propias de la actividad agraria.

Queda por comentar brevemente la presencia de dos miembros de la Unión Sindical de Trabajadores de la Enseñanza de Cataluña (USTEC-STES) entre los cinco representantes sindicales que obtienen más tiempo de palabra en Localia. Efectivamente, esta organización sindical del ámbito de la enseñanza obtiene un porcentaje nada desdeñable en esta cadena (13,1%), que, de hecho, es la única que le otorga un tiempo de palabra superior al 10%.

Por lo tanto, los grupos sindicales que más atraen la atención de los medios son aquéllos que cuentan con un mayor número de afiliados, es decir, CCOO y UGT. Además, los dirigentes de estos sindicatos en Cataluña se sitúan entre los que concentran más tiempo de palabra en TV3, TVE en Cataluña y BTV. Las intervenciones de estos dirigentes no se ciñen a noticias estrictamente relacionadas con el mundo laboral, sino que también se producen en el seno de noticias de contenido marcadamente político y social. También resulta significativa la presencia tanto de Matías Carnero, presidente del comité de empresa de SEAT, y de Joan Caball, coordinador general de Unió de Pagesos, en

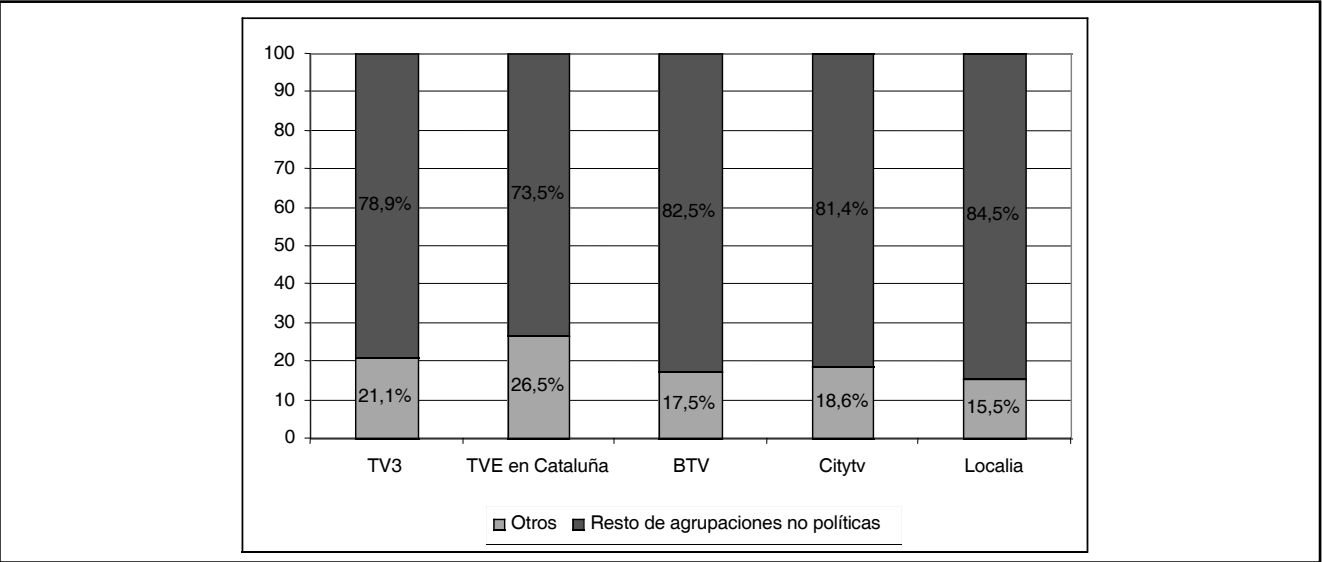
los lugares más destacados de TV3 y TVE en Cataluña. La presencia del primero se concentra en el segundo semestre del 2005, coincidiendo con el conflicto laboral que vivió esta empresa. La presencia del segundo, en cambio, es más o menos constante a lo largo del tiempo y refuerza una práctica generalizada en la mayoría de emisoras que han tendido a otorgar al sindicato Unió de Pagesos una presencia mediática notable.

¿Cuándo participan en las noticias los actores englobados dentro la agrupación *Otros*?

Dentro de la categoría *Otros*, como ya indicábamos al inicio del artículo, se incluyen todos los actores que intervienen en las noticias como parte implicada en los hechos narrados cuando no se pueden incluir en ninguna de las agrupaciones establecidas porque no forman parte de ningún colectivo.

Sin embargo, hay que advertir que esta definición sólo es aplicable a partir de septiembre de 2004, puesto que en esta fecha se produjo un cambio metodológico que implicó la introducción del concepto de *interés* al acordar la pertenencia de los actores en esta agrupación y su consecuente

Cuadro 27. Tiempo de palabra de la agrupación *Otros* respecto al tiempo de palabra del resto de agrupaciones no políticas



Fuente: elaboración propia

indexación. Así, si hasta entonces se indexaban todos los actores a los cuales se otorgaba voz dentro de la noticia, incluidos los testigos y los visitantes o asistentes a actos diversos, a partir de aquel momento sólo se tienen en cuenta los actores afectados de alguna manera por la información presentada.

En cuanto a la presencia de la agrupación *Otros* respecto al total de agrupaciones no políticas en las diferentes cadenas analizadas, se observa que el porcentaje oscila entre el 26,5% de TVE en Cataluña y el 15,5% de Localia (véase el cuadro 27).

Así, a excepción de TVE en Cataluña, donde ocupa el primer lugar, la agrupación *Otros* es la segunda que más tiempo de palabra aglutina dentro del conjunto de las agrupaciones de actores no políticos, por detrás de los *Actores culturales*.

Como ya se ha comentado en otros artículos, la presencia elevada de esta agrupación en una emisora puede constituir un indicador de una tendencia a hacer prevalecer la información de los testigos por encima de la de los expertos,

poniendo de manifiesto un estilo periodístico más *próximo* y menos analítico. En este sentido, a pesar de que ninguna de las cadenas analizadas destaca de manera clara sobre las demás en este aspecto, se podría afirmar que el modelo más próximo a este estilo sería el de TVE en Cataluña, mientras que Localia se situaría en el otro extremo.

El cuadro 28 muestra el porcentaje de tiempo de palabra otorgado a la agrupación *Otros* en relación con la temática de la noticia en que se inserta. Se han excluido las informaciones relativas a los deportes, el tiempo y el tráfico, puesto que en este tipo de noticias raramente aparecen actores y la aparición de los incluidos dentro la agrupación *Otros* en particular, es ínfima, cuando no inexistente.

Así, de la distribución temática de las informaciones en que se otorga voz a la agrupación *Otros*, destaca, en primer lugar, la gran importancia de las noticias de *sociedad* respecto a la media: oscilan entre el 43,6% de Citytv y el 57% de Localia, cifras que en muchos casos triplican las correspondientes al total de tiempo de noticia dispensado a estas materias en las emisoras analizadas. Por otra parte, tam-

Cuadro 28. Porcentaje de tiempo de palabra de la agrupación Otros en relación con la temática de las informaciones

Temática	TV3	TVE en Cataluña	BTV	Citytv	Localia
Arte y cultura	5,8	3,8	7,8	6,7	7,2
Ciencia y tecnología	0,9	0,4	0,5	--	0,3
Conflictos sociales	8,9	14,0	18,1	26,2	12,2
Crónica internacional	3,9	1,0	2,3	4,2	1,2
Crónica política	9,1	6,0	5,6	5,4	4,2
Economía y negocios	4,6	6,1	5,4	2,4	8,4
Educación y enseñanza	3,1	2,0	2,6	4,3	3,4
Medio ambiente	6,3	6,4	2,5	--	0,5
Medios de comunicación y telecomunicaciones	0,8	0,7	0,5	--	--
Sanidad	3,3	3,7	4,1	6,6	3,8
Sociedad	48,2	51,6	48,0	43,6	57,0
Trabajo	5,2	4,2	2,6	0,7	1,8
Total	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

bién resulta destacable el tiempo de noticia otorgado a los conflictos sociales, que, de nuevo, triplica el otorgado a este tipo de informaciones de media.

Resulta evidente, pues, que los actores incluidos dentro de la categoría *Otros*, aparecen primordialmente en las noticias de *sociedad* y en las relativas a conflictos sociales en todas las cadenas analizadas. Sin embargo, se dan algunos contrastes entre cadenas en cuanto a esta última temática, puesto que el porcentaje de *Otros* a quienes se da voz dentro de las informaciones relativas a conflictos sociales es superior en BTV y Citytv respecto al resto, especialmente en comparación con TV3. Por otra parte, la cadena autonómica es la que otorga tiempo de palabra a más integrantes de la agrupación *Otros* dentro de las informaciones de crónica política.

Pero, ¿cuáles son las noticias que concentran un número mayor de declaraciones de los actores que conforman la agrupación *Otros*? En primer lugar destacan, con diferencia, las informaciones relativas al hundimiento del barrio del Carmel, que, a pesar de ser un hecho puntual, incidió de manera considerable en los datos genéricos referentes al tiempo de palabra de los tres años de análisis, debido a su larga duración. Así, los *Otros* vinculados a este acontecimiento, conformados principalmente por vecinos y afectados, llegan a ocupar un 7% del total de la categoría.

Otra temática que tiene una elevada presencia de actores comprendidos dentro la agrupación *Otros* es la inmigración, con un 4% del total. En efecto, si se hace un análisis detallado de los actores pertenecientes a esta categoría a

quienes se otorga voz, se observa que los inmigrantes de procedencia diversa conforman un grupo con un peso específico considerable. También cabe destacar la importancia del tiempo de palabra otorgado a los actores que integran la agrupación *Otros* aparecidos dentro de las informaciones sobre los atentados del 11-M (un 3% del total de *Otros* aparecen vinculados a este hecho). Los participantes en los actos de rechazo a la guerra contra Irak (2,3%), al igual que los del Fórum 2004 (1,7%), también hacen incrementar de manera notable el número de actores pertenecientes a la agrupación. El resto de la categoría está constituido por un grupo muy heterogéneo de actores: manifestantes, perso-nas implicadas en juicios, estudiantes, afectados y víctimas de diferentes acontecimientos o catástrofes, usuarios del transporte público, etc.

Si, además, se analiza el peso específico de la agrupación *Otros* en relación con el conjunto de agrupaciones de actores no políticos a lo largo del periodo de análisis, tan solo se detectan dos meses en los cuales las cadenas analizadas han registrado picos correspondientes a un tiempo de palabra superior a la media. Se trata de marzo de 2004, con motivo de los atentados del 11-M, y de febrero de 2005, cuando se produjo el hundimiento del barrio del Carmel, acontecimientos que provocaron el aumento puntual de declaraciones de afectados hasta tal punto que, como se ha visto, ha incidido en las cifras globales del periodo analizado.

También resulta interesante señalar que dentro de la agrupación *Otros* el porcentaje de tiempo de palabra otorgado a

Cuadro 29. Porcentaje del tiempo de palabra de los actores incluidos dentro la agrupación Otros en función de la variable sexo

Emisora	% mujeres	% hombres
TV3	41,8	58,2
TVE en Cataluña	40,9	59,1
BTV	41,0	59,0
Citytv	42,5	57,5
Localia	43,0	57,0

Fuente: elaboración propia

las mujeres es muy superior a la media (que está alrededor del 20% del total), puesto que en todas las cadenas analizadas supera el 40%:

Estos datos confirman que la única agrupación en que las mujeres que aparecen en los teletinformativos tienen un peso específico considerable (aunque nunca superior al del sexo masculino) es la de *Otros*. Es decir, a las mujeres se les da voz en una proporción similar a la de los hombres únicamente cuando actúan como afectadas por tragedias o acontecimientos diversos, pero sin representar ninguna institución o colectivo ni actuar como expertas.

La presencia de la agrupación *Otros* respecto al total de agrupaciones no políticas oscila entre el 26,5% de TVE en Cataluña y el 15,5% de Localia. Con la excepción de TVE en Cataluña, donde ocupa el primer lugar, esta categoría es la segunda que aglutina más tiempo de palabra, detrás de los *Actores culturales*. En cuanto al porcentaje de tiempo de palabra otorgado a la agrupación en relación con la temática de la noticia en que se inserta, destaca la gran importancia de las noticias de sociedad y las relativas a conflictos sociales, con porcentajes que triplican los dispensados habitualmente a estas materias. Las informaciones que concentran un número mayor de declaraciones de los actores que conforman la agrupación son, con diferencia, las relativas al hundimiento del barrio del Carmel, seguidas de las vinculadas con la inmigración, los atentados del 11-M, los actos de rechazo a la guerra contra Irak y el Fórum 2004. La presencia de la agrupación *Otros* en los teletinformativos se ha mantenido muy estable a lo largo del periodo analizado, con sólo dos momentos puntuales en que se produce un pequeño aumento del tiempo de palabra: marzo de 2004, con los atentados del 11-M, y febrero de 2005, con el hundimiento del barrio del Carmel. Por último, es preciso señalar que, dentro de esta agrupación, el porcentaje de tiempo de palabra otorgado a las mujeres en todas las cadenas supera el 40%, una cifra que duplica la habitual.

El tratamiento de la variable sexo en los teleinformativos

Carmina Puig e Isabel Sánchez

- *En este artículo se estudia el tiempo de palabra otorgado al sexo femenino en los teleinformativos del periodo 2003-2005 desde diversas ópticas. Primeramente se establece el porcentaje de tiempo de palabra y de número de insertos que tienen las mujeres respecto a los hombres en cada emisora, concretando, además, si pertenecen a agrupaciones políticas o no políticas y la evolución a lo largo de los tres años. Seguidamente se seleccionan los grandes ítems informativos de cada emisora en los que las mujeres tienen un tiempo de palabra superior al 75% del tiempo total para estudiar en qué noticias se da voz a las mujeres. Finalmente, se compara la proporción real de mujeres miembros de los gobiernos catalán y español en las dos legislaturas del periodo analizado y su reflejo en los tiempos de palabra concedidos en los teleinformativos.*

Palabras clave

Pluralismo, teleinformativos, Cataluña, sexo, mujeres, hombres

La evolución del tiempo de palabra en función de la variable sexo

La presencia de los actores en los teleinformativos viene determinada por el número de insertos (inserción de imágenes y voz de un actor político o no político, sin que intervenga ningún tipo de locución por parte del medio) y por el tiempo de palabra (duración de estos insertos). En todas las cadenas analizadas, en el periodo 2003-2005, tanto el tiempo de palabra como el número de insertos es muy superior en el caso del sexo masculino que del sexo femenino. En este sentido, el tiempo de palabra de los hombres en los teleinformativos oscila entre el 74% de Localia y el 82,5% de TV3. Paralelamente, el número de insertos de hombres en Localia corresponde al 74,4% del número total de insertos. Este porcentaje es similar en todas las cadenas, con el punto máximo de TV3, que alcanza un 80,7%. Por lo tanto, se puede afirmar que, en todas las emisoras analizadas, y durante el periodo 2003-2005, quien tiene derecho a palabra es, en un porcentaje muy superior, el sexo masculino.

Si distinguimos entre las agrupaciones de actores políticos y no políticos, vemos que, pese a que en todos los casos el porcentaje de tiempo de palabra del sexo femenino es siempre inferior al del masculino, en el caso de los actores políticos es sensiblemente más bajo que en el de los actores no políticos. En TV3, TVE en Cataluña, BTV y Citytv el porcentaje de tiempo de palabra de actores políticos femeninos oscila entre el 9,5% y el 13,2% del total; en las mismas emisoras, el porcentaje de tiempo de palabra de actores no políticos femeninos oscila entre el 24,8% y el 34,5%. Por lo tanto, si la presencia de mujeres con derecho a palabra en los teleinformativos ya es ínfima, en el caso del mundo político su presencia es aún inferior. Cabría valorar, no obstante, si esta baja representación se corresponde con la realidad política del país en cuanto a paridad.

Carmina Puig e Isabel Sánchez

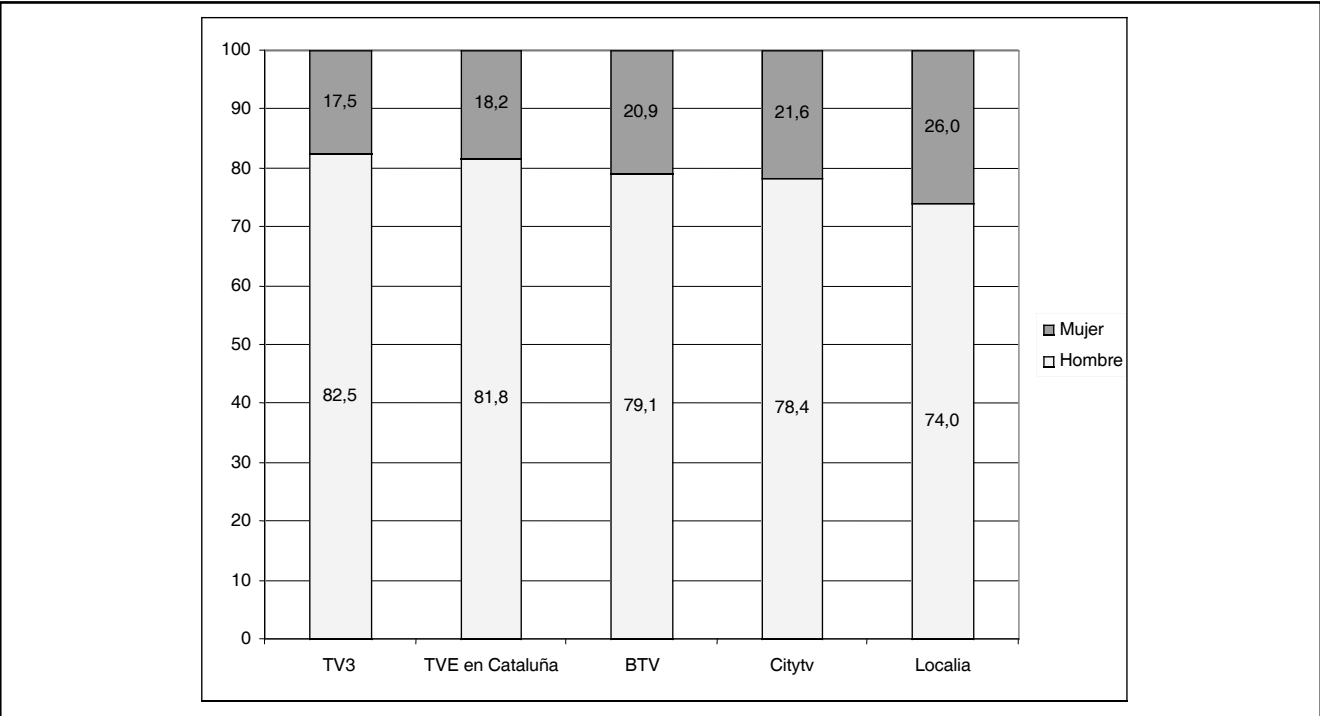
Analistas de los Servicios Técnicos del CAC

Cuadro 1. Porcentaje de tiempo de palabra y de número de insertos en función de la variable sexo por cadena (2003-2005)

Emisora	Tiempo de palabra		Número de insertos	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
TV3	82,5	17,5	80,7	19,3
TVE en Cataluña	81,8	18,2	79,5	20,5
BTV	79,1	20,9	77,2	22,8
Citytv	78,4	21,6	78,2	21,8
Localia	74,0	26,0	74,4	25,6

Fuente: elaboración propia

Cuadro 2. Porcentaje de tiempo de palabra en función de la variable sexo por cadena



Fuente: elaboración propia

Localia, por su parte, otorga un porcentaje de tiempo de palabra al sexo femenino superior al del resto de cadenas: un 20,6% en el caso de los actores políticos y un 30,9% en el caso de los actores no políticos.

De la observación de las figuras diacrónicas (ver cuadros 3 y 4) se desprende que el tiempo de palabra de las mujeres se mantiene a niveles muy inferiores al de los hombres a lo largo de los tres años en todas las emisoras. Citytv no

se puede comparar con las otras porque sus teletinformativos suelen dar poco tiempo de palabra a los actores y, por lo tanto, la presencia de insertos es intermitente a lo largo de los años.

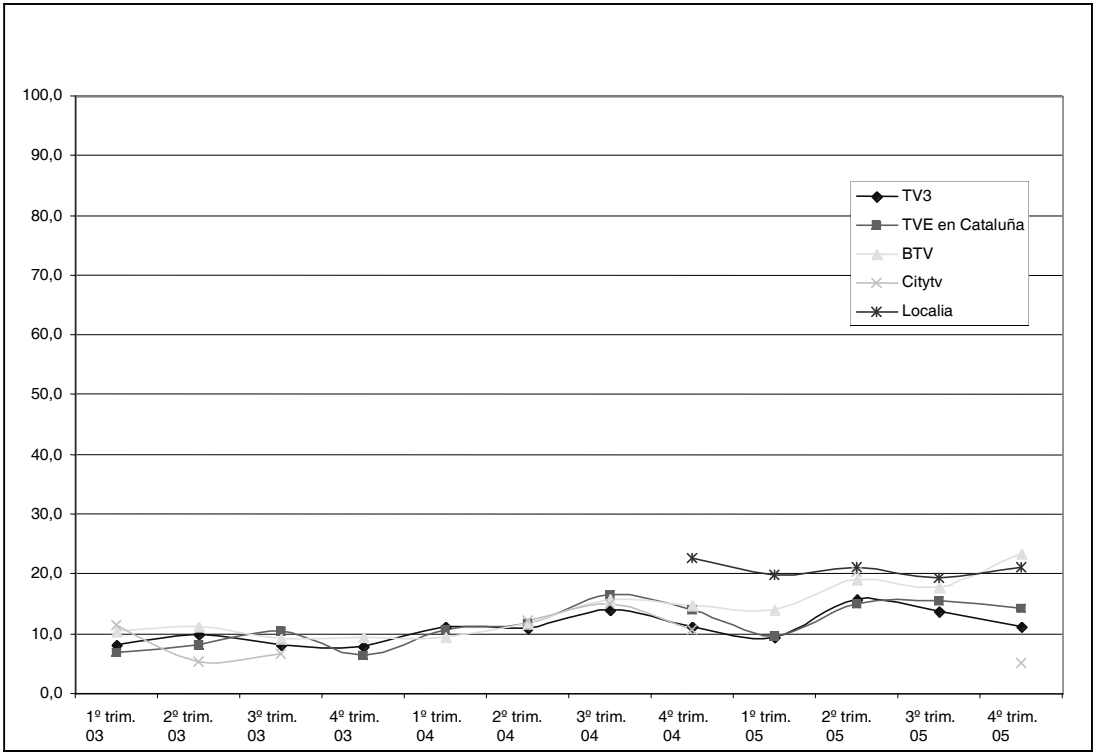
En el caso de las agrupaciones políticas, la tendencia se mantiene en todas las cadenas por debajo del 24% del tiempo de palabra total, pese a que se observa un ligero aumento respecto a principios de 2003. Si en el primer tri-

Cuadro 3. Porcentaje de tiempo de palabra de las agrupaciones políticas y no políticas en función de la variable sexo

Cadena	Agrupación	Hombre	Mujer
TV3	Agrupaciones políticas	89,0	11,0
	Agrupaciones no políticas	75,2	24,8
TVE en Cataluña	Agrupaciones políticas	88,4	11,6
	Agrupaciones no políticas	72,3	27,7
BTV	Agrupaciones políticas	86,8	13,2
	Agrupaciones no políticas	72,1	27,9
Citytv	Agrupaciones políticas	90,5	9,5
	Agrupaciones no políticas	65,5	34,5
Localia	Agrupaciones políticas	79,4	20,6
	Agrupaciones no políticas	69,1	30,9

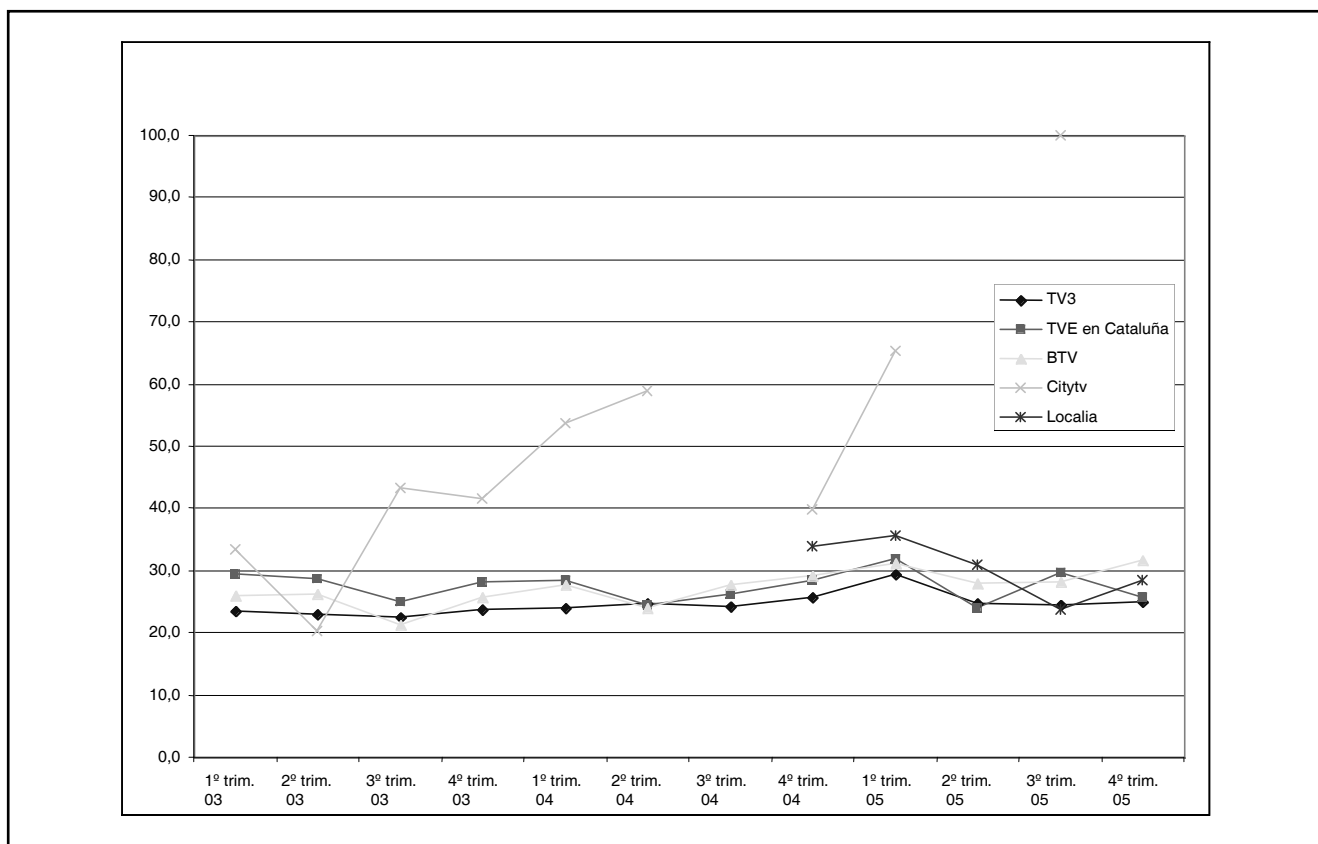
Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. Evolución del tiempo de palabra de las mujeres pertenecientes a agrupaciones políticas



Fuente: elaboración propia

Cuadro 5. Evolución del tiempo de palabra de las mujeres pertenecientes a agrupaciones no políticas



Fuente: elaboración propia

mestre de 2003 las emisoras otorgaban de un 7% a un 11,5% del tiempo de palabra a las mujeres pertenecientes a agrupaciones políticas, en el último trimestre de 2005 el porcentaje había pasado de un 11% a un 23,3%. Citytv, como ya hemos dicho, no es comparable al resto.

En el caso de las agrupaciones no políticas, la evolución del tiempo de palabra del sexo femenino se mantiene entre el 21,2% y el 35,5%. Este porcentaje es superior al que concentran las agrupaciones políticas, pero en este caso no se observa ninguna tendencia al aumento.

El tiempo de palabra en los teletinformativos se concede al sexo masculino en un porcentaje muy superior al del sexo femenino. Cuando se trata de dar voz a actores representantes de agrupaciones políticas, este porcentaje masculino aún aumenta más; por el contrario, las mujeres de las agrupaciones no políticas, pese a mantenerse en inferioridad,

ganan algunos puntos. La evolución del tiempo de palabra en función de la variable *sexo* a lo largo de los tres años es estable en el caso de las agrupaciones de actores no políticos y con una tendencia al aumento de la presencia del sexo femenino en el caso de los actores políticos.

Los acontecimientos con más de un 75% del tiempo de palabra a mujeres

Para seleccionar los ítems informativos se han ordenado todos los grandes temas con más tiempo de palabra y, de los que superaban los dos minutos, se han elegido los que otorgaban más de un 75% del tiempo de palabra al sexo femenino. Este criterio se ha aplicado a TV3, TVE en Cataluña y BTV. Puesto que la muestra de teletinformativos de

Cuadro 6. TV3. Ítems informativos con un total de tiempo de palabra superior a los 2 minutos y un porcentaje superior al 75% otorgado al sexo femenino

Ítem informativo	% tiempo palabra sexo femenino	Total tiempo palabra
Día Internacional contra la Violencia de Género (2004)	100,0	0:05:09
Día Mundial contra el Cáncer de Mama	100,0	0:02:43
Día Internacional de la Mujer Trabajadora (2005)	100,0	0:02:25
Ola de calor (verano 2005)	94,7	0:03:08
Incendio en Girona (14/11/04)	93,5	0:02:49
Nueva directiva europea sobre el tabaco	89,8	0:02:46
Día Internacional de la Mujer Trabajadora (2003)	88,3	0:02:25
Levantamiento de rebeldes en Haití	87,2	0:04:02
Ayudas económicas a madres trabajadoras	86,8	0:02:47
Día Internacional contra la Violencia de Género (2003)	83,0	0:05:24
Juicio a un profesor de kárate acusado de abusos sexuales	76,6	0:05:03
Día Internacional de la Mujer Trabajadora (2004)	75,4	0:07:44

Fuente: elaboración propia

Localia es muy inferior a la del resto y que Citytv tiene una cantidad de insertos ínfima, se ha decidido no incluirlos en este análisis.

Todas las emisoras incorporan, entre los principales ítems que otorgan un tiempo de palabra elevado a las mujeres, las noticias en las que ellas son el tema central: Día Internacional de la Mujer Trabajadora, Día Internacional contra la Violencia de Género, Día Mundial contra el Cáncer de Mama, ayudas económicas a madres trabajadoras y Cumbré Euromed Mujeres. Las cadenas, sin embargo, también otorgan un tiempo de palabra elevado al sexo femenino en otros ítems informativos, a pesar de que a menudo no coinciden unas con otras.

TV3, además de los ítems ya mencionados relacionados con las mujeres, concede un tiempo de palabra importante al sexo femenino en otros acontecimientos: la ola de calor del verano de 2005 tiene un alto porcentaje de insertos de mujeres representantes del mundo sanitario y del Gobierno de Cataluña (la consejera de Sanidad Marina Geli). El incendio en Girona a mediados de noviembre de 2004 también da voz mayoritariamente a las mujeres, ya sean representantes de la agrupación *Otros* (vecinas afectadas

por el incendio) como del gobierno del Ayuntamiento de la ciudad (la alcaldesa Anna Pagans). La nueva directiva europea sobre el tabaco y, en concreto, las noticias relacionadas con la posibilidad de incluir fotografías en los paquetes de cigarrillos, comprende muchos insertos de mujeres representantes de diversas agrupaciones: sanitarias (médicas), económicas (empresarias), del Gobierno del Estado (la ministra de Sanidad Ana Pastor) y otros (fumadoras). Asimismo, el levantamiento de rebeldes en Haití, en el primer trimestre de 2004, repercute en las familias españolas que estaban en proceso de adjudicación de un niño en adopción; por ello hay un alto porcentaje de insertos femeninos de la agrupación *Otros* (madres adoptivas), el mundo asociativo (cooperantes) y el Gobierno de Cataluña (Departamento de Bienestar y Familia de la Generalitat). Finalmente, el juicio a un profesor de kárate acusado de abusos sexuales (mayo de 2005) incorpora bastantes insertos femeninos provenientes de la abogada, de la psicóloga forense, de la coordinadora de la Asociación de Mujeres Agredidas Sexualmente y de una profesora.

En TVE en Cataluña encontramos que en el Día Mundial del Alzheimer hay un predominio de tiempo de palabra

proveniente del sexo femenino: médicas, psicólogas, voluntarias, la presidenta de la AFAB (Asociación de Familiares con Enfermos de Alzheimer de Cataluña) y la consejera de Sanidad de la Generalitat. En el ítem informativo *Inicio del curso escolar 2005-2006* hay una gran cantidad de insertos

de Marta Cid, consejera de Enseñanza de la Generalitat, y de varias maestras. El primer aniversario de los atentados del 11-M incorpora un porcentaje alto de tiempo de palabra de mujeres como la fiscal de la Audiencia Nacional, la portavoz de la Asociación de Víctimas del 11-M, Pilar Manjón, la

Cuadro 7. TVE en Cataluña. Ítems informativos con un total de tiempo de palabra superior a los 2 minutos y un porcentaje superior al 75% otorgado al sexo femenino

Ítem informativo	% tiempo palabra sexo femenino	Total tiempo palabra
Día Mundial del Alzheimer	89,3	0:02:20
Inicio del curso escolar 2005 -2006	88,5	0:02:36
Día Mundial contra el Cáncer de Mama	86,8	0:02:31
Primer aniversario del 11 -M	85,9	0:05:05
Paralización de la aplicación de la LOCE	85,7	0:02:27
Día Internacional contra la Violencia de Género (2003)	84,4	0:03:00
Día Internacional contra la Violencia de Género (2004)	81,6	0:02:16

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8. BTV. Ítems informativos con un total de tiempo de palabra superior a los 2 minutos y un porcentaje superior al 75% otorgado al sexo femenino

Ítem informativo	% tiempo palabra sexo femenino	Total tiempo palabra
Día Internacional del Libro Infantil	100,0	0:04:24
Día Internacional contra la Violencia de Género (2004)	100,0	0:03:12
Día Mundial contra el Cáncer de Mama	93,3	0:03:58
Cumbre Euromed Mujeres	90,9	0:03:06
Día Internacional de la Mujer Trabajadora (2005)	90,1	0:15:08
Día Mundial del Alzheimer	88,3	0:08:59
Día Internacional contra el Sida	87,6	0:14:45
Ley Orgánica de Educación	87,1	0:02:58
Día Internacional contra la Violencia de Género (2003)	83,0	0:05:05
Protocolo de Kioto	82,1	0:02:36
Día Internacional de la Mujer Trabajadora (2004)	81,4	0:05:45
Salón del Libro de Barcelona 2005	77,7	0:06:43
Juicio por el asesinato de dos policías en l'Hospitalet	76,6	0:02:04
Inauguración de l nuevo mercado de Santa Caterina	76,1	0:10:57

Fuente: elaboración propia

portavoz del Gobierno español y la consejera de Interior catalana. Finalmente, en el ítem informativo *Paralización de la aplicación de la Ley de Calidad de la Enseñanza* figuran insertos de la consejera de Enseñanza catalana, de las dos ministras españolas de Cultura, Educación y Deportes del momento (la del PP y la del PSOE, que releva a la primera en abril de 2004), de la vicepresidenta de la FAPAC (Federación de Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos de Cataluña) y de una directora de un centro de secundaria.

Hay que hacer una mención especial al hecho de que TVE en Cataluña no incorpora, en estos principales ítems informativos, ningún inserto del sexo femenino perteneciente a la agrupación *Otros* (actores ocasionales afectados de algún modo por la noticia, pero que no se pueden incluir en ninguna de las agrupaciones políticas y no políticas establecidas).

En la noticia sobre el Día Internacional del Libro Infantil, BTV da el 100% del tiempo de palabra al sexo femenino, con la inclusión de insertos de una librera y de una directora de editorial, ambas representantes del mundo cultural. Una gran cantidad del tiempo de palabra del Día Mundial del Alzheimer se otorga a mujeres representantes del mundo sanitario, del mundo asociativo, del Gobierno de Cataluña, del Ayuntamiento de Barcelona, de la agrupación *Otros* (familiares y cuidadoras de enfermos de Alzheimer) y *Expertas* (psicólogas y educadoras sociales). En la noticia sobre el Día Internacional contra el Sida predomina también el tiempo de palabra del sexo femenino: médicas, representantes de administraciones locales, consejeras de Bienestar Social y Familia y de Salud de la Generalitat, así como diversas portavoces de asociaciones relacionadas con la enfermedad: Comité 1º de Diciembre, ACTUA, Fundación Salud y Comunidad, Stop Sida, Amnistía Internacional, Médicos Sin Fronteras y Acción Contra el Hambre. Los informativos de BTV, en la noticia sobre la Ley Orgánica de Educación, también otorgan un alto porcentaje de tiempo de palabra a mujeres representantes del Gobierno catalán (Marta Cid), del Gobierno del Estado (María Teresa Fernández de la Vega y María Jesús Sansegundo), del PP (Ana Pastor), de la FAPAC y de los sindicatos CC.OO. y USTEC. En el ítem informativo *Protocolo de Kioto* intervienen, con varios insertos, la ministra de Medio Ambiente Cristina Narbona y una profesora universitaria. En cuanto al Salón del Libro de Barcelona 2005, se detecta un tiempo de

palabra elevado de la directora del salón y de una miembro del comité organizador, así como de una profesora. El tiempo de palabra otorgado al sexo femenino en la noticia del juicio por el asesinato de dos policías en l'Hospitalet corresponde a la consejera de Interior de la Generalitat, a Núria de Gispert (CiU), a una representante de la Asociación Themis de mujeres juristas y a la presidenta del TSJC. Por último, el tiempo de palabra de mujeres en el ítem informativo *Inauguración del mercado de Santa Caterina* va dirigido mayoritariamente a propietarias de puestos, a la presidenta de la Asociación de Comerciantes del Mercado y a Benedetta Tagliabue, una de las arquitectas.

Así, se puede afirmar que los ítems informativos que otorgan más tiempo de palabra al sexo femenino coinciden, en todas las cadenas, con los temas centrados en las mujeres: Día Internacional de la Mujer Trabajadora, Día Internacional contra la Violencia de Género, Día Mundial contra el Cáncer de Mama, ayudas económicas a madres trabajadoras y Cumbre Euromed Mujeres. Aparte de estas noticias comunes, cada cadena presenta noticias diferentes que otorgan más del 75% del tiempo de palabra a las mujeres, a menudo por razones diferentes: juicios donde las abogadas son mujeres, incendios en ciudades gobernadas por mujeres, noticias relacionadas con consejerías dirigidas por mujeres, ítems informativos relacionados con el mundo educativo, etc. Por lo tanto, las mujeres tienen más tiempo de palabra que los hombres básicamente en los temas relacionados con ellas mismas y también en los que, por las circunstancias del momento, ellas son las protagonistas.

La relación entre el porcentaje de mujeres dentro de los gobiernos catalán y español y su representación mediática

Para determinar si la proporción real de mujeres dentro de los gobiernos catalán y español queda reflejada en el tiempo de palabra que se les otorga en los teletinformativos, se efectúa una comparativa entre las diferentes legislaturas comprendidas dentro del periodo de estudio (enero de 2003 - diciembre de 2005): las VI y VII del Gobierno de Cataluña, correspondientes a los presidentes Jordi Pujol y Pasqual Maragall, y las VII y VIII del Gobierno español, presididas por José M^a Aznar y José Luis Rodríguez Zapatero.

Cuadro 9. Porcentaje de tiempo de palabra otorgado a los miembros de los gobiernos catalán y español del sexo femenino por cadena y legislatura

Emisora	% de tiempo de palabra del sexo femenino			
	Gobierno catalán		Gobierno español	
	VI legislatura (Pujol)	VII legislatura (Maragall)	VII legislatura (Aznar)	VIII legislatura (Rodríguez Zapatero)
TV3	10,7	16,2	13,3	23,7
TVE en Cataluña	15,0	22,9	8,9	21,2
BTV	16,2	24,0	12,3	27,0

Fuente: elaboración propia

Es preciso aclarar que el análisis incluye únicamente a los miembros de los gobiernos en sentido estricto, es decir, a los presidentes y los consejeros y consejeras o los ministros y ministras, y que la variable que se ha usado para evaluar esta presencia ha sido siempre el tiempo de palabra otorgado y no el número de insertos.

Puesto que se ha detectado que en Citytv y Localia la presencia mensual de miembros de los gobiernos tanto catalán como del Estado es muy baja y, a menudo, nula, se ha decidido excluir a estas dos cadenas del análisis.

En primer lugar es preciso comentar que el porcentaje de tiempo de palabra otorgado a las mujeres miembros de los diferentes gobiernos está, en general, ligeramente por encima del promedio correspondiente al total de actores. Este hecho es especialmente destacable si se tiene en cuenta que la proporción de mujeres a las que se da voz dentro del mundo político es aún inferior a la global: oscila entre el 11% de TV3 y el 13,2% de BTV.

Para facilitar la comparativa de la evolución de la presencia de mujeres en los teleinformativos entre las diferentes legislaturas del periodo analizado se han elaborado los cuadros 9 y 10 que corresponden a los gobiernos catalán y español, respectivamente. Es preciso aclarar que en el tipo de gráfico utilizado los porcentajes de tiempo de palabra no son los propios de cada mes, sino que corresponden a la media móvil mensual junto con la de los dos meses anteriores.

Además de los datos relativos al tiempo de palabra, en los gráficos también se indica el porcentaje de mujeres dentro del gobierno en cada legislatura y, si procede, las modifi-

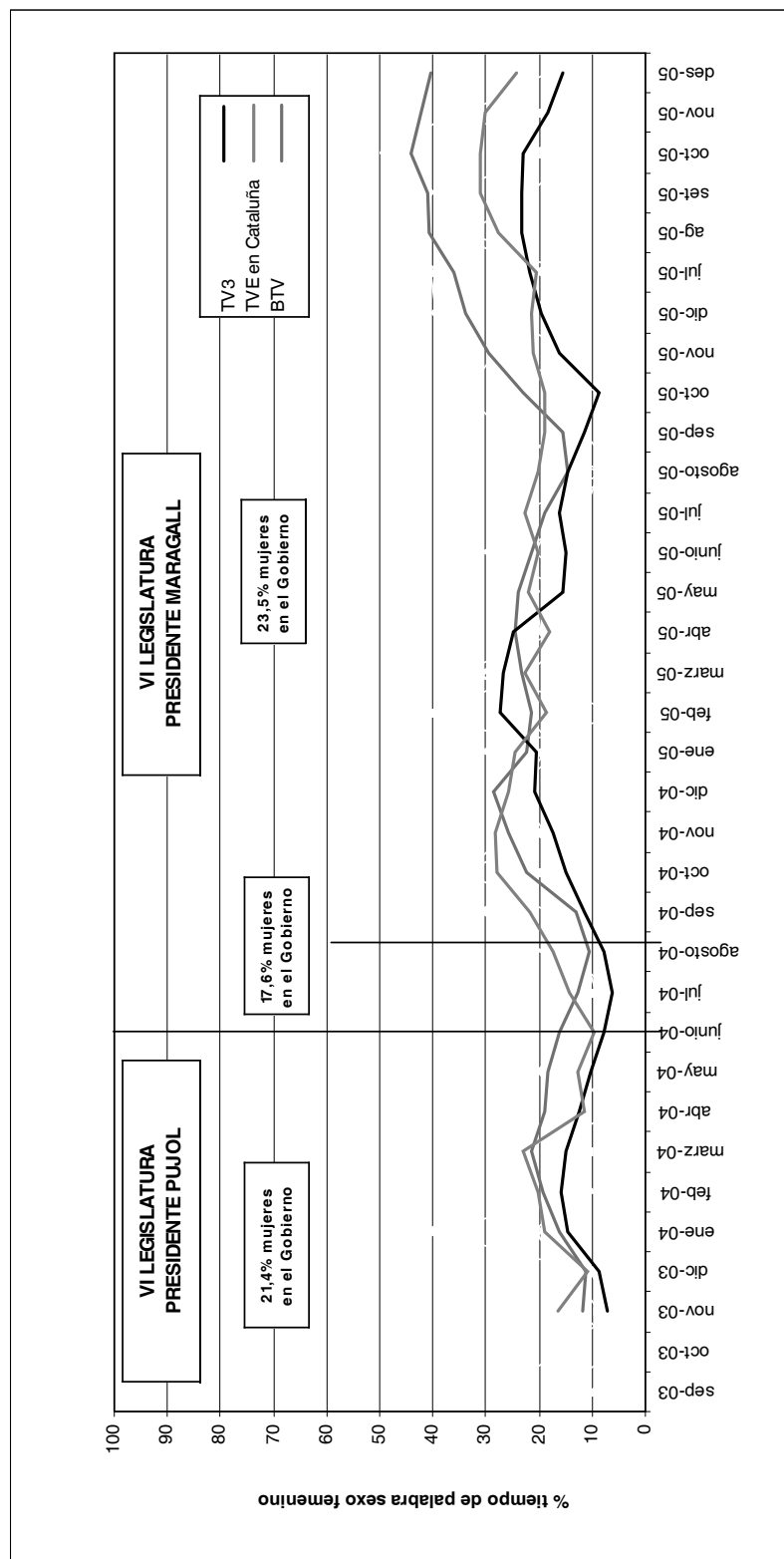
caciones en este sentido provocadas por cambios en los titulares de las consejerías o los ministerios.

Lo más destacable de los cuadros 9 y 10 es que el porcentaje de mujeres integrantes de los gobiernos de todas las legislaturas es siempre considerablemente superior al porcentaje de tiempo de palabra otorgado por los teleinformativos de las tres cadenas analizadas. Como sucede con los datos genéricos sobre la variable sexo, BTV es la cadena que más tiempo de palabra concede a las mujeres de las agrupaciones correspondientes a los gobiernos catalán y español.

Tanto en las legislaturas catalanas como en las españolas, las líneas de tendencia de las tres cadenas analizadas siempre muestran una clara similitud: las puntas y las bajas coinciden en el tiempo, y revelan su relación con la actualidad informativa, que hace que se otorgue más tiempo de palabra a un determinado miembro femenino del gobierno durante un periodo concreto.

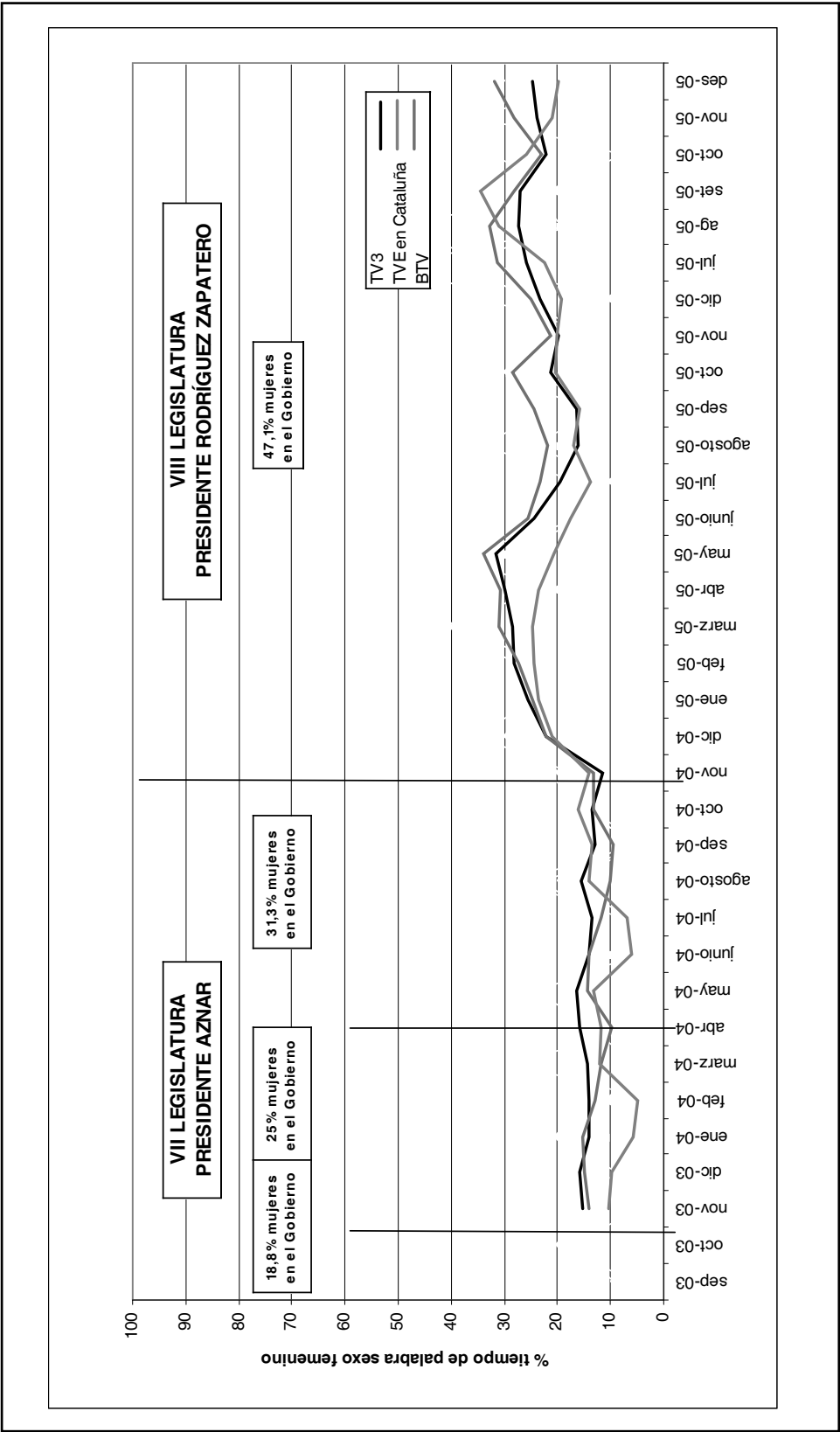
Entrando ya en el análisis detallado de los gráficos, el cuadro 9 muestra cómo durante el último año de la VI legislatura, presidida por Jordi Pujol, no se produjo ningún cambio en el gobierno que afectase al porcentaje de mujeres, por lo que se mantuvo durante todo este periodo en un 21,4%. En cambio, durante la VII legislatura catalana, el 23 de febrero de 2004, Marta Cid pasa a sustituir a Josep Bargalló como responsable de la Consejería de Educación. En este momento el porcentaje de mujeres en el Gobierno pasa de un 17,6% (cifra que, de hecho, sólo afecta a un periodo dos meses y medio) a un 23,5%, porcentaje que se mantiene hasta finales de 2005. Aquí debe comentarse

Cuadro 10. Evolución del tiempo de palabra del sexo femenino dentro del Gobierno catalán



Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Evolución del tiempo de palabra del sexo femenino dentro del Gobierno español



Fuente: elaboración propia

que, a pesar de que durante la VII legislatura el porcentaje de mujeres en el Gobierno catalán es sólo dos puntos porcentuales superior al del periodo Pujol, el tiempo otorgado a los miembros femeninos del gobierno de Maragall por los teleinformativos es considerablemente superior. Este aumento resulta especialmente notorio durante la segunda mitad de 2005.

En cuanto al cuadro 10, el periodo analizado, correspondiente a la VII legislatura española, destaca porque se producen dos cambios en el Gobierno que hacen aumentar gradualmente el porcentaje de mujeres. El primero sucede el 28 de febrero de 2003, con la sustitución del ministro de Medio Ambiente, Jaime Matas, por M. Elvira Rodríguez y provoca que el porcentaje de mujeres del Gobierno español pase de un 18,8% a un 25%. La siguiente renovación se produce el 5 de septiembre de 2003 con la sustitución de Javier Arenas, que ocupaba la cartera de Administraciones Públicas, por Julia García Valdecasas, lo que vuelve a incrementar la cifra de mujeres en el Gobierno español, que ahora representa un 31,3% del total. Estos dos cambios, no obstante, no quedan reflejados en el porcentaje de tiempo de palabra femenino otorgado por ninguna de las cadenas.

Por otra parte, el gobierno de la legislatura presidida por Rodríguez Zapatero se caracteriza por ser el primer gobierno paritario de la historia del Estado español, formado por 8 ministros y 8 ministras, y no sufre ningún cambio en este sentido durante el periodo objeto de análisis. Debe tenerse en cuenta que este artículo, además de los ministros y ministras y de los consejeros y consejeras, también incluye a los presidentes en el cómputo relativo a los gobiernos, por lo que el porcentaje de mujeres correspondiente a la VIII legislatura es de un 47,1%. Durante esta legislatura, y a diferencia de la anterior, queda plenamente patente la relación entre el aumento de la proporción de mujeres en el Gobierno español y el incremento de sus tiempos de palabra en los teleinformativos. Sin embargo, hay que dejar claro que en ningún momento esta cifra se acerca a la real, puesto que en ningún periodo llega al 40% de media, a pesar de la importante presencia mediática de la ministra portavoz, M^a Teresa Fernández de la Vega.

En conclusión, se puede decir que el porcentaje de mujeres de los gobiernos catalanes y españoles de todas las legislaturas analizadas es siempre considerablemente superior al tiempo de palabra que les otorgan los tele-

informativos de las tres emisoras objeto de estudio. A pesar de ello, se observan algunas diferencias entre legislaturas. Así, aunque en el periodo Maragall analizado el porcentaje de mujeres en el Gobierno catalán es sólo de dos puntos porcentuales superior al del periodo Pujol, el tiempo otorgado a los miembros femeninos de su gobierno por los teleinformativos es considerablemente superior. Durante la legislatura del gobierno de Rodríguez Zapatero, en cambio, y a diferencia de la anterior, queda patente que el aumento de la proporción de mujeres en el gobierno repercute en el tiempo de palabra otorgado por los teleinformativos a este colectivo. Sin embargo, este tiempo de palabra en ningún momento se acerca a la cifra real, a pesar del hecho de que el cargo de portavoz del gobierno, con una gran presencia mediática, lo ocupa una mujer, M^a Teresa Fernández de la Vega. Finalmente, el hecho de que en las tres cadenas las líneas de tendencia muestren un paralelismo claro prueba la relación existente entre el tiempo de palabra otorgado a las mujeres miembros del gobierno y la actualidad informativa.

Los otros pluralismos: perspectivas de futuro sobre el análisis del pluralismo

Rafael Jorba

- *Como valoración final del monográfico, el artículo incide en la necesidad de ser plurales y respetar la alteridad de los medios de comunicación como base democrática elemental. El autor hace una perspectiva de futuro en cuanto al seguimiento del pluralismo que el CAC lleva a cabo con regularidad y que ha de adaptarse a la aparición de más canales con la televisión digital terrestre, ha de introducir parámetros cualitativos en sus informes de observancia de pluralismo político y encontrar vías para medir los otros pluralismos.*

Palabras clave

Pluralismo, periodismo, medios de comunicación, servicio público, radio, televisión

Digo a menudo, a modo de provocación, que la objetividad no existe y que el esfuerzo de pluralidad es lo que más se le acerca. Seremos objetivos en la medida en que integremos la variable del pluralismo —de los pluralismos, en plural— en la labor cotidiana del periodismo. Se trata de reconstruir el espejo roto, porque cada uno de sus trozos nos ayuda a reconstruir el rompecabezas de una realidad poliédrica. Esta metáfora tiene un valor universal —la han utilizado Espriu y Tagore— y nos dice que la verdad se refleja en un espejo roto, que cada trocito reproduce una pequeña parte y que cuantos más trozos consigamos reunir más nos acercaremos a la verdad entera. Hay también otra metáfora, que evoca el escritor José María Ridaio en un libro reciente, y que nos habla de un soldado que patrullaba por los pasillos de un edificio. De repente se encontró ante un hombre uniformado y armado con un fusil, con una expresión de pánico en el rostro. Instintivamente, situó su propio fusil en posición y disparó: su enemigo no se desplomó, sino que su propia imagen se descuartizó en mil pedacitos... El soldado había disparado contra sí mismo, reflejado en un espejo.

Estas dos metáforas nos sirven para subrayar una necesidad y para alertar de un peligro. La necesidad de ser plurales, de integrar el pluralismo como una de las funciones de los medios audiovisuales. Y el peligro de proyectar en los demás nuestros propios miedos, de creer que la mejor manera de afirmar una identidad es destruir la identidad del otro, es decir, la alteridad. Este último es un fenómeno atávico, acentuado, no obstante, por la misma complejidad de las sociedades globalizadas. En este contexto, la doble labor de los medios de comunicación consiste en preservar la pluralidad y respetar la alteridad. Por lo tanto, el respeto del pluralismo en todas sus dimensiones pasa a ser una necesidad del conjunto del sistema audiovisual y una misión específica del servicio público,

Rafael Jorba

Consejero ponente de pluralismo

como señala la Ley de la Comunicación Audiovisual de Cataluña.

En concreto, el artículo 115 de esta ley atribuye al Consejo del Audiovisual de Cataluña la función de “velar por el respeto del pluralismo político, religioso, social, lingüístico y cultural, y también por el equilibrio territorial”. Ésta es la tarea que realizan los analistas de los servicios técnicos del CAC, a modo de *cerebro de obra* de todo el dispositivo, y cuyos artículos se recogen en este número de *Quaderns*, con la aportación del profesor Joan Botella, exconsejero ponente de pluralismo.

Estamos ante un trabajo consolidado, tanto en lo referente a la metodología como a los diferentes conceptos de referencia. Así, a partir de septiembre del año 2002 y después de varios ensayos, el CAC elabora y publica los informes sistemáticos sobre la observancia del pluralismo en la radio y la televisión, con una periodicidad mensual, pero en trimestres acumulados, de modo que los datos tienen una doble referencia: mensual y trimestral. Es desde esta base sólida y consolidada, salvaguardando las herramientas de análisis que han mostrado su eficacia, que el Servicio de Análisis de Contenidos se dispone a dar un nuevo paso adelante en una triple dirección: implementar el modelo de seguimiento del pluralismo en el marco de la multiplicidad de programas que supone la introducción de la TDT local, introducir elementos de valoración cualitativa en los datos y analizar de manera sistemática los otros pluralismos, con informes trimestrales y de tendencia, que se añadirían a los informes mensuales sobre pluralismo político.

Cabe decir, en relación con el seguimiento del pluralismo político, que la introducción de parámetros cualitativos permitirá evaluar no sólo el respeto cuantitativo de este pluralismo, sino también la calidad de la información política. Se trata de un factor mayor, como ha recordado el pleno del Consejo, por el hecho de que una información de calidad favorece la elección democrática de la ciudadanía y, por lo tanto, refuerza la calidad de la propia democracia. Desde esta óptica, el Consejo hizo una primera valoración cualitativa del *Informe específico de pluralismo durante la campaña de las elecciones al Parlamento de Cataluña 2006*, que constataba que los dos descriptores temáticos que aparecían con una frecuencia más alta —casi del 50%— eran *dinámica política*, definida como las alusiones genéricas a las actitudes de los candidatos —las disputas

políticas, en lenguaje coloquial—, y *pactos electorales y postelectorales*. “El resultado —decíamos entonces— hace que las cuestiones programáticas y los ítems que más preocupan al electorado, de las infraestructuras a la inmigración, queden en segundo plano. (...) Nos encontramos —concluíamos— ante un fenómeno que afecta a todas las partes —los protagonistas de la noticia y los profesionales que la eligen— y que, en un grado u otro, no es ajeno al descenso crónico de la participación electoral.”

La introducción de nuevos parámetros cualitativos en los informes mensuales de pluralismo político facilitará avanzar en el análisis de calidad de la información y permitirá medir, por ejemplo, su grado de *gubernamentalización* (la presencia de los diferentes gobiernos en el conjunto de los tiempos de palabra). No obstante, el seguimiento de los otros pluralismos —social, cultural, territorial, religioso...— es el reto de futuro que afronta este Consejo y también los otros organismos reguladores de su naturaleza en las sociedades globalizadas del siglo XXI. Cabe recordar, desde esta perspectiva, que la ley catalana del audiovisual no sólo atribuye al servicio público esta misión específica, sino también “la promoción activa de la convivencia cívica, el desarrollo plural y democrático de la sociedad, el conocimiento y el respeto de las diversas opciones y manifestaciones políticas, sociales, lingüísticas, culturales y religiosas presentes en el territorio de Cataluña. En este contexto es necesario el uso de todos los lenguajes, formatos y discursos que dentro del respeto y la atención a la diversidad y el pluralismo, permitan el diálogo, la comprensión y la cohesión entre las diversas opciones, y entre las diversas áreas del territorio de Cataluña” (artículo 26.3.g).

La lectura de estos preceptos permite entrever el trabajo que queda por hacer en el fomento y la promoción de los otros pluralismos. También en el seguimiento de su observancia y en cuanto al derecho de acceso al espacio audiovisual público de los grupos sociales y culturales significativos (artículo 26.4). No es éste el espacio ni el momento de avanzar propuestas concretas, pero sí de hacer reflexiones y explorar las pistas de la *hoja de ruta* que habrá que seguir.

En lo que concierne al equilibrio territorial, la radio y la televisión de proximidad son una de las características diferenciales del modelo comunicacional catalán. Es necesario que lo sigan siendo y, desde esta óptica, es preciso también que la progresiva implantación de la TDT local asegure su

continuidad. Los factores de proximidad y de interactividad de estos medios son también instrumentos de cohesión territorial y social. Sin embargo, es preciso que los medios audiovisuales del servicio público de la Generalitat cumplan también su misión específica de respeto del equilibrio territorial, y más cuando los datos de este monográfico señalan un déficit notable: los municipios de menos de 5.000 habitantes que aparecen en los informativos de TV3 lo hacen principalmente en noticias de sucesos o catástrofes medioambientales. Sería necesario, por lo tanto, corregir esta tendencia y repartir mejor la televisión entre todo el territorio de Cataluña.

Por otra parte, en relación con el pluralismo social, debe fomentarse la presencia en los medios audiovisuales públicos de ámbito nacional y local de los distintos sectores sociales, incluida la llamada *nueva inmigración*. Se perfilan en el horizonte dos riesgos igualmente perversos. El primero, a corto plazo, es una tendencia a la noticia-espectáculo, con amalgamas de ítems que desdibujan o ensucian el rostro del otro. El segundo riesgo, a medio plazo, es la emergencia de medios de cariz comunitarista, es decir, de aquellos medios que se centran en una comunidad social concreta por el déficit del carácter abierto a todas las comunidades que debería tener el servicio público.

En cuanto al pluralismo religioso, se imponen las reglas de juego de la laicidad —el respeto de la libertad religiosa y de culto, con una carta de derechos y deberes compartida por todo el mundo— ante la tentación de una deriva laicista empapada de viejos tics anticlericales. Tampoco debe olvidarse, en relación con las nuevas religiones en escena, que si se quiere que sus miembros acepten y practiquen los deberes que se imponen al conjunto de la ciudadanía, será necesario que puedan gozar de los mismos derechos, incluido el respeto de la libertad religiosa y de culto. La concreción de estos principios en el espacio audiovisual público es una asignatura pendiente. Y lo es también en relación con religiones de mayor tradición histórica.

He aquí, finalmente, unos breves apuntes sobre la labor que plantea definir y medir los otros pluralismos. La complejidad de este ejercicio reside en la creciente complejidad de la propia sociedad. Será necesario evitar las respuestas con blanco o negro. Los medios de comunicación, sin embargo, no están acostumbrados a los grises. La audiencia, además, fomenta los llamados *fast thinkers*, en

expresión del sociólogo Pierre Bourdieu, es decir, los *pensadores rápidos* que dan respuestas simples a problemas complejos. Un ejemplo de esta tendencia es el programa *59 segundos*, de TVE, con un formato que alimenta la demagogia frente a la pedagogía que cabría esperar de un medio audiovisual público. La tendencia a la espectacularización, sumada al culto de la emoción, son dos corrientes de fondo del conjunto del sistema mediático y, en particular, del audiovisual, que fomentan el paso del *homo sapiens* al *homo videns* (Giovanni Sartori) y al *homo sentiens* (Michel Lacroix). Es función específica del servicio público preservar el equilibrio del sistema para frenar esta mutación de la especie.

Cabe recordar que la democracia no es sinónimo de ausencia de conflictos, sino la forma civilizada de resolverlos y de hacer prevalecer el interés general. Se basa en el debate contradictorio, con un mínimo denominador común de valores que no están sujetos a la demoscopia. Estos valores se inscriben en las constituciones —se trata, por ejemplo, de la abolición de la pena de muerte en Europa— para que la nave de nuestros sistemas democráticos no se deje llevar por el canto de las sirenas de los neopopulismos. Estos valores constitucionales —*valores republicanos*, como lo llaman en la vecina Francia— se atan a la Constitución como Ulises se ató al palo mayor de su nave para no acabar sucumbiendo al canto de las sirenas. Hoy, cuando sus cantos se escuchan con fuerza y el populismo y la demagogia ganan terreno político y mediático, es también misión específica del servicio público del audiovisual saber atar estos valores con su información y programación diarias. Y es tarea de este Consejo continuar velando por su observancia.

La revisión sobre el servicio público audiovisual en el Reino Unido: el debate entre la Ofcom y la BBC

Martí Petit

- *Este artículo analiza la revisión de servicio público que llevó a cabo la Ofcom, la autoridad reguladora del audiovisual y de las telecomunicaciones del Reino Unido. La Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting¹ fue una consulta que se llevó a cabo en tres fases a lo largo de los años 2004-05 y que partía de un análisis de la Ofcom que contenía algunos planteamientos de cariz liberalizador. Este hecho suscitó un intenso debate ideológico con la BBC, recogido en el presente artículo, y muestra la necesidad de una intervención pública decidida en el sector audiovisual. Finalmente, la mencionada revisión concluyó, entre otras cuestiones, que era necesario mantener el carácter de servicio público de todos los operadores de televisión, independientemente de su titularidad.*

Palabras clave

Servicio público, digitalización, Ofcom, BBC, Reino Unido, mercado audiovisual

Contexto general del sector audiovisual en el Reino Unido

Se puede decir que, hasta la década de los noventa, el modelo televisivo británico era un híbrido entre el sistema de la Europa continental y el de los EE. UU. En los países de la entonces llamada Comunidad Europea, la televisión era un servicio bajo el régimen de monopolio público, mientras que en los EE. UU. se estableció desde los inicios un sistema de oligopolio privado con una competencia restringida. La liberalización de los años noventa, previa a la digitalización, rompió los monopolios públicos en los Estados europeos y multiplicó la oferta televisiva en los EE. UU.

En el Reino Unido encontramos un sector público muy potente (BBC) acostumbrado desde sus inicios a la competencia con el sector privado (ITV, desde 1954). En 1981 se otorgó una nueva licencia a Channel 4, una sociedad anónima de titularidad pública, pero que se financia mediante la publicidad. Desde los inicios de la radiodifusión en el Reino Unido, la legislación estableció que se trataba de un servicio público, independientemente de la titularidad del operador. Así, tanto las televisiones públicas (BBC, Channel 4 y S4C) como las privadas (ITV y Five) son servicios públicos por ley, y están sujetos a reglamentaciones que enumeran sus obligaciones específicas.

La BBC, Channel 4 y S4C tienen acceso gratuito al uso del espectro radioeléctrico (un bien público escaso), circunstancia que les impone un plus de exigencia en cuanto a producción y programación. Por su parte, ITV y Five tienen

Martí Petit

Jefe de la unidad de Relaciones Internacionales del Consejo del Audiovisual de Cataluña y jefe de redacción de Quaderns del CAC

¹ Hemos optado para traducir la expresión *Public Service Broadcasting* (PSB) por “servicio público audiovisual”. Las razones de esta opción son diversas: si bien la consulta de la Ofcom tiene como punto de partida la radiodifusión televisiva, plantea la ampliación del concepto de servicio público al ámbito del ancho de banda y de las nuevas aplicaciones digitales.

un acceso subvencionado al espectro (lo pagan por debajo del precio que el Gobierno les podría exigir de acuerdo con el rendimiento comercial que podrían sacar). En 2003, ITV pagó un total de 239 millones de libras (358 millones de euros) y Five 33 millones (49,5 millones). Las obligaciones de servicio público que tienen estos operadores, si bien son costosas, son menos exigentes que las de la BBC y Channel 4. Por otra parte, la BBC es el único operador que

recibe subvención directa, mediante el canon (o *licence fee*) que, según datos de la Ofcom, en 2004 fue de 3.000 millones de libras (4.500 millones de euros).

S4C es el canal en lengua galesa, creado en 1982, que emite unas horas al día utilizando la frecuencia de Channel 4 en el País de Gales. Recibe subvención directa del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del Gobierno británico.

Cuadro 1. Principales características del sistema televisivo británico hasta 1996

	Año de creación	Titularidad	Financiación	Acceso al espectro
BBC	BBC1: 1922-27 * BBC2: 1964	Pública	Canon	Gratuito
ITV	1954	Privada	Publicidad	Subvencionado
Channel 4	1981	Pública	Publicidad	Gratuito
Five	1996	Privada	Publicidad	Subvencionado
S4C	1982	Pública	Subvención y publicidad	Gratuito

Fuente: Ofcom

* La British Broadcasting Company (*sic*) se creó en 1922. La primera Royal Charter (licencia de la BBC que establece sus deberes y obligaciones) entró en vigor el 1 de enero de 1927 y estableció su nombre definitivo, British Broadcasting Corporation.

Cuadro 2. Gasto total en programación de los cinco operadores de SP (BBC, ITV, Channel 4, Five y S4C) (en millones de libras y precios de 2002. 1 £ = 1,5 €)

	1998	1999	2000	2001	2002
Horario máxima audiencia	1.219	1.255	1.260	1.327	1.418
Horario NO máxima Audiencia	967	1.025	1.095	1.100	1.150
Desconexiones regionales y Nacionales	296	321	342	363	384
TOTAL	2.482	2.601	2.697	2.790	2.952

Fuente: Ofcom

Sin embargo, a raíz de la migración digital (*switchover*, en terminología británica), el modelo de servicio público vigente durante cincuenta años plantea algunas incógnitas. La digitalización reduce el valor de utilizar un bien escaso como el espectro (privilegio que, en contrapartida, obliga a los operadores a cumplir costosas obligaciones de servicio público). Además, los operadores comerciales (ITV y Five) compiten en un mercado publicitario cada vez más fragmentado, ven cómo sus ingresos económicos se reducen y, por lo tanto, mengua su capacidad de producir el servicio público tal y como establece la ley.

Sin embargo, los canales de servicio público aumentaron el gasto en programación un 19% en términos reales entre 1998 y 2002. Pero si excluimos los deportes y los derechos de cine (donde ha habido una alta inflación de precios), el crecimiento del gasto sólo ha sido del 8% en términos reales. Con todo, algunas áreas han reducido su presupuesto, como por ejemplo el arte y la cultura, la religión, infantil y la educación. En total, la industria televisiva británica genera unos ingresos superiores a los 9.000 millones de libras e invierte casi 5.000 en programación, 2.500 de los cuales corresponden a la producción original de programas por parte de las cinco principales cadenas (ver los cuadros 3, 4 y 5).

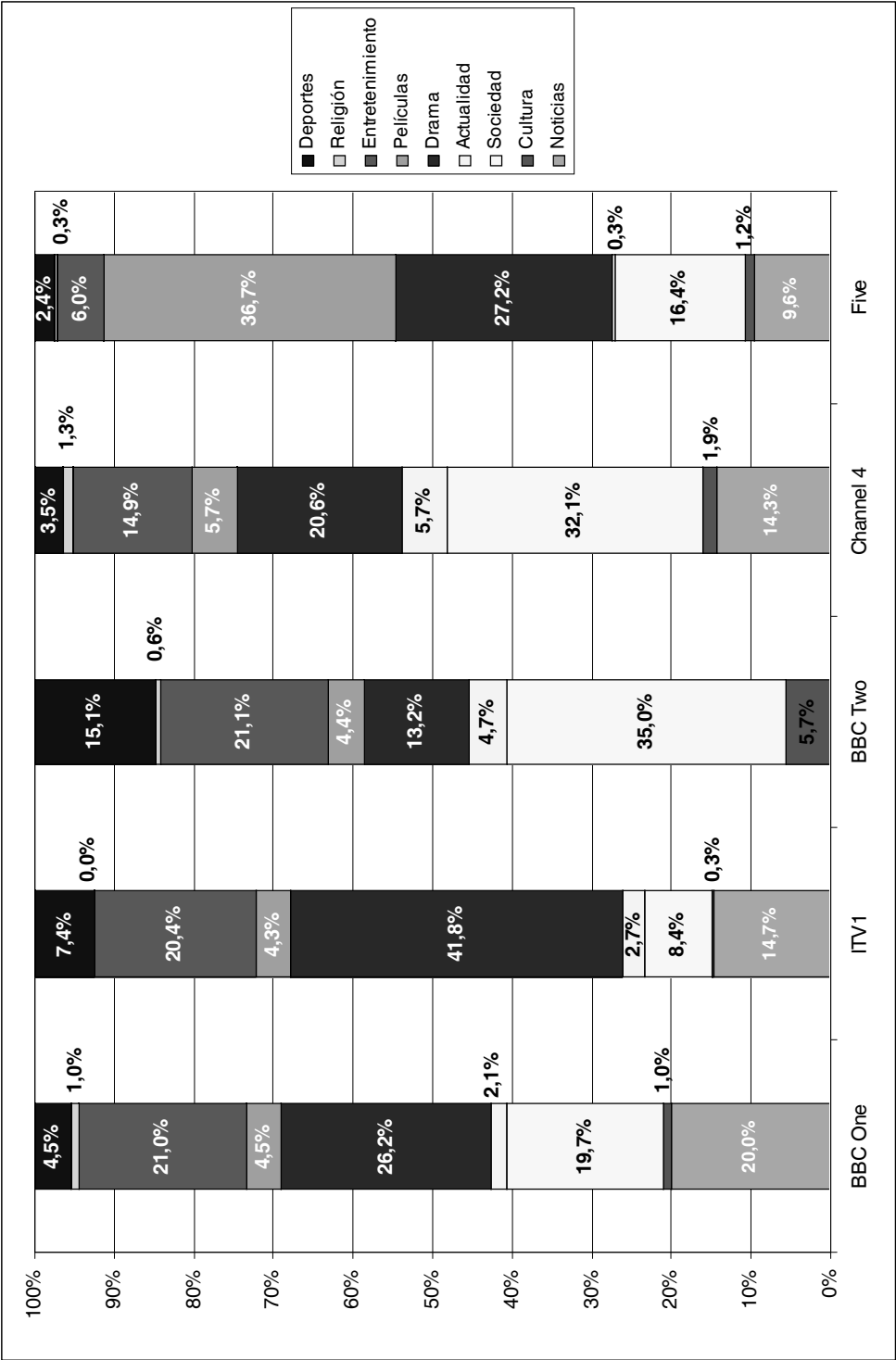
Cuadro 3. Gasto total por género de los cinco operadores de SP (BBC, ITV, Channel 4, Five y S4C). Año 2002 (en miles de libras. 1 £ = 1,5 €)

Género	Gasto total	Gasto/ Hora*	Variación % desde 1998
Noticias (<i>News</i>)	175.000	34	13%
Actualidad (<i>Current affairs</i>)	84.000	62	8%
Parlamento	8.000	44	10%
Cultura (<i>Arts</i>)	49.000	93	-1%
Infantil	111.000	23	-7%
Religión	19.000	49	-20%
Sociedad (<i>Factual</i>)	357.000	58	0%
Educación	8.000	3	-58%
Drama	669.000	129	16%
Películas	165.000	30	3%
Entretenimiento	411.000	80	12%
Deporte	512.000	102	90%

Fuente: Ofcom

* Coste medio del gasto de producción de programas de los cinco operadores: 61.000 libras por hora.

Cuadro 4. Géneros televisivos por canal en hora de máxima audiencia. Año 2002 (No incluye las desconexiones regionales y nacionales)



Fuente: Ofcom

La *Communications Act 2003* y la definición de servicio público audiovisual

El 17 de julio de 2003, la Corona británica sancionó la *Communications Act 2003* (CA 2003)², una iniciativa del Go-bierno Blair para unificar y actualizar la legislación relativa al sector audiovisual. Una de las novedades de esta ley fue la creación de una única autoridad reguladora convergente llamada Office of Communications (Ofcom). La Ofcom tiene competencias tanto en el audiovisual como en las telecomunicaciones y, de esta manera, asume las funciones de los organismos reguladores preexistentes, que se disolvieron.

En su capítulo IV, la CA 2003 define el servicio público (SP) como una política pública que debe desplegar una amplia intervención en el mercado audiovisual británico. Esta intervención incluye la legislación, la regulación y la financiación pública del servicio. El SP es también el conjunto de los operadores terrestres que tienen licencia, así como la tipología de programas que estos operadores

tienen que producir y emitir de acuerdo con la licencia que han obtenido.

Así, los propósitos del SP audiovisual establecidos por la CA 2003 son:

- Alta calidad: la producción de programas debe tener unos estándares de calidad elevados.
- Diversidad: la parrilla debe tratar un amplio abanico de temas.
- Multiculturalidad: las lenguas y los grupos sociales del Reino Unido deben tener acceso y representación en el audiovisual de servicio público.
- Descentralización: las políticas audiovisuales han de potenciar la producción fuera del área M25 (Londres). Los estudios centralizados y la integración vertical de la producción pueden ser una consecuencia del antiguo duopolio.
- Originalidad: los contenidos deben ser de estreno y de producción británica, y no reposiciones o programación comprada en el extranjero.
- Carácter atractivo: si la programación recibe dinero públi-

Cuadro 5. Cuotas de producción por año natural. Cadenas analógicas terrestres (en % de las horas)

	BBC1	BBC2	ITV	Channel 4	Five
Independiente	25%	25%	25%	25%	25%
Total originalⁱ	70%	70%	65%	60%	51% (5)
Original en horario de máxima audiencia	90%	80%	85%	70%	42%
Producción regionalⁱⁱ	25% en total BBC	ídem BBC1	33%	30%	10%
Producción regional (% gasto)	30% en total BBC	ídem BBC1	40%	30%	10%
Programación de proximidadⁱⁱⁱ	95% en total BBC1 y BBC2	ídem BBC1	90%	-	-
Producción europea^{iv}	50%	50%	50%	50%	50%
Producción europea independiente	10%	10%	10%	10%	10%

Fuente: Ofcom

(i) Incluye las reemisiones.

(ii) Producción de fuera del área M25 (Londres), incluye las reemisiones.

(iii) Porcentaje del total de la programación regional.

(iv) La Directiva Europea TV Sin Fronteras excluye las noticias, deportes y concursos de la cuota de producción europea.

(v) En 2009 ha de ser del 60%.

2 Communications Act 2003. <<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>>

Cuadro 6. Cuotas de programación semanal (incluye reemisiones). Cadenas analógicas terrestres (expresado en horas: minutos)

	BBC1	BBC2	ITV ⁱ	Channel 4	Five ⁱⁱ
General (sin desconexiones)					
Noticias e información meteorológica	26: 28 ^v	Artículo I. No cuota	7: 00 ^{vi}	4: 00 ^{vi}	9:00 ^{vii}
Actualidad ⁱⁱⁱ	7: 00 ^{viii}	viii	1: 30	4: 00	2: 30
Religión			2: 00	1: 00	1: 00
Total infantil			7: 30 ^{ix}		10: 56
Drama infantil			1: 26		0: 46
Info. infantil			1: 00		9: 10 ^x
Preescolar			1: 21		^x
Documentales ^{iv}			1: 45		2: 00
Educación ^{iv}			1: 45	7: 00	3: 00
Cultura ^{iv}			0: 45		0: 30
Escuelas				6: 20	
Multicultural				3: 00	
Total general	33: 28^{viii}	viii	22: 15	25: 20	29: 40
General máxima audiencia					
Noticias	5: 16	Artículo II. No cuota	2: 24	4: 00	2: 41
Actualidad	2: 00 ^{viii}	viii	0: 40	1: 32	0: 12
Desconexiones nacionales y regionales	126: 12^{viii}	viii			
Noticias			5: 30 ^{xi}		
Actualidad			0: 26 ^{iv}		
Otros			2: 34 ^{iv}		
Total nacional y regional			8: 30^{iv}		
Nacional y regional máxima audiencia			3: 17^{xii}		

Fuente: Ofcom

(i) Toda la programación (excepto la de producción ajena) emitida desde las 9.25 h a las 24 h, excepto para *Religión*, que incluye transmisiones hasta la 1 h.

(ii) Toda la programación (excepto la de producción ajena) emitida desde las 6 h a las 24 h.

(iii) No incluye programas sobre consumo.

(iv) Cuotas indicativas sólo para ITV y Five.

(v) Incluye *Breakfast news*.

(vi) Excluye *Breakfast news*.

(vii) Incluye *News Headlines*.

(viii) BBC1 y BBC2 conjuntamente, en todas las naciones y las regiones.

(ix) Si se incluye la producción ajena (comprada), la programación infantil de ITV no debe sumar menos de 10 horas semanales.

(x) Incluye *Preescolares*.

(xi) Sólo se cuentan las primeras emisiones de los programas entre las 9.25 h hasta las 12.30 h. Estas cifras corresponden a una región típica inglesa. Cada ITV regional y nacional tiene cuotas específicas, algunas de las cuales son más altas que el tiempo estándar anotado. La programación en desconexiones de la BBC no responde a cuotas fijadas para cada región y nación, a pesar de que el documento *BBC Statement of Programme Policy 2005-06*³ dona cifras indicativas, a l'apartat "Nations & regions".

(xii) Esta cifra incluye la obligación de emitir programas de 30 minutos de duración de lunes a viernes con temática regional y subregional, además del compromiso de otros espacios en horario de máxima audiencia los días laborables y los fines de semana, tal y como se especifica en la *ITV Charter*.

3 <<http://www.bbc.co.uk/info/statements2005/>>

- co, tiene que llegar a una amplia mayoría de ciudadanos, debe tener un nivel accesible y tiene que entretener.
- De audiencia masiva: el conjunto de las emisiones debe servir a la audiencia más amplia posible, en el conjunto de las diferentes franjas horarias del día y mediante distintos tipos de programas (el horario de máxima audiencia —*peak-time*, en denominación británica— es de 18 a 22.30 h).
 - Innovación: la programación debe ofrecer ideas nuevas o reinventar enfoques ya establecidos, y no copiar programas o planteamientos antiguos.
 - Estimulante (*challenging*): siempre hay que hacer pensar a los espectadores.

Como sucede en otros Estados de la Unión Europea, el Reino Unido aplica una política de cuotas que la Ofcom, de manera flexible, tiene que supervisar. Así, son objeto de apoyo y seguimiento los siguientes tipos de programación:

- Programación que refleje la actividad cultural del Reino Unido (ya sea mediante el drama, la comedia, la cultura, la música o el cine).
- Noticias y actualidad (británicas e internacionales).
- Deporte y ocio.
- Educación.
- Ciencia.

- Religión (incluyendo los actos litúrgicos).
- Programas referentes a cuestiones sociales e internacionales.
- Programación infantil.
- Programación que refleje las diferentes comunidades, intereses y tradiciones dentro del Reino Unido (incluyendo aspectos de las comunidades locales).

La BBC

Tal y como establece la sección 198 de la *Communications Act 2003*, la Ofcom regula la BBC de acuerdo con los preceptos de la *Royal Charter* y del *Agreement*. La Charter es la licencia real por la que quedan definidas las obligaciones de la corporación pública británica. El *Agreement* es el acuerdo detallado entre la BBC y el Gobierno que deriva de la *Charter*, en el que se reconoce la independencia editorial de los medios estatales y donde se detallan las obligaciones de servicio público.

La *Charter* tiene una vigencia de 10 años, circunstancia que permite al Gobierno una redefinición del rol, de las funciones y de la estructura de la BBC cada cierto periodo de tiempo. La octava *Charter* fue aprobada en 1996 y dejó de

Cuadro 7. Cuotas de producción por año natural en las cadenas digitales de la BBC (en % de las horas)

	BBC3	BBC4	CBeebies	CBBC	News 24	Parliament
Total original*	80%	70% aprox.	80% aprox.	70%	90%	90%
Original máx. aud.**	70%	50%				
Prod. europea	90%	70% aprox.	90% aprox.	75% aprox.		
Prod. indep.	25%	25% en el conjunto del r esto de canales				
Prod. regional	25% en el conjunto de los canales					
Prod. reg. (% gasto)	33%***	30% en el conjunto del resto de canales				

Fuente: Ofcom

* En los canales CBeebies, CBBC, News 24, Parliament, los porcentajes incluyen la reemisión de programas estrenados en cualquier canal de la BBC. Este criterio no es aplicable a BBC3 y BBC4.

** El horario de máxima audiencia en BBC3 y BBC4 es de 19 h a 24 h. En el resto de canales es de 18 h a 22.30 h.

*** Desde abril de 2004, BBC3 tiene un compromiso específico del 33% del gasto de producción regional.

ser vigente el 31 de diciembre de 2006. Con el objetivo de renovar la licencia de la BBC, el 9 de marzo de 2005, la Cámara de los Lores creó el comité de redacción de las nuevas atribuciones de la Corporación. Este comité llevó a cabo una serie de consultas con los agentes implicados, entre los cuales destacan la propia BBC, la Ofcom y el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del Gobierno británico, el responsable político en última instancia de la *Royal Charter*⁴. Su Majestad renovó la licencia el 19 de julio de 2006, que entró en vigor el primero de enero de 2007. Se trata de un documento de una treintena de páginas en el que se enumeran los principios genéricos que deben regir la BBC. En cualquier caso, el debate serio sobre el futuro de la televisión pública británica reside en la naturaleza de su financiación. Y éste fue uno de los temas clave de la consulta de la Ofcom.

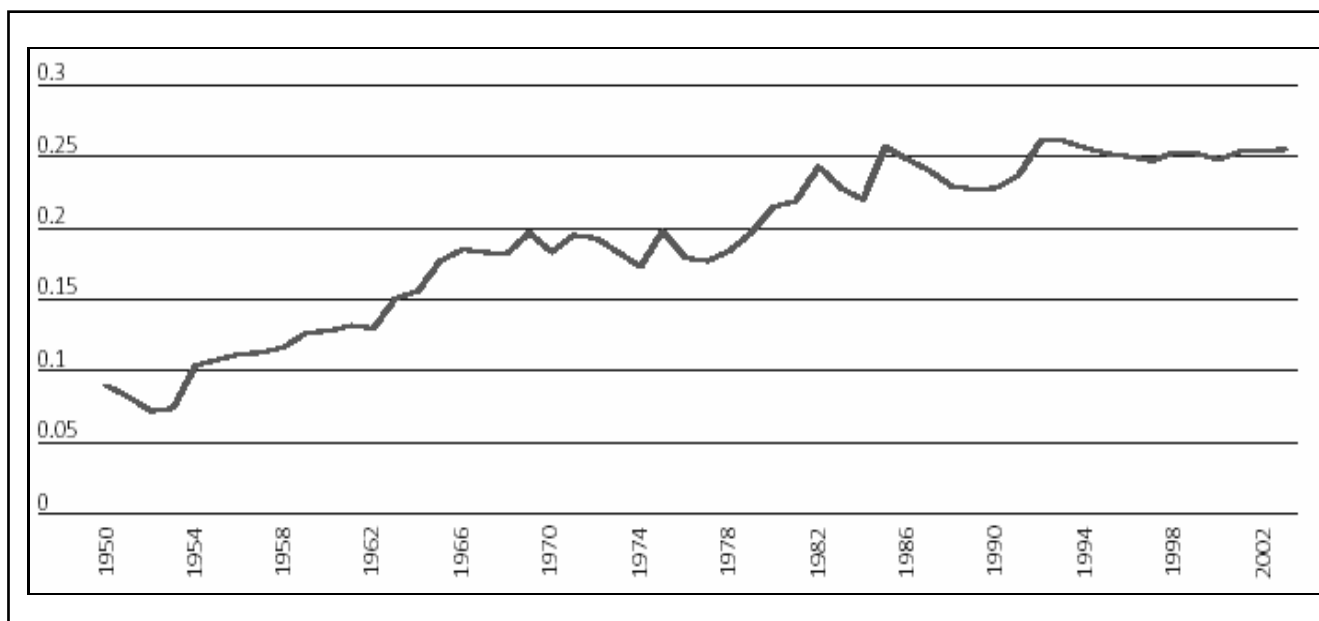
Por ley, cada hogar con un televisor debe pagar un canon

(*licence fee*), que en 2004-05 era de 121 libras (185,5 euros). Gracias a este impuesto, la BBC obtuvo en 2003-2004 un total de 2.820 millones de libras (4.230 euros), 408 de los cuales fueron una subvención directa del Gobierno, que asume el canon de los ciudadanos mayores de 75 años. De todas formas, como sucede con todos los impuestos, hay bolsas de fraude que son difíciles de cuantificar.

El gasto total de la BBC en 2003-2004 fue de 2.994 millones de libras, 4.491 millones de euros (esta cifra incluye gastos generales de administración, costes de transmisión y recaudación del canon). El diferencial negativo de los ingresos por canon (2.820 M libras) y de los gastos (2.994 M libras) se cubre con ingresos comerciales y con déficit. En cuanto a los servicios televisivos, la Ofcom calcula que el gasto alcanza 2.320 millones de libras (3.480 M €).

Es en este contexto de cambios tecnológicos, transformaciones en el mercado y con dos procesos de revisión del

Cuadro 8. Porcentaje del producto interior bruto del Reino Unido destinado al canon



Fuente: Ofcom

4 Documentación sobre la renovación de la *Royal Charter*. BBC: <<http://www.bbc.co.uk/thefuture/charter/charter.shtml>>
Departamento de Cultura, Medios y Deportes:
<http://www.culture.gov.uk/what_we_do/Broadcasting/bbc_public_service_broadcasting/bbccharterreview.htm>
Web específica: <<http://www.bbccharterreview.org.uk/>>

Cuadro 9. Coste de los servicios televisivos de la BBC. 2003-04 (en millones de libras. 1 £ = 1,5 €)

Costes por servicios de televisión*	
BBC 1	812,3
BBC 2	365,2
TV nacional y regional	212,3
BBC 3	99,4
BBC 4	35,2
Cbeebies y CBBC	46,2
BBC News 24	23,5
BBC Parliament	2,5
TV interactiva	15,3
Costes por programación	
Informativos	73,5
Marketing, publicidad y acontecimientos	42,4
Costes de emisión y navegación (<i>On-air trails and navigation</i>)	18,4
Investigación de mercado	11,4
Programas especiales (maratón, etc.)	64,2
Administración	258,9
Recaudación canon	119,8
Costes transmisión	120,8
TOTAL	2.321,4

Fuente: Ofcom, a partir del *Informe anual BBC 2003-04*

* BBC 1 es el canal generalista en abierto de la Corporación.

BBC 2 es el segundo canal en abierto.

BBC 3 es el canal dedicado a la innovación, orientado a la audiencia más joven.

BBC 4 es el canal cultural de contenidos más intelectuales.

Cbeebies es el canal didáctico para niños menores de 5 años.

CBBC es el canal infantil para niños de 6 a 12 años.

BBC News 24 es el canal informativo.

BBC Parliament es el canal de información parlamentaria.

servicio público, en el que la BBC publicó su posicionamiento de futuro, *Building Public Value*. En este documento, la BBC define los objetivos de servicio público en una triple vertiente:

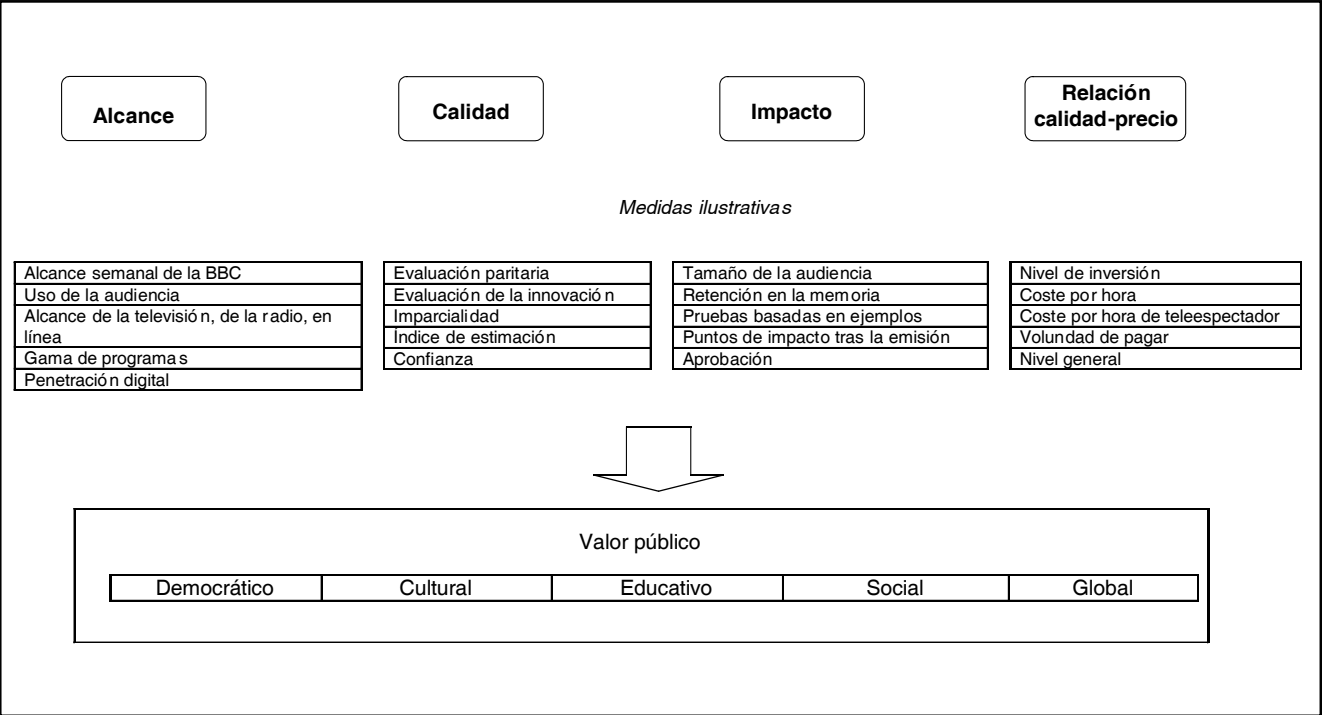
- Generar valor para las personas como individuos.
- Generar valor para la sociedad en su conjunto (para las personas como ciudadanos).
- Generar valor en el mercado aumentando su rendimiento económico.

La BBC reconoce las dificultades para medir el valor público de sus servicios y propone aplicar un número de medidas alternativas como por ejemplo el alcance semanal, la variedad de programas, la valoración cualitativa que hace la audiencia, las dimensiones de la audiencia y la evaluación de expertos.

En un contexto de digitalización sin regular, la BBC se podría convertir en un cuasimonopolio en la provisión de servicio público. A opinión de la Ofcom, ésta no sería una buena evolución: la falta de competencia en la programación de SP podría desembocar en una autocomplacencia, una producción ineficiente, una falta de innovación, una programación de baja calidad, una falta de variedad de puntos de vista y la pérdida de programación de SP para determinados grupos. En vista de la necesidad de mantener y reforzar la calidad del SP, este panorama no favorecería el interés de la sociedad ni tampoco los intereses de la BBC.

Por otra parte, la BBC debe ejercer una función importante a la hora de reflejar las naciones y las regiones del Reino Unido. A principios de los años noventa, la programación producida fuera de Londres por la BBC era una quinta parte de sus horas emitidas. En 2003, el porcentaje de pro-

Cuadro 10. Propuesta de la BBC sobre cómo medir el servicio público



Fuente: BBC, *Building Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*

Cuadro 11. Comparativa de las propuestas sobre servicio público de la Ofcom y la BBC

Objetivos de SP de la Ofcom	Objetivos de SP de la BBC
• Informarnos a nosotros mismos y a los demás. • Despertar nuestro interés y conocimiento. • Reflejar y reforzar nuestra identidad cultural. • Ponernos al corriente de las diferentes culturas y puntos de vista alternativos.	• Valor democrático: proporcionar noticias e información fiables e imparciales. • Valor educativo: construir una sociedad fuerte en conocimientos y capacidades. • Valor cultural y creativo: enriquecer la vida cultural del Reino Unido. • Valor social y colectivo: relacionar comunidades. • Valor global: apoyar el rol del Reino Unido en el mundo.

Fuente: Ofcom *PSB Review* y BBC, *Building Public Value*.

ducción regional y nacional llegó al 31% del total de los servicios televisivos de la Corporación, lo cual representaba el 33% del gasto en producción. Aun así, este nivel de descentralización no se considera suficiente, y el Consejo de Gobierno de la Corporación (*Board of Governors*) expresó su preocupación porque durante la temporada 2003-2004 no se emitía suficiente material de la BBC Nations.⁵

Uno de los compromisos de futuro de la BBC va en esta línea, y así se expone en el documento *Building Public Value*. Las propuestas de contenidos locales y de proximidad expresadas por la Corporación son:

- Reforzamiento de los servicios en Escocia, Gales e Irlanda del Norte, que incluye un compromiso continuado con todas las lenguas del Reino Unido.
- Servicios de noticias por televisión ultralocales para 50-60 ciudades y condados de todo el Reino Unido, inicialmente proporcionados por banda ancha, y posiblemente después por televisión digital.
- Creación de más oportunidades de participación e implicación ciudadana en las comunidades locales, gracias a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

Punto de partida de la consulta de la OFCOM: desregular el mercado

El servicio público audiovisual en el Reino Unido se ha mantenido durante medio siglo gracias a una combinación de instituciones, financiación y regulación que se reforzaba mutuamente. El punto de partida de la consulta de la Ofcom planteaba que este entorno cambiaría radicalmente en los próximos años. La digitalización hará aumentar los canales de distribución de contenidos audiovisuales (TDT, banda ancha, *personal video recorder* - PVR, etc.). Esto comportará una mayor competencia y una fragmentación progresiva del mercado publicitario. En este contexto, los operadores reducirán sus ingresos para realizar sus obligaciones de servicio público. Además, la fragmentación de la audiencia puede deslegitimar las ayudas públicas, directas o indirectas, a los operadores. ¿Cómo se justifica una ayuda para un servicio que cada año tiene menos audiencia y, en consecuencia, un impacto social menor? Si el público de la

BBC mengua progresivamente, se podría cuestionar el mantenimiento de las ayudas a la Corporación.

Por otra parte, añadía la Ofcom, la digitalización transformará los hábitos de consumo audiovisual, que dejarán de ser tan uniformes y de reunir a grandes masas de audiencia. Debe tenerse en cuenta, a modo de ejemplo, que a principios de 1996 nadie tenía televisión digital. En 2005, en cambio, el 50% de los hogares tenía equipamiento digital, lo que les daba acceso a una amplia oferta en TDT, cable y/o satélite. Y como dato relevante del año 2004, la audiencia global de la oferta digital fue mayor que la de ningún canal analógico en los *hogares multicanal* (*multichannel homes*).

Como dato revelador, en el año 2005 los ingresos por suscripción de BskyB fueron superiores al canon de la BBC. El total de los ingresos de la industria televisiva aumentaron un 11% entre 1998 y 2002, pero en los operadores terrestres de servicio público el porcentaje del *pastel* de ingresos disminuyó del 65% al 57%.

Esta evolución del mercado publicitario crea dificultades para el pacto histórico sobre servicio público que ofrecen los operadores privados. En virtud de este pacto, las televisiones comerciales como ITV y Five estaban dispuestas a cumplir las obligaciones de SP y a pagar al Gobierno las licencias de radiodifusión. A cambio, los operadores gozaban del privilegio de utilizar el espectro analógico por un precio inferior al valor de escasez del espectro (*spectrum scarcity value*). El valor económico de este privilegio es la financiación implícita que reciben las televisiones comerciales para el servicio público.

Pero a medida que la audiencia se fragmenta en un entorno digital, se reduce el valor de este acceso privilegiado al espectro analógico. La publicidad analógica ya no es la única fuente de ingresos de los operadores comerciales, y posiblemente ni tan siquiera es la principal.

De todas formas, la percepción de la Ofcom sobre el futuro es claramente optimista. Según el regulador británico, había hasta el momento presente dos objetivos básicos que justificaban la intervención pública en el sector audiovisual:

- Por una parte, se trataba de asegurar un funcionamiento eficaz del mercado para garantizar el derecho de los **consumidores** a acceder a todos los contenidos que quisiesen ver.

5 BBC (2004), *Annual Report and Accounts 2003/2004*

Cuadro 12. Audiencias televisivas del Reino Unido. 1998-2003 (en porcentaje). Comparación entre el porcentaje general y el de los hogares multicanal (HM que reciben TV por satélite, cable y/o TDT)

	BBC1	BBC2	ITV	Channel 4	Five	Otros
1998						
General	29,5	11,3	31,7	10,3	4,3	12,9
HM	21,5	6,7	24,5	6,8	3,2	37,2
1999						
General	28,4	10,8	31,2	10,3	5,4	14,0
HM	20,8	6,5	24,5	6,9	4,3	37,0
2000						
General	27,2	10,8	29,3	10,5	5,7	16,6
HM	20,0	6,6	22,3	7,2	4,2	39,8
2001						
General	26,9	11,1	26,7	10,0	5,8	19,6
HM	20,2	6,8	20,5	7,0	4,3	41,2
2002						
General	26,2	11,4	24,1	10,0	6,3	22,0
HM	20,0	7,1	19,7	7,1	4,6	41,5
2003						
General	25,6	11,0	23,7	9,6	6,5	23,6
HM	19,3	7,0	19,2	6,9	4,7	42,9

Fuente: Ofcom

- Por otra, la regulación tenía que asegurar unos valores y unos objetivos sociales amplios para la ciudadanía británica en su conjunto (como, por ejemplo, asegurar una democracia informada y una identidad cultural).

En cuanto a la vertiente mercantil, la Ofcom argumenta que la digitalización multiplicará las opciones del consumidor. Así, un mercado audiovisual competitivo fomentará que los operadores proporcionen calidad, innovación, variedad y posibilidad de elección en su búsqueda de espectadores y anunciantes. Según el regulador, a medida que se acerque el apagón analógico, el mercado audiovisual del Reino Unido funcionará de una manera cada vez más eficaz para proporcionar aquello que los consumidores quieren y pueden pagar. Los fracasos de mercado (*market failures*) del pasado —asociados a la naturaleza de *bien público* de la radiodifusión, la escasez del espectro, la falta de mecanismos de pago directo y la falta de información al consumidor— se reducirán de forma significativa.

Además, la Ofcom considera probable que las nuevas tecnologías digitales tengan un profundo impacto sobre la forma en que vemos la televisión:

- En la próxima década, el cumplimiento de la digitaliza-

ción comportará que toda la población británica tenga acceso a un mínimo de 30 servicios audiovisuales.

- Cada vez es más probable que la población quiera escoger la hora, el lugar y el ritmo con el que quiere ver la televisión.
- La Internet de banda ancha y alta velocidad (más de 2 megabits por segundo) permitirá diferentes servicios audiovisuales a la carta y nuevas formas de interactividad.
- La mejora de la tecnología de compresión digital podría doblar, como mínimo, el número de canales en el futuro.
- Las comunicaciones inalámbricas en red distribuirán los medios de comunicación por toda la casa.
- Los dispositivos móviles cada vez se usarán más para ver los servicios de televisión.
- El perfeccionamiento de las pantallas planas y de plasma mejorará la visión, y la televisión de alta definición creará nuevas oportunidades a medio plazo.
- Los hogares estarán equipados con servidores multimedia, que personalizarán el contenido a consumir y permitirán un almacenaje y un acceso eficientes. Los vídeos digitales o *personal video recorder* (PVR) serán cada vez más habituales.

- Las guías electrónicas de programación (EPG), cada vez más perfeccionadas, añadirán nuevas y potentes funciones al consumo de televisión.
- El desarrollo de los mecanismos de pago podrá crear diferentes modalidades para que los espectadores paguen en función de los contenidos a los que quieran tener acceso.
- A medio y largo plazo, las programaciones de la televisión tradicional pueden ser desplazadas por los servicios totalmente a la carta (*on demand*).

Respuesta de la BBC: la regulación es necesaria

La respuesta de la BBC a las previsiones optimistas de la Ofcom es especialmente contundente, por lo que merece la pena hacer una mención detallada.⁶ Así, la BBC dice comprender los argumentos teóricos del modelo consumidor-ciudadano propuestos por el regulador, pero advierte de que esta distinción no debe llevarse demasiado lejos por varias razones importantes.

En primer lugar, la BBC observa que todos los servicios audiovisuales tienen el carácter de bien público, sean en tecnología digital o analógica. Desde una perspectiva económica, tienen costes fijos de producción muy elevados y, una vez producidos, el coste marginal para cada nuevo espectador es prácticamente cero. La Corporación pone el ejemplo de la iluminación de la calle o de la defensa nacional, “que comparten el carácter de bien público con el audiovisual”. Para poner un caso concreto, la BBC cita el programa *Blue Planet*, que tuvo un coste en producción de 6 millones de libras (unos 9 millones de euros), pero cuya emisión costaba lo mismo a 250 hogares que a 25 millones. Y el hecho de que un espectador viese este programa no impedía que otros también lo pudiesen ver. Todo esto hace que el audiovisual sea un bien no excluyente (*non-rivalrous*); es decir, su consumo por parte de un individuo no reduce su disponibilidad ante terceros.

El problema, argumenta la BBC, es que, en un contexto en que el mercado determina los precios de los bienes públicos, los precios tienden a ser más elevados y la calidad

más baja. Como es obvio, esta circunstancia desfavorece al consumidor-ciudadano. Por lo tanto, la propuesta de un bien público como el audiovisual distribuido mediante un sistema de pago por visión (*pay-per-view*) es una contradicción que pervertiría el correcto funcionamiento que ha tenido el mercado audiovisual hasta ahora: el consumidor sólo debe pagar individualmente por aquellos bienes y servicios que tienen unos costes marginales elevados (un reloj, una auditoría financiera específica, etc.).

Pero en el sector audiovisual, los costes (fijos) de producción en contenidos de calidad se mantendrán invariables en un contexto digital, del mismo modo que los costes (marginales) de distribución continuarán siendo casi cero para cada nuevo espectador. En consecuencia, la digitalización no cambia el marco ni exige una redefinición de servicio público en el sector audiovisual, puesto que continuará siendo un bien público en los términos económicos utilizados.

Y por lo que respecta a los contenidos, las propias conclusiones de la Ofcom constatan que hay una gran coincidencia entre los tipos de programa que los espectadores valoran personalmente y lo que consideran importante para la sociedad. Además, tal y como reconoce la propia Ofcom, para cumplir con eficacia los propósitos de servicio público, los operadores tienen que conseguir captar una masa crítica de consumidores que vean sus programas y que sean sensibles a su influencia. No tiene demasiado sentido tener un SP que no llegue a amplias capas de la población o que actúe en la periferia del mercado: no podría cumplir sus ambiciosos propósitos públicos. Uno de los puntos fuertes de televisiones como la BBC e ITV es su capacidad de captar grandes audiencias con programación seria y que invita a la reflexión.

La BBC no acepta la conclusión de la Ofcom de que la digitalización comportará una mejora automática del funcionamiento del mercado que deslegitimará la intervención pública para garantizar la provisión de servicio público. El informe de la Ofcom afirma que el mercado proporcionará de manera progresiva los contenidos que piden los consumidores. A partir de aquí, cree la Ofcom, la ley de la libre competencia será más eficaz que una intervención pública

⁶ La respuesta de la BBC está disponible en: <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/responses/a_c/bbc.pdf>

a gran escala en el mercado audiovisual. La Ofcom basa su argumentación en el hecho de que el final de la escasez del espectro (debido a la digitalización) reducirá las barreras de entrada al mercado y que la tecnología de suscripción y de pago permitirá cobrar por contenidos de televisión, del mismo modo que se paga por otros productos de consumo.

La BBC no discute que, en condiciones de igualdad y transparencia, los mercados competitivos tienden a resultados *económicamente eficientes* para los consumidores.⁷ Sin embargo, a pesar de que el mercado funciona bien a la hora de asignar los bienes privados *normales*, no lo hace en todos los casos. Cuando las condiciones económicas requeridas para un mercado libre no se mantienen, las fuerzas del mercado ya no pueden garantizar un resultado óptimo para los consumidores. La incapacidad de los mercados para funcionar de una manera óptima en determinadas condiciones es lo que justifica una intervención pública firme por motivos de eficiencia y bienestar de los consumidores. Sin esta intervención, existe el peligro real de que los consumidores reciban menos de lo que ellos valoran y lo paguen más caro.

Y el audiovisual es uno de estos sectores en que existe un riesgo efectivo de error del mercado por una serie de razones:

- Las economías de escala aumentan el valor de las inversiones y de sus rendimientos, circunstancia que genera una tendencia a la concentración y al oligopolio privado.
- La radiodifusión comporta la creación de externalidades que no quedan del todo reflejadas en los precios de mercado.
- En un mercado desregulado (o no suficientemente regulado), la falta de información y de garantías hace que la demanda no exija el nivel de calidad que el mercado podría llegar a proporcionar.

A medida que se despliega la migración digital, cada vez está más claro que se mantienen las razones de una quiebra de mercado en el audiovisual del Reino Unido. Esto se

debe sobre todo a la naturaleza económica duradera del audiovisual y a las características estructurales del mercado del Reino Unido. Según la opinión de la BBC, la valoración que hace la Ofcom sobre la evolución del audiovisual en la era digital es incompleta y corre el riesgo de:

- Exagerar el alcance con el que la digitalización bajará las barreras de acceso al mercado. Gracias a la digitalización, se reducirán las condiciones de exclusión, pero en ningún caso se superarán los errores del mercado que requieren una intervención pública.
- Subestimar la medida en que la fragmentación de la audiencia cambia la economía del audiovisual y las implicaciones que esto puede tener para el alcance y la calidad de la programación.
- Ser demasiado optimista sobre la medida en que el crecimiento de la televisión de pago, que representa el aumento de la comercialización del audiovisual, ofrecerá un resultado óptimo para los consumidores.

La BBC declara no estar convencida de que el análisis de la Ofcom sea suficientemente detallado o exhaustivo como para extraer conclusiones con fundamento. El informe económico, por ejemplo, parece tratar cada error del mercado por separado y no presta suficiente atención a las complejas interacciones que se establecen entre ellos. La producción y la distribución audiovisuales tienen lugar en el contexto de múltiples errores del mercado. La estructura altamente concentrada de los mercados audiovisuales, por ejemplo, tiene implicaciones claras para el problema de los bienes públicos.

Un tema clave del marco conceptual de la Ofcom es que las deficiencias actualmente asociadas a la televisión comercial serán mucho menos probables en un entorno financiado por las suscripciones, en el que los consumidores establecerán una relación transaccional directa con el operador. Sin embargo, la sentencia de la BBC al respecto es clara: el análisis de la Ofcom aún tiene mucho camino por recorrer si quiere demostrar que el crecimiento de la

7 La eficiencia económica requiere que se cumplan una serie de condiciones:

- Hay que *producir eficientemente* un determinado bien o servicio, es decir, hay que producir con el coste más bajo posible una cantidad determinada de un bien de una determinada calidad.
- Hay que *utilizar eficientemente* los bienes o servicios: todo aquel que valore un bien o servicio por encima de su coste de suministro tiene que consumir el bien o utilizar el servicio.

televisión de pago proporcionará un resultado óptimo para los consumidores del Reino Unido y una inversión suficiente en una variedad de programación original británica.

Hasta ahora, argumenta la Corporación, las plataformas digitales (sean de TDT o de satélite) no han contribuido de manera sustancial a la producción audiovisual británica, ni han invertido en géneros caros como el drama de alto nivel, los informativos serios y la comedia. El informe de la Ofcom dice claramente que los individuos, como consumidores, valoran muy positivamente estos contenidos y que esperan una dieta equilibrada de diferentes tipos de programas: una proporción elevada de programas producidos en el Reino Unido y una proporción elevada de estrenos. Los datos reiteran que los consumidores valoran las telenovelas, la comedia y el drama británicos muy por encima de sus equivalentes producidos en los EE. UU. Se corre un riesgo evidente de que la fragmentación de las audiencias y de los ingresos en un entorno atomizado exacerbe este problema en vez de subsanarlo.

La realidad de cualquier parte del mundo muestra que la competencia entre los operadores de la televisión de pago es difícil de mantener en todos los mercados, excepto en el mayor, los EE. UU. En la mayoría de países, las plataformas rivales se fusionan o se hunden hasta dejar a un solo operador de televisión de pago. Esta tendencia hacia el monopolio puede dificultar aún más los esfuerzos de inversión en producción propia, ya que la lógica empresarial busca aumentar sus márgenes de beneficio.

Además, los datos indican que la televisión de pago no puede proporcionar niveles de producción local comparables a los que ofrecen los operadores de servicio público. La televisión de pago depende en gran medida del cine de estreno y del deporte para conseguir penetración e ingresos per cápita. En cuanto al cine, la TV de pago es una buena vía (pero no la única) para la amortización de la inversión realizada. De todos modos, los operadores no cubren con las grandes películas los elevados costes fijos de una producción audiovisual ambiciosa. Incluso la cadena HBO, que tantos elogios ha recibido en los EE. UU., sólo emite 80 horas de programación televisiva de producción propia al año.

La mayoría de canales de suscripción del Reino Unido sólo pueden invertir una cantidad modesta en producción propia y dependen mucho de las importaciones a bajo precio y de las reposiciones. La televisión de pago tiene unos costes considerables de prestación y de distribución de los servicios, por lo que hace menguar la proporción de los ingresos que finalmente se destina a la inversión en programas. Así, las televisiones terrestres tradicionales del Reino Unido invierten más del 55% de sus ingresos en contenido original, mientras que el sector de la televisión de pago británica (relativamente desarrollada) sólo invierte en contenido británico original el 3% de sus ingresos (unos 105 millones de libras el año; unos 157,5 millones de euros)⁸. En los EE. UU., el líder de los canales de suscripción, HBO, sólo destina el 10% de sus ingresos brutos a producción de nueva programación televisiva.

Conclusiones: la noción de servicio público queda reforzada

De entrada, es interesante remarcar que tanto la *Communications Act 2003* como toda la documentación de la Ofcom dejan claro que todos los operadores de televisión, independientemente de su titularidad, son un servicio público sujeto a condiciones y regulaciones. La migración digital (*switchover*) modifica importantes aspectos del mercado audiovisual, pero en ningún momento se plantea que el servicio público sea una noción obsoleta. La Ofcom tampoco pretende crear un *islote de servicio público* que restrinja este conjunto de obligaciones a un solo operador de propiedad estatal. Por el contrario, insiste en que tiene que haber multiplicidad de proveedores de servicio público.

Los datos obtenidos de la consulta *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting* muestran que el público está a favor del nivel, la variedad y la financiación actuales en la prestación de servicio público. Esto garantiza que haya altos niveles de producción original del Reino Unido en horas de máxima audiencia y una elevada audiencia en la programación de SP

8 De este porcentaje, hay que excluir las noticias, el deporte y la teletienda.

De todas formas, aunque el mercado televisivo ofrezca toda la programación que los consumidores quieren y están dispuestos a comprar, probablemente no ofrecerá suficientes programas que incorporen un valor para la sociedad en su conjunto. Por ello, el servicio público tendrá una función clave en una sociedad cada vez más compleja, con problemas crecientes de cohesión, que se encuentra en un momento de reformulación de las identidades culturales y en que los procesos democráticos se encuentran bajo presión.

El objetivo del servicio público audiovisual es, de algún modo, comparable con el de la educación: persigue una sociedad informada, tiene que reflejar y fortalecer la identidad cultural, estimular el conocimiento y construir una sociedad más tolerante y solidaria. El medio para hacerlo es una programación innovadora y de calidad.

Pero producir un SP con estos parámetros no es suficiente. El servicio público también tiene que llegar a franjas amplias de la población, ya que sólo así legitima las ayudas públicas que recibe. Esto quiere decir que el servicio público tiene que dialogar con los gustos cambiantes de la audiencia, para que siga siendo masiva y cohesionadora.

A partir de aquí, la Ofcom afirma que definir el servicio público en géneros específicos es un planteamiento estrecho de miras. Por el contrario, debe plantearse en propósitos y características generales. Muchos de los ejemplos de servicio público de los últimos cinco años escapan a la categorización tradicional de géneros y tienen más que ver con la confección de parrillas que atraen a un público masivo y que, al mismo tiempo, transmiten valores de servicio público. Las audiencias masivas, uno de los objetivos legitimadores del SP, se están alejando de los programas especializados en arte y cultura, programas sobre la religión o de análisis de la actualidad. Para la Ofcom, resulta problemático defender que estos programas sin audiencia sean vehículos de servicio público. En consecuencia, se puede decir que **el servicio público audiovisual no es un conjunto de programas concretos, sino una estrategia de programación.**

La regulación, por lo tanto, debe establecer y aplicar un marco más amplio y flexible que mida de una forma más

cualitativa si la programación cumple los requisitos de servicio público. Sería un error mantener las estrechas obligaciones de cuotas de programas por géneros en las diferentes franjas horarias.

En conjunto, la consulta de la Ofcom despertó un amplio consenso en unos puntos determinados:

- La televisión proporciona beneficios importantes tanto para la sociedad en general como para el consumidor individual.

La respuesta de la BBC a la consulta remite al documento *Building Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*⁹. Sobre esta cuestión, afirma: “La radio y la televisión son un bien ciudadano (*civic art*). Son intrínsecamente públicas en ambición y en efecto. Podemos experimentarlas individualmente, pero no es nunca una transacción puramente privada. Poner en marcha una televisión o una radio es entrar en un espacio público y estar constantemente informado e influenciado por la actualidad. Esta experiencia compartida puede representar por ella misma un valor público importante, lo que algunos llaman *capital social*”.

- Los operadores de televisión cumplen sólo de forma parcial los requerimientos de servicio público de la *Communications Act 2003*. Han existido deficiencias importantes en este campo.
- El mercado continuará sin garantizar una programación con valor ciudadano y social.
- Es justificable y sostenible la intervención pública en el mercado audiovisual.
- La BBC debe continuar siendo una institución pública potente que haga de motor de la calidad y del servicio público, mediante un amplio abanico de actividades. Tiene que mantener su financiación basada en el canon (*licence fee*), si bien la próxima *Royal Charter* tiene que incorporar mecanismos de evaluación de los resultados y de la financiación de la Corporación.
- La pluralidad y la competencia comercial en la provisión del servicio público son un factor importante. La idea de que sólo la BBC ofrezca servicio público no es un modelo eficiente.

9 BBC (2004). *Building Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*
<http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bbc_bpv.pdf>

- Es necesaria una mayor descentralización de la producción audiovisual respecto de Londres, mediante una política de impulso para una producción en las regiones y las naciones del Reino Unido. El pluralismo también tiene una vertiente territorial.
- Un aspecto fundamental del pluralismo reside en una producción independiente de contenidos. Así, un sector de producción fuerte, con una gran diversidad de agentes y proveedores, es una fuente de competencia creativa que fortalece la pluralidad de puntos de vista.
- Es necesario garantizar un *entorno saludable* para los menores en horario protegido. De todas formas, los programas de la tarde (incluidas las teleseries) tienen un rol social importante en cuanto al tratamiento de cuestiones complejas y controvertidas.
- La tecnología digital ha comportado cambios importantes y permanentes para la industria audiovisual, y esta situación se acentuará en el futuro. La Ofcom tendrá que plantear nuevas formas de mantenimiento y fortalecimiento del servicio público a largo plazo. En este sentido, se plantea la creación de un Editor de Servicio Público (ESP) concebido como una plataforma multimedia de producción y distribución de contenidos digitales (TDT, televisión interactiva, banda ancha, TV por móvil, y todas las modalidades que puedan surgir en el futuro).
- La ampliación de la financiación pública más allá del canon (*licence fee*) y otras formas de ayuda directa o indirecta. En caso afirmativo, tampoco había consenso respecto a la forma que tendría que adoptar esta financiación pública adicional.
- Criterios para una distribución eficiente y equitativa de la financiación pública.
- ¿Cómo se debe equilibrar la exigencia de servicio público entre los operadores sin ánimo de lucro y los operadores comerciales? ¿Cuál es el futuro de Channel 4?

De todos modos, la consulta de la Ofcom generó puntos de desacuerdo entre los participantes:

- La forma de incorporar las nuevas características del servicio público en un marco regulador aplicable.
- Los criterios para medir el alcance y el impacto del servicio público.
- La capacidad de los operadores comerciales de seguir ofreciendo servicio público en los próximos 5 años y, sobre todo, después del apagón analógico de 2012.
- La mejor estrategia para garantizar la pluralidad: ¿promover la diversidad en la producción propia, en la externalización a productoras independientes o favoreciendo la existencia de muchos operadores?

Bibliografía y referencias

BBC (2004). *Building Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*

Documento de 135 páginas disponible en:

<http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bbc_bpv.pdf>

BBC (2004). *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting. A BBC Response*

Documento de 48 páginas disponible en:

<http://www.ofcom.co.uk/consult/condocs/psb/responses/a_c/bbc.pdf>

Communications Act 2003

<<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>>

Ofcom

Fase I

Ofcom (2004). *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting. Phase I – Is Television Special?*

Documento de 84 páginas disponible en:

<<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/psb.pdf>>

Fase II

Ofcom (2004). *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting. Phase II – Meeting the Digital Challenge*

Documento de 139 páginas disponible en:

<http://www.ofcom.co.uk/consult/condocs/psb2/psb2/psb_phase2.pdf>

Fase III

Ofcom (2005). *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting. Phase III – Competition for quality*

Documento de 113 páginas disponible en:

<<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb3/psb3.pdf>>

La televisión local en Cataluña: un modelo en profunda transformación¹

Josep Àngel Guimerà

- *La forma en que se ha entendido la televisión local (TVL) en Cataluña ha evolucionado profundamente a lo largo de los más de veinticinco años de historia de este medio y ha dado lugar a concepciones muy diversas. También han cambiado los modelos de emisora que se han propuesto como referentes. Las modificaciones atienden tanto a la transformación que ha vivido la propia TVL como a las propuestas que se han hecho desde las políticas y, también, a la conceptualización realizada desde la investigación catalana. Este artículo recoge esta evolución y hace una aproximación interpretativa que muestra cuáles son los cambios ocurridos y los factores que los generan.*

Palabras clave

Televisión local, Cataluña, concepto, modelo, emisora, evolución

Introducción: la constante (re)definición del modelo de televisión local en Cataluña

La implantación de la televisión digital terrestre (TDT) en Cataluña ha comportado el pleno reconocimiento legal de las televisiones locales (TVL) del Principado. Este medio nace a principios de los ochenta y desde entonces se desarrolla sin un marco jurídico completo hasta 2005 (Garriga, 1985; Prado y Moragas, 1991; OCL, 2005).

Pero la TDT también ha comportado la implantación de un modelo de TVL muy concreto. Desde las políticas de los gobiernos estatal y catalán se ha apostado por una televisión de naturaleza empresarial bien dotada profesional y económicamente, capaz de competir en el mercado audiovisual en el caso de las privadas y de prestar un servicio público de calidad en las públicas y, especialmente, con capacidad para estimular la industria audiovisual catalana.

No obstante, este modelo no es el único que se ha propuesto en los más de veinticinco años de historia de la televisión local catalana. De hecho, se han formulado y han convivido una serie de modelos muy variados e incluso contradictorios entre sí. Así, lo que se quiere implantar con la TDT es diametralmente opuesto a lo que es hegemónico en su nacimiento y primer desarrollo: una TVL de cariz popular, amateur y que aspiraba a democratizar la comunicación (Guimerà, 2006).

Josep Àngel Guimerà

Profesor del departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación y miembro del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona

¹ Este artículo se basa en la investigación realizada por el autor en la elaboración de su tesis doctoral, titulada *La televisió local a Catalunya (1976-2005): gestació, naixement i transformacions* y leída en noviembre de 2006 en el Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. El autor quiere agradecer a la profesora Maria Corominas tanto su labor en la dirección de la tesis como los comentarios y sugerencias sobre este artículo.

Las claves para entender los cambios en los modelos de TVL hegemónicos en Cataluña durante todos estos años son, fundamentalmente, cuatro. En primer lugar, la falta de un marco legal plenamente desarrollado que marcara con claridad qué era televisión local y qué no lo era hasta la llegada de la TDT. En segundo lugar, los cambios de criterio de los gobiernos español y catalán sobre la TVL. A pesar de la ausencia de una regulación completa, los dos ejecutivos han hecho políticas públicas sobre el sector que han evolucionado de una matriz más cívica y de servicio público a una de tipo industrial y que han afectado al desarrollo del sector. En tercer lugar, la evolución del propio sector, que pasa de manera mayoritaria y progresivamente del cariz popular a una televisión más profesionalista y comercial. Finalmente, la investigación sobre comunicación en Cataluña también hay influido, aportando elementos teóricos que han servido para legitimar (o deslegitimar) a unos modelos u otros.

El modelo comunitario: guía para el nacimiento y primer desarrollo

El primer modelo que se aplica entre las TVL catalanas es el comunitario, que definió a principios de los años ochenta Radiotelevisió Cardedeu (RTVC), la primera experiencia de Cataluña y del Estado que inició, en marzo de 1982, las emisiones periódicas.

El modelo comunitario descansa sobre cinco pilares básicos: la producción propia de contenidos en catalán de matriz informativa y divulgativa; la renuncia al afán de lucro y unos límites estrictos a la financiación por publicidad; un funcionamiento basado en la participación ciudadana; ámbito de cobertura de las emisiones limitado al municipio desde donde se emite; y la gestión por parte de una asociación cultural sin ánimo de lucro o un ayuntamiento (Prado, 1985; Meseguer, Rovira y Vilar, 2005).

La propuesta se fija por escrito en 1983 en un *Acta de definició del grup cardadeuenc*, publicada a raíz de uno de los múltiples intentos de cierre que sufrió a principios de los ochenta (Garriga, 1985). En un contexto político marcado por la negativa del gobierno del Estado a tolerar televisiones privadas comerciales y de persecución de cualquier emisión que no procediera de Radio Televisión Española

(RTVE), RTVC definió un modelo alejado de los proyectos comerciales y próximo al servicio público.

De hecho, el modelo comunitario nace de una concepción muy concreta de lo que tenía que ser la TVL. Estrechamente vinculada a la idea de municipio y a la de barrio en Barcelona, la TVL se relaciona con las nociones de participación ciudadana, democratización de la comunicación y ejercicio de las libertades recientemente recuperadas, sobre todo la de expresión. Se concibe como un medio popular y con unas grandes potencialidades de vertebración del territorio, de creación de identidades colectivas locales y de reconstrucción nacional de Cataluña. Asimismo, hablar de TVL era referirse a medios tecnológicamente poco dotados, pero al alcance de todo el mundo. En este sentido, se entiende como una actividad sociocultural vinculada a la militancia cívica y al ocio.

El modelo comunitario fue el hegemónico hasta finales de los años ochenta por razones diversas (Guimerà, 2006: 97-103). Por una parte, por el éxito de RTVC, que, después de 1983, ya no volvió a ser clausurada y se convirtió en un referente de la época. En palabras de Garriga (2005), uno de sus promotores, se trata del “modelo de éxito”: consigue esquivar todas las limitaciones políticas, técnicas, económicas y humanas, y articula una forma de funcionar sostenible en un entorno claramente hostil y poco acostumbrado a los grandes proyectos. Hay que tener presente que en 1982 sólo había dos TVL más con emisiones periódicas en Cataluña. En 1986 había ya 24, y la mayoría de promotores había pasado por Cardedeu para aprender cómo ponerse en marcha, lo que ilustra el peso de RTVC en el conjunto de aquellos años (Guimerà, 2006: 271).

Por otra parte, el modelo se convirtió en hegemónico porque la televisión comunitaria era la única “televisión local posible” a principios de los años ochenta (Guimerà, 2006: 68 y sig.). Es decir, se trataba del único modelo aplicable entre los distintos que ya se habían propuesto en aquellos años.

Primero, porque la hostilidad de los sucesivos gobiernos centrales a principios de los años ochenta, tanto de la UCD como del PSOE, hacia las iniciativas privadas con afán de lucro hizo que los promotores de TVL de esta naturaleza (como Anoia TV en 1981) desistiesen al existir un entorno jurídico y político que no les garantizaba el desarrollo del negocio. Otros proyectos públicos que proponían emisoras

profesionales tampoco salieron adelante, como uno comarcal impulsado por ayuntamientos del Baix Llobregat también en 1981 (Garriga, 1985).

Después, a partir de 1983, la hegemonía se puede explicar por el paso a una “tolerancia política condicionada” (Guimerà, 2006). Aquel año, después de un cierre que afectó a las 12 TVL catalanas entonces en funcionamiento (salvo la comercial TV Lloret, todas de perfil comunitario), los promotores de RTVC y de la municipal TV Vallirana (nacida el mismo 1983 y que entonces era comunitaria) negociaron con el Gobierno central la tolerancia de sus emisiones, que éste aceptó. De las conversaciones salieron las condiciones para no ser clausuradas: no tener afán de lucro; emisiones limitadas al municipio; no interferir con las televisiones públicas estatal y catalana y no darse a conocer fuera del municipio². En cierto modo, Cardedeu y Vallirana se convierten en el paradigma de las emisoras toleradas y, por lo tanto, se ratifica que sólo se tolera el perfil comunitario (Guimerà, 2006).

El nacimiento de la Federación Pro Legalización de las Televisiones Locales de Cataluña (FPLTVLC) en 1985 también explica la centralidad del modelo propuesto desde Cardedeu. Aparecida a raíz de una propuesta de RTVC, asume como propio el modelo comunitario y se convierte en interlocutor de los gobiernos central y catalán de una treintena de emisoras y proyectos de TVL. Además, los defiende de los cierres administrativos que, en menor medida, aún se dan a lo largo de los años ochenta. De hecho, entre las TVL de los años ochenta existía la convicción de que, si se integraban en la Federación y declaraban seguir el modelo comunitario, el Gobierno no actuaría en su contra. Es entonces cuando algunas emisoras se definen como comunitarias, para ser *tolerables* y desde aquí desarrollar otros proyectos (Meseguer, Rovira y Vilar, 2005; Vilar, 2006).

Además, este modelo contaba con el visto bueno político de la Diputación de Barcelona, que desde el primer momento apoyó a la Federación (FPLTVLC, 1986). Finalmente, también recibió el apoyo de la investigación universitaria catalana sobre comunicación. En los años ochenta, los estudios sobre TVL avalaban la concepción democratiza-

dora que proponía, e incluso afirmaban que la televisión comunitaria era la más legítima o la única que daba sentido a la existencia de TVL (Prado, 1985; Carreras, 1987).

Los modelos profesionalistas: camino de la consolidación de la TVL catalana

Desde finales de los años ochenta, la concepción dominante sobre qué debe ser la televisión local cambia. A partir de entonces, y de forma creciente, se entiende más como una cuestión profesional que como un fenómeno sociocultural de matriz amateur. Debe tener una calidad homologable a emisoras de alcance superior y ha de ofrecer contenidos de interés para la audiencia y bien elaborados por profesionales, sin margen para la improvisación y buscando el compromiso constante de los recursos humanos.

Partiendo de esta premisa, cada vez más promotores tomarán decisiones encaminadas a hacer esta TVL. Uno de los primeros objetivos es mejorar su financiación, lo que se consigue por dos vías principales. La primera, mediante la inclusión creciente de publicidad y la ampliación de la cobertura para abarcar más audiencia y anunciantes potenciales. La segunda, combinada en algunos casos con la anterior, buscando el apoyo financiero del ayuntamiento y, en algún caso, la cesión de la titularidad al consistorio.

Con los nuevos recursos se contrata a profesionales para no depender excesivamente del voluntariado, aunque en muchos casos asegure la viabilidad de la TVL. Asimismo, se tiende a eliminar el funcionamiento asambleario propio del modelo comunitario y se jerarquiza la toma de decisiones. También cambia la manera de concebir la programación, y se quiere reducir la improvisación que se asocia al funcionamiento amateur: los responsables delimitan la línea editorial que debe seguirse. En este sentido, la investigación universitaria avala la profesionalización que se produce a principios de los años noventa y señala que una dependencia excesiva del voluntariado puede hacer peligrar su continuidad (Prado y Moragas, 1991).

La nueva forma de entender la TVL se traduce en una

2 Las condiciones impuestas deben entenderse en un contexto en el que el Gobierno central se resistía a regular la televisión privada y los promotores de emisoras estatales con vocación comercial utilizaban las TVL para presionar al ejecutivo y reabrir el debate político y mediático (Fernández y Santana, 2000: 313-320).

rápida pérdida de influencia del modelo comunitario y en la articulación de dos nuevos modelos. Por una parte, el modelo de servicio público profesional, formulado por la Federación Pro Legalización de las Televisiones Locales de Cataluña, propone una sola televisión por municipio vinculada al ayuntamiento, que sería propietario de la frecuencia de la TVL y la financiaría a través de un patronato que, a su vez, cedería la explotación a una entidad sin ánimo de lucro. La TVL tendría que prestar un servicio público de calidad basado en la producción propia local elaborada por profesionales. Asimismo, se admitiría publicidad para facilitar la viabilidad y no sobrecargar las finanzas municipales, mientras que el ayuntamiento sería la garantía para no depender de los intereses comerciales (VV.AA., 1988; FPLTVLC, 1987 y 1994).

Por otra parte, lo que hemos denominado modelo profesionalista y de país (Guimerà, 2006), formulado por la Federación Catalana de Televisión Local (FCTVL), surgida en 1992 de una escisión de la FPLTVLC, propone emisoras privadas (sin descartar la existencia de las públicas)³, profesionalizadas que, desde el arraigo local, presten un servicio público nacional: emitir en catalán para aumentar la oferta en esta lengua. Este planteamiento responde a la inquietud de un grupo de promotores ante la llegada de las emisoras privadas estatales (Tele-5, Antena 3 y Canal+) a principios de los años noventa y la desproporción generada entre la televisión en castellano y en catalán (FCTVL, 1992; Cumeres, 2006).

Los factores que explican el paso del modelo comunitario a los dos profesionalistas son de diversa índole. Por un lado, una parte de los promotores que intentan aplicar el modelo comunitario lo consideran inviable. De hecho, la consolidación de las emisoras se conseguía mejorando la economía con recursos públicos (base del modelo profesional de servicio público) y/o con publicidad (base del modelo profesional y de país), con los que financiar la profesionalización (auténtico pilar de los dos nuevos modelos televisivos). Por otro lado, porque un grupo de televisiones que afirmaban ser comunitarias para ser toleradas y que ya se habían profesionalizado y comercializado apuestan

abiertamente por esta vía (TV Sabadell, TV Lloret). Debe señalarse, por lo tanto, un *uso táctico* del modelo comunitario durante los primeros años de la TVL, tal y como pone de manifiesto la evolución de la FPLTVLC o la escisión que da lugar a la FCTVL. Hasta los propios promotores del modelo reconocían su inviabilidad y carácter táctico (FPLTVLC, 1987; Vilar, 2006).

En tercer lugar, entre finales de los años ochenta y principios de los noventa se produce una profunda reordenación del sector. Entre 1987 y 1992 nacen 45 nuevas emisoras de TVL y se cierran 10. De las nuevas, mayoritariamente privadas, la mayoría apuesta por la profesionalización y la publicidad para consolidarse. De las que cierran, la mayoría no había querido o podido optar por esta vía. El resultado es que las televisiones comunitarias ya eran minoritarias en 1992 (Guimerà, 2006). Este contexto explica la aparición y el reforzamiento de las propuestas profesionalistas a partir de finales de los años ochenta.

Finalmente, el momento político también influyó en los cambios. Entre 1988 y 1995, varios proyectos de regulación del Gobierno central y de la Generalitat abrieron el debate sobre el modelo que había que legalizar. Así, los operadores tuvieron que defender lo que querían para evitar quedarse fuera. Desde esta perspectiva, por tanto, la formulación de modelos no deja de ser una lucha por la supervivencia (Guimerà, 2006).

La pluralidad de modelos: un sector ecléctico en busca de la plena regulación

A partir de 1995, los dos modelos hegemónicos hasta entonces dan paso a una serie de ideales, aunque ninguno consigue convertirse en hegemónico. Así, se propone uno municipal de cobertura local; uno de emisoras de titularidad mixta supramunicipales (derivado del modelo profesional de servicio público); y varios modelos de televisión privada de alcance comarcal o supracomarcal (surgidos de las entidades que proponían el profesional y de país a principios de los noventa) (Guimerà, 2006: 190-192).

3 Estos promotores gestionaban emisoras privadas. Precisamente, uno de los motivos de la escisión de la FPLTVLC fue que defendía televisiones vinculadas a los ayuntamientos, un modelo que estos promotores rechazaban (FCTVL, 1992).

A pesar de la aparente diversidad, todos los modelos tienen en común querer ser viables económicamente y, en el caso de los privados, el afán de lucro. Estos modelos son más pragmáticos y menos ideológicos que sus precedentes: ahora domina una lógica preocupada por la viabilidad financiera combinada con una tendencia a homologarse formalmente a las televisiones de alcance superior. Ahora, palabras como *acceso* o *participación ciudadana* ya no aparecen en los discursos.

Hay tres elementos que pueden explicar el surgimiento de estas propuestas comenzando por una (distinta) reordenación de la estructura del sector. De las 66 emisoras existentes en 1997, 35 habían nacido en los últimos cinco años. Al mismo tiempo, de las 61 que emitían en Cataluña en 1992, 30 habían cerrado en el mismo quinquenio. De hecho, el sector presenta problemas históricos de consolidación, especialmente por parte de las privadas. Hay que tener presente que entre 1982 y 1997 dejaron de emitir en Cataluña 45 de las 111 televisiones que se han documentado con emisiones periódicas en estos 15 años (un 40% del total) (Guimerà, 2006: 152-156 y 272). Esto sugiere que se trata de modelos surgidos después de años de funcionamiento, de ensayos y de errores.

En segundo lugar, crecen los promotores, públicos y privados, que aplican criterios empresariales, sobre todo porque esto es lo que hace la mayoría de las nuevas TVL del periodo 1992-1997. La pérdida de fuerza de las TVL amateurs y de raíz popular (la mayoría de las 45 que desaparecen entre 1982 y 1997) ayuda a entender unos planteamientos alejados de las propuestas pioneras.

Para terminar, hay que tener presente que estos modelos se presentan, como en los casos anteriores, en un momento de intenso debate político sobre la regulación de las TVL. Al final de la que sería la última legislatura de gobierno del PSOE en Madrid, el Congreso de los Diputados aprobó la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Regulación de las Televisiones Locales por Ondas Terrestres (BOE 309, de 27 de diciembre de 1995) a partir de un proyecto presentado por el gobierno del PSOE y con modificaciones de CiU, PNV y EU-ICV, aliados de un ejecutivo en minoría. La ley permitía la existencia de una televisión municipal y cada municipio; y dejaba la puerta abierta a la creación de una segunda emisora privada, después de que el proyecto original del Gobierno sólo contemplara la pública.

Sin embargo, en 1996 ganó las elecciones estatales el Partido Popular, que había votado en contra de la Ley. El nuevo ejecutivo no la desplegaría del todo hasta el año 2004, ya en el contexto de implantación de la TDT (OCL, 2005). En este contexto, desde 1997 el Gobierno de la Generalitat, en manos de CiU y socio parlamentario del gobierno minoritario del PP en Madrid, negoció varias veces la modificación de la Ley para poder aplicarla. Entonces, el Gobierno catalán insistió en que apoyaría sólo aquellas iniciativas privadas que presentasen un proyecto empresarial solvente y económicamente viable, lo que ayuda a entender la naturaleza de los modelos adoptados (Guimerà, 2006: 179-182).

El modelo definitivo: planteamiento empresarial y proximidad

Desde el año 2000, la concepción empresarial, profesionalista y comercial se ha acentuado, y hablar de TVL es referirse a un medio con coberturas cada vez mayores para poder ampliar la audiencia y, así, asegurar la viabilidad. La TVL se entiende como una actividad que forma parte de un mercado audiovisual en el cual estas emisoras se sirven de los contenidos arraigados al territorio como marca que les permite diferenciarse y competir.

Es en este contexto que se empieza a diseñar la implantación de la TDT en el Estado y en Cataluña. A través de varias modificaciones de la Ley 41/1995 en los años 2002 y 2003, y con la aprobación de un Plan Técnico Nacional de Frecuencias de la TDT a mediados de 2004, el Gobierno central del PP elaboró el mapa básico de la TVL digital en Cataluña. El plan dividía el Principado en 20 demarcaciones que agrupaban comarcas y agrupaciones de comarcas; asignaba un canal múltiple a cada demarcación con capacidad para cuatro programas (uno de los cuales podía ser público a criterio de las comunidades autónomas); y obligaba a las TVL a emitir un mínimo de cuatro horas de programación original. En el caso de que se crease una televisión pública, todos los ayuntamientos incluidos en una demarcación tenían que ponerse de acuerdo para gestionarla. En invierno de 2004, después de un cambio de gobierno, el nuevo ejecutivo socialista modificaba el plan técnico y Cataluña pasaba a tener 21 demarcaciones, tres

de las cuales tenían dos múltiplex. En 2005, ampliaba a dos el máximo de públicas por múltiplex. De este modo, el diseño hecho desde Madrid ya determina el modelo.

Ahora bien, la opción por la tecnología TDT también conlleva unos costes elevados de transmisión que lo delimitan aún más. En 2005 se difundieron los precios del operador dominante en Cataluña, Abertis Telecom, que iban de los poco más de 170.000 a los más de 1,7 millones de euros (*El Periódico de Catalunya*, 7 de octubre de 2005, pág. 40). Aunque los precios definitivos están por determinar, las magnitudes apuntadas dificultan un planteamiento amateur y exigen una estructura económica solvente. Desde esta perspectiva, se entiende que la comarca es la unidad mínima que permite la viabilidad y se rompe la relación entre municipio y emisora existente en el nacimiento de la TVL⁴.

Ante la opción tecnológica por la TDT y el diseño hecho desde Madrid, la diversidad de referentes de la segunda mitad de los años noventa da paso a un cierto consenso entre la mayoría de los operadores y los organismos catalanes con competencia en políticas de comunicación (Gobierno y Consejo del Audiovisual de Cataluña, con competencias en ordenación del sistema audiovisual desde el año 2000), que recibe el nombre de “televisión local de proximidad”. Este modelo, coherente con los condicionantes tecnológicos y la concepción industrial dominante en el momento, determina un operador profesional y con planteamiento empresarial —lo que han defendido las principales asociaciones desde finales de los años ochenta— y ya no discute la titularidad, que viene marcada por ley (Guimerà, 2006).

Ahora, la clave son los contenidos: la programación debe estar arraigada al territorio y centrada en la comunidad a la que se dirige (es decir, de proximidad), aunque el referente

ya no es el municipio, sino la demarcación comarcal o supracomarcal. En el caso de las televisiones públicas, el Gobierno otorga a los ayuntamientos la obligación de ofrecer esta programación⁵. En el caso de las privadas, el pliego de cláusulas del concurso de concesiones situaba de manera clara a los contenidos como elemento clave⁶. La Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de Comunicación Audiovisual de Cataluña (DOGC 4543, de 3 de enero de 2006), promulgada después de la apertura de los concursos, profundiza en esta concepción, hasta el punto de que siempre habla de “televisión local o de proximidad” como sinónimos.

En estos aspectos, el concepto es deudor de aportaciones académicas sobre la televisión de proximidad, noción introducida en Cataluña a finales de los años noventa y aplicada por primera vez a la TVL por Prado y Moragas (2002). La influencia no se queda aquí, ya que el Gobierno, a la hora de diseñar los pliegos de cláusulas del concurso para la TDT local, consultó a varios investigadores catalanes que habían estudiado la *televisión de proximidad* tanto privada como pública (Ramentol, 2006: 28).

Las razones que explican la hegemonía del modelo de proximidad son de naturaleza muy diversa. En primer lugar, los elementos económicos y empresariales vienen determinados por la tecnología TDT. En segundo lugar, existe un consenso entre las entidades representativas del sector, el Gobierno y el CAC para entender que las televisiones tienen que potenciar la industria audiovisual catalana. Desde el año 2000, el Gobierno ha entendido que las TVL forman parte de un engranaje que comprende la televisión nacional (pública y privada) y la producción audiovisual, que se ha convertido en económicamente estratégica para el país (CAC, 2006; Madí, 2007; Marín, 2007).

Asimismo, la voluntad del Gobierno de estimular la indus-

4 El diseño de base comarcal de las demarcaciones recibió críticas por cómo había dividido el país, tanto desde el sector como desde el Gobierno catalán. En cambio, en muy pocas ocasiones, por no decir nunca, se criticó con la misma contundencia que la unidad mínima fuese la comarca (Guimerà, 2006: 248 y sig.).

5 RESOLUCIÓN PRE/2804/2005, de 27 de septiembre, por la que se da publicidad al Acuerdo del Gobierno de 20 de septiembre de 2005, por el que se establece el procedimiento de concesión de programas de televisión digital local en los municipios de Cataluña incluidos en las demarcaciones que establece el Plan Técnico Nacional vigente de la televisión digital local y el régimen jurídico de éstas (DOGC 4482, de 4 de octubre de 2005).

6 Gobierno de la Generalitat de Cataluña (2005): *Plec de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques del contracte de gestió de servei públic de televisió digital local*. Barcelona: Generalitat de Cataluña.

tria del país pasa por primar a los operadores catalanes, lo que se pretende conseguir con la vinculación al territorio. Así, se concibió su diseño con la intención de conseguir que el mayor número posible de televisiones analógicas pudiesen transitar a la TDT y, al mismo tiempo, evitar que se implantasen redes de alcance español que habían aterrizado en Cataluña a principios del año 2000 (Localia TV; Urbe TV, de Vocento) (*Antena Local*, n.º 42, pág. 10; n.º 44, pág. 7).

A su vez, el sector ha visto crecer el número de emisoras hasta llegar a las 120 en 2004, siendo dos terceras partes de éstas privadas y, la inmensa mayoría, profesionalistas. Los motores de este crecimiento han sido, fundamentalmente, empresas provenientes de otros sectores de la industria comunicativa (prensa, radio) y de todas las dimensiones (local y comarcal, nacional, estatal) con clara vocación industrial. Así pues, el discurso mayoritario dentro del sector es el empresarial del sector privado, al que debe sumarse el profesionalista defendido por un número cada vez mayor de ayuntamientos catalanes con emisora (OCL, 2005).

Un modelo excluyente: televisiones históricas y conceptos alternativos

Con la implantación de la TDT local, la completa profesionalización e industrialización del sector es casi inevitable: con unas inversiones económicas y unos presupuestos de funcionamiento elevados derivados de las exigencias tecnológicas y del modelo trazado de emisora digital, el nuevo sistema de transmisión puede comportar la desaparición de la TVL popular y amateur.

Este impacto sobre la realidad en funcionamiento en Cataluña ya se notó en el concurso de concesiones de televisiones privadas. A pesar de que el modelo estaba pensado para permitir la transición del mayor número posible de TVL en funcionamiento, un grupo de ocho televisiones que en 2004 (un año antes de la convocatoria) estaban emitiendo, no se presentó. Sus promotores consideraban que la TDT no les permitía desarrollar su modelo: de cariz popular,

amateur, cobertura municipal y con un perfil más próximo al comunitario. Entre estas emisoras está la pionera RTV Cardedeu y Vilassar TV, con más de 20 años de emisiones.

Estas televisiones se han unido a la Federación Catalana de Televisiones Locales Históricas y han pedido al Gobierno y al CAC que les ayuden a seguir emitiendo apelando al capítulo VI de la Ley 22/2005, que contempla el derecho a la existencia de medios audiovisuales sin afán de lucro y de proximidad⁷. Así, en el momento de plena profesionalización y comercialización de las televisiones locales, se vuelven a oír voces que reclaman la vigencia de planteamientos próximos a los primigenios.

Conclusiones: entre el concepto, los modelos y la praxis

La televisión local catalana ha tenido, en sus veinticinco años de historia, cuatro grandes modelos hegemónicos: el comunitario, hasta finales de los años ochenta; el profesional de servicio público y el profesional y de país, a lo largo de los años noventa; y el de televisión de proximidad, a partir de 2000. Las diferencias que se pueden observar fácilmente entre el punto de partida y de llegada en la evolución de los modelos a lo largo de estos años evidencian la gran profundidad del cambio vivido. De hecho, el modelo sobre el cual se regula el sector es diametralmente opuesto al que se diseñó en el nacimiento y la extensión de la TVL en torno a la experiencia de RTV Cardedeu.

Sobre la naturaleza de la transformación, todos los indicios y evidencias recogidos apuntan a que la relación entre el concepto de televisión local, los modelos que se definen y la praxis de las emisoras no es lineal ni determinista, sino que muestra un carácter que hemos denominado *circular*: los tres mantienen un diálogo y se influyen mutuamente.

Encontramos un primer ejemplo en el abandono progresivo del referente comunitario: la actividad cotidiana pone de manifiesto que, aplicado en sentido estricto tal y como se había propuesto, era muy difícil de sostener. De esta constatación nacen los elementos que caracterizarán a los dos

⁷ A esta vía también podría acogerse la Asamblea de la Comunicación Social (ACS), un conjunto de colectivos que intentan poner en marcha una televisión comunitaria en Barcelona desde principios de del 2000.

modelos profesionalistas que lo sucederán a principios de los años noventa: contratación de personal, inclusión creciente de publicidad y/o financiación municipal estable. A su vez, estos ingredientes son los que guían la transformación de las TVL ya desde mediados de los años ochenta, lo que da lugar a una concepción cada vez más profesionalista y tendente a la comercialización. Además, las televisiones que desaparecen a lo largo de los años son las que no quieren o no pueden superar el estadio amateur, cosa que aún resta más fuerza a este tipo de emisoras.

El modelo de proximidad y la implantación de la TDT son un caso en sentido opuesto: la definición de un ideal profesionalista y de matriz industrial desde las políticas públicas (y con el consenso de la mayoría del sector) determina qué tipo de emisora puede migrar o no a la TDT. Es desde esta lógica que se explica la negativa de la pionera RTV Cardedeu a concursar, junto con siete emisoras privadas más de matriz voluntarista. Así, a pesar de que el modelo recoge en cierto modo la evolución vivida por las TVL y la forma de entenderla por parte de sus operadores, deja fuera a otros modelos existentes.

Es desde esta perspectiva circular que se puede observar cómo los modelos de emisora se proponen siempre en contextos de posible reconocimiento o tolerancia legal y de regulación de la TVL, en un sector que se ha desarrollado durante veinticinco años sin un marco legal completo. En este sentido deben entenderse desde el modelo comunitario hasta el de proximidad pasando por los profesionalistas de los años noventa, ya que forman parte del discurso legitimador y de defensa de unas emisoras determinadas que buscan influir en las políticas para no quedar fuera de la ley (y del sector). En este punto, el papel de la investigación avalando (o no) a los distintos modelos ha jugado un papel clave en los discursos, hasta el punto de que no se puede entender la evolución descrita sin su concurso.

Así, en este sentido las preocupaciones de los operadores en cada momento del desarrollo de la TVL, combinados con los intereses de las políticas públicas sobre el sector (no siempre coincidentes con los anteriores), son el motor de la profunda transformación del concepto y modelos de emisora que se dan en Cataluña desde el nacimiento del fenómeno hasta la implantación de la TDT.

Bibliografia

CAC [En línia] (2006): *Informe en relació amb l'oferta tècnica continguda al sobre B presentada pels licitadors en el procés d'adjudicació de la concessió en règim de gestió indirecta per particulars per a l'explotació del servei públic de televisió digital local (expedient 11/A/2006) emès d'acord amb el que disposa la lletra c de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (LCAC)*. Barcelona: CAC.

CARRERAS, LL. DE (1987): *La ràdio i la televisió a Catalunya, avui*. Barcelona: Pòrtic.

V.A. (1988b): "Comunicado final del seminario", en: VV.AA.: *La TV local de servei públic L'univers de les TV locals a Catalunya*, Barcelona: Diputació de Barcelona

CUMERES, M. (2005). Entrevista personal. Taradell, 18 de novembre.

FCTVL (1992): *Comunicado de prensa*. Sabadell: FCTVL

FPLTVLC (1986): *Televisions locals a Catalunya*. Sabadell: FPTVLC. [Texto mecanografiado]

FPLTVLC (1987): *Televisions locals a Catalunya*. Barcelona: FPLTVLC. [Texto mecanografiado]

FPLTVLC (1994): *10 anys Federació TV locals de Catalunya. Dossier de Premsa*. Cardedeu: FPTVLC. [Folleto]

GARRIGA, A. M. (1985): "L'experiència de la televisió en l'àmbit meso-comunicatiu. (Bases per a una televisió local a Espanya)", en VV.AA.: *Primeres Jornades sobre Meso-Comunicació a Catalunya*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, pág. 49-80.

GARRIGA, A. M. (2005). Entrevista personal. Esplugues de Llobregat, 17 de agost.

GUIMERÀ I ORTS, J. À. (2006): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions*. Bellaterra: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la

Universitat Autònoma de Barcelona. [Tesis doctoral].

MADÍ, D. (2007): Entrevista personal. Barcelona, 10 de enero.

MARÍN, E. (2007): Entrevista personal. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), de enero.

MESSEGUER, M.; ROVIRA, D.; VILAR, J. (2005): *Més de mil dilluns. 25è aniversari televisió a Cardedeu*. Cardedeu: Ràdio Televisió Cardedeu.

OCL (2005): "La comunicació local", en Corominas, Maria y Miquel de Moragas y Josep Àngel Guimerà (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*; Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València; Servicio de Publicaciones de la Universidad Autònoma de Barcelona; Publicaciones de la Universidad Jaume I; Universidad Pompeu Fabra; Universidad de Valencia. Servei de Publicacions, pág. 211-230.

PRADO, E. (1985): "Televisión comunitaria en Catalunya", en: *Telos*, n.º 2, abril-junio, Madrid, Fundesco, pág. 53-58.

PRADO, E.; MORAGAS, M. DE (1991): *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Colegio de Periodistas de Cataluña/Diputación de Barcelona.

PRADO, E.; MORAGAS, M. DE (2002): *La televisió local a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. Barcelona: CAC. [Quaderns del CAC. Número extraordinari]

RAMENTOL, S. (2006): "Conferència: El nou escenari de la televisió local". A: D.A., *Cap a un nou model de mitjans audiovisuals locals*, Barcelona, Generalitat de Catalunya – Agència Catalana de Notícies, pp. 23-41.

VILAR, J. (2006): Entrevista personal. Sant Joan Despí, 7 de febrero.

Crítica de libros

Guión audiovisual

ARANDA, D.; DE FELIPE, F.

1a ed. Barcelona:Editorial UOC, 2006. ISBN 84-9788-506-6
por Ferran Lalueza Bosch, profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

En el número de 22 de esta misma revista, haciendo la reseña de un libro de la profesora Martine Joly (*La interpretación de la imagen. Entre memoria, estereotipo y seducción*), Fernando de Felipe constataba que “son multitud los títulos que hablan de cómo hacer guiones para cine y televisión”. Pues bien, uno de los últimos títulos editados dentro de esta multitud es precisamente obra del propio De Felipe, en este caso en colaboración con Daniel Aranda: el libro *Guión audiovisual*.

Dentro de un contexto, en efecto, de cierta saturación, no es fácil hacer aportaciones originales que resulten verdaderamente valiosas. A pesar de esto, De Felipe y Aranda consiguen dotar a esta obra de una serie de características suficientemente diferenciadoras y efectivas como para hacerla destacar dentro del cúmulo de manuales para guionistas y aspirantes a serlo que tenemos a nuestro alcance, algo que resulta bastante meritorio.

La primera de estas características es una reconocida voluntad desacralizadora. Frente a la tendencia de muchos teóricos a *inflacionar* la trascendencia de su objeto de estudio, Aranda y De Felipe atribuyen al guión un rol meramente instrumental. El guión es una pieza más (una pieza clave, si se quiere) en el proceso que comporta la creación de un producto audiovisual. No tiene vida propia, es una obra efímera que pierde su sentido justo en el momento en que se cierra el rodaje. Siguiendo la sugeridora metáfora de Carrière, un guión es como la piel seca que la oruga deja atrás cuando se transforma en mariposa.

Esta concepción tan poco idealizadora del oficio (la expe-

riencia de De Felipe en el ramo puede tener algo a ver) comporta que el guionista sea percibido como un profesional desprovisto de ínfulas de autoría. Siempre que los “caprichosos imperativos de producción” lo requieran, tendrá que dar muestras de su flexibilidad y de su capacidad de adaptación. Ser capaz de encajar cambios radicales, de improvisar in situ (ya sea en el plató o en la sala de edición) y de evitar cualquier tentación de vanidad creativa devienen competencias profesionales imprescindibles. E incluso el mito de la originalidad se desmenuza a conciencia, con la ayuda —eso sí— de teóricos como Rohmer que, no por casualidad, es a la vez un reconocido director y guionista cinematográfico.

La segunda característica que hace interesante al libro es su polivalencia. Las aportaciones que hace son tan válidas para las obras de ficción del cine y la televisión como para la publicidad audiovisual, los videoclips o incluso los videojuegos y otros soportes interactivos. Cabe decir que la mayor parte de los ejemplos propuestos y de las numerosas citas que salpican sus páginas provienen ciertamente del mundo del cine. A pesar de ello, los autores evidencian un esfuerzo permanente de abstracción encaminado a garantizar que sus consideraciones y recomendaciones tengan plena aplicabilidad en cualquier campo de la producción audiovisual, algo que es ciertamente loable.

Una tercera característica destacada de la obra es la vocación didáctica que rezuma cada una de sus 222 páginas. Este rasgo no resulta sorprendente si consideremos que tanto De Felipe como Aranda cuentan con una notable trayectoria docente y que el punto de partida de este libro reside en los materiales didácticos que ambos autores elaboraron como eje vertebrador de una asignatura de la licenciatura de Comunicación Audiovisual a la UOC dedicada, claro está, al guión audiovisual.

Quien se acerque a la obra con espíritu de diletante agradecerá sin duda que no se dé ningún concepto por sabido. Desde los más elementales hasta los más sofisticados, todos los conceptos de la especialidad que se introducen en

el libro son definidos con un lenguaje preciso, riguroso y comprensible. En un terreno donde el confusiónismo terminológico a menudo causa estragos (traducciones de términos poco afortunadas, falta de univocidad, etc.), esta disciplinada tarea encaminada justamente a ordenar, conceptual y léxicamente, el panorama existente constituye uno de los principales valores de la obra.

En este sentido, dedicar el primer capítulo a los principios básicos de la narración audiovisual ya constituye toda una declaración de intenciones. Pero este enfoque eminentemente pedagógico se pone de manifiesto a lo largo de todo el libro y resulta especialmente meritorio en los momentos en que el discurso de los autores toma más impulso y aborda cuestiones como por ejemplo la diferenciación esencial entre verosimilitud y realismo o las tipologías del narrador fílmico.

La exhaustividad es la cuarta característica que hace que la obra se sitúe muy por encima del promedio de los libros dedicados a la materia. De Felipe y Aranda abordan de forma sistemática y con el amor al detalle propio de un entomólogo la práctica totalidad de los aspectos vinculados a la elaboración de un guión audiovisual. Tramas, personajes y dramatización constituyen los tres ejes sobre los cuales se estructuran los capítulos centrales del libro, que aportan un más que notable nivel de profundización en los subtemas que se derivan de cada uno.

El último capítulo, por su parte, se consagra a aspectos esencialmente formales relativos a la presentación de los guiones. Puede parecer un tema menor, un tipo de anticlímax, para utilizar un vocablo nada ajeno al ámbito del que nos ocupamos, pero, tal y como los propios autores reconocen, “la apariencia formal de nuestro guión es tan importante como su estructuración interna o su contenido”, ya que un formato que no sea del todo impecable puede ser todo lo que un productor atareado necesita para rechazar el guión en cuestión. A Aranda y De Felipe, por lo tanto, no se les cae ningún anillo al explicar cómo se tienen que numerar las páginas o qué interlineado es conveniente utilizar, y lo hacen con el mismo rigor y pragmatismo con el que abordan, para poner algunos ejemplos bien distantes, la anagnórisis de Aristóteles o los *patterns* de Biegalski.

Y finalmente, aún encontramos una quinta característica igualmente digna de mención. A diferencia de lo que es habitual en los manuales más convencionales, el libro que

reseñamos evita las fórmulas mágicas y las recetas universales. Los autores reconocen la extraordinaria dificultad técnica y creativa que comporta la escritura de un guión audiovisual y aportan herramientas, reflexiones, concepciones y recursos que pueden aligerar esta dificultad y maximizar el acierto del resultado. No pretenden pontificar sobre la materia. El objetivo es poner al alcance del lector la experiencia y los conocimientos —seleccionados y estructurados cuidadosamente— que aportan numerosos profesionales y teóricos de este ámbito. Este bagaje resultará extremadamente útil a quien ejerza como guionista, pero en ningún caso lo encorsetará. Quien tenga que analizar y evaluar guiones o quien quiera teorizar sobre la actividad de escribirlos, por cierto, tampoco podrá ir demasiado lejos sin incorporar los contenidos del libro a su equipaje de mano.

Curiosamente, el hecho de que los autores incorporen al texto tantas y tantas citas de estudiosos y guionistas de referencia puede llevarnos a creer que les falta un discurso verdaderamente personal. No es verdad. Si consideramos tanto los contenidos que expresan con su propia voz como los que ponen en boca de otras autoridades en la materia, el conjunto muestra una coherencia tan abrumadora que en ningún caso puede ser considerada fruto de una mera yuxtaposición recopilatoria de concepciones e ideas.

¿Es, por tanto, del todo redonda la obra que hemos reseñado aquí? Diríamos que casi, puesto que aún podría mejorarse en tres aspectos. Primero, la valiosa lista de referencias bibliográficas que aporta prácticamente no incluye ningún libro que no se haya escrito en castellano o que no se haya traducido al menos a esta lengua, criterio cuestionable que deja al margen algunas obras de interés indiscutible, pero disponibles sólo en otros idiomas. Segundo, dada la vocación eminentemente didáctica que tiene la obra, los ejemplos propuestos tal vez resultan insuficientes tanto en número como en diversidad. Y tercero, la edición del libro (muy especialmente en cuanto a las notas a pie de página) está menos cuidada de lo que cabría esperar.

En cualquier caso, gracias a De Felipe y Aranda, todos los que tengan intención de contribuir en el futuro a incrementar la ya numerosa literatura consagrada a la escritura de guiones, encontrarán desde ahora que el listón está un poco más alto.

Radiografiando la concentración sobre el terreno

MASTRINI, G.; BECERRA, M.

Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006. ISBN 987-574-092-6.

por Andreu Casero, profesor de comunicación audiovisual de la Universidad Jaume I de Castelló.

La concentración es uno de los fenómenos más relevantes y trascendentales de las últimas décadas, ya que ha contribuido decisivamente a dar forma a la actual estructura del sistema comunicativo. Una dinámica estrechamente vinculada a los procesos de industrialización y mercantilización que, desde hace una temporada, afectan, cada vez con más intensidad, a gran parte de los ámbitos de la comunicación y la cultura, desde los grandes medios hasta los sectores del libro, el disco o el cine, por citar algunos ejemplos. Además, es un objeto de estudio que ha abierto debates teóricos amplios y apasionados. Pero, paradójicamente, las investigaciones empíricas sobre la cuestión han sido más bien escasas. Precisamente, la investigación recogida en este libro que han dirigido los profesores Mastrini y Becerra cubre una parte de este vacío y aporta datos e indicadores sobre la arquitectura organizativa de las industrias culturales que operan en el escenario latinoamericano.

El trabajo se ocupa de analizar los sectores comunicativos en un sentido amplio de un total de nueve países (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y Chile). En consecuencia, incluye el estudio tanto de los medios convencionales (prensa, radio y televisión) como de otras industrias culturales (libro, cine y disco) sin olvidar el campo de las telecomunicaciones (telefonía e internet). La exploración se articula a partir de tres etapas consecutivas. De entrada, se lleva a cabo un estudio de la estructura de cada uno de los mercados de los países analizados. Luego, se miden los niveles de concentración existentes, usando la metodología del *Four Firm Concentration Ratio* (CR4), un índice que tiene en cuenta la cuota de mercado que acaparan los cuatro primeros operadores en los diferentes sectores de la industria cultural. Finalmente, se analizan los principales grupos

comunicativos de la región. Con todo, la investigación apunta algunas conclusiones interesantes.

En primer lugar, se pone de manifiesto la existencia de desequilibrios regionales fuertes en el ámbito latinoamericano en cuanto a las industrias culturales. Fruto de ello, se observa un contraste acentuado entre los extremos, representados por Brasil y Bolivia. Así, mientras que el volumen del negocio comunicativo del último no llega a los 1.000 millones de dólares de facturación total, el del primero supera los 10.000 millones. El mercado brasileño demuestra una potencia notable y un predominio claro en la zona, ya que, si nos fijamos en los sectores editoriales (libro, disco y cine) y en los de flujo (radio y televisión), equivale al 68% del conjunto del resto de los países sumados. Una cifra que aumenta al 85% si consideramos el campo de las telecomunicaciones. Con estos datos, los autores proponen una clasificación para ubicar a los diferentes estados analizados en función de su grado de evolución, y distinguen entre industrias consolidadas (Brasil, México y Argentina), de desarrollo potencial (Colombia, Venezuela, Chile y Uruguay) y de desarrollo escaso (Perú y Bolivia).

En segundo término, el estudio revela la incidencia elevada que tiene la estructura social en la actividad y la extensión de los sectores comunicativos. Las fuertes desigualdades que se registran en gran parte de los países latinoamericanos provocan la exclusión del consumo de bienes y servicios culturales de amplias franjas de población. Lejos de reducir sus dimensiones, esta fractura no deja de agrandarse y evidencia que el mercado, por sí solo, no cumple con eficacia las funciones de asignación y distribución de recursos comunicativos. Además de los costes sociales evidentes, el fenómeno comporta que sólo una parte minoritaria de los ciudadanos pueda acceder a un consumo cultural diversificado, mientras que la gran mayoría debe limitarse a la oferta de medios masivos, vinculados a la gratuidad. Esto explica que la televisión de pago sea la industria cultural con menos penetración en la zona, salvo excepciones como por ejemplo Argentina o Uruguay. Todo lo contrario que la televisión en abierto y la radio, que aparecen como los principales sectores comunicativos, lo que suscita que ante el acceso cotidiano a estos medios, un ciudadano latinoamericano únicamente compre el diario 10 de los 365 días del año, asista menos de una vez al año a una sala de cine y adquiera, legalmente, en idéntico

periodo, medio disco compacto de música.

En tercer lugar, la investigación demuestra, con datos empíricos, que en el contexto latinoamericano se dan niveles “muy altos” de concentración en el campo de las industrias culturales. De media, el primer operador controla el 30% del mercado en los diferentes sectores comunicativos, mientras que los cuatro primeros superan el 80%. Los valores más elevados de concentración se encuentran en la telefonía básica (93%), la telefonía móvil (88%), la televisión en abierto (85%), la televisión por cable (84%) y la prensa (62%). En el otro extremo, la radio se configura como el ámbito más plural con sólo el 31% de concentración. Por países, mientras Brasil, México y Colombia obtienen las tasas más moderadas (cerca del 60% de media), Uruguay, Venezuela y Bolivia presentan los indicadores más elevados (entre el 80% y el 90%), lo que pone de manifiesto la estructura oligopólica de sus mercados comunicativos. Un escenario que se complementa con la presencia de grupos de comunicación multimedia importantes, como por ejemplo Televisa, Cisneros, Globo o Clarín, que ejercen un dominio considerable en el ámbito regional.

Junto a estas conclusiones, entre las principales aportaciones del trabajo coordinado por Mastrini y Becerra cabe destacar su solidez teórica. Los autores toman el marco de la economía política de la comunicación para enfrentarse al análisis de la concentración en el ámbito latinoamericano. Este enfoque, al que dedican un capítulo extenso, se interesa especialmente por el estudio de las relaciones y las estructuras de poder partiendo de una perspectiva histórica, una visión amplia, que tiene en cuenta el contexto social de los fenómenos comunicativos, y una marcada base crítica, que incide en la denuncia de las desigualdades sociales.

Aun así, la investigación también presenta algunos puntos débiles. El principal de ellos tiene que ver con los datos utilizados como base del estudio empírico, que, con la voluntad de fijar un parámetro común para los diferentes países que integran la muestra, se remontan al año 2000. Un aspecto problemático si tenemos en cuenta que el elevado dinamismo de las industrias culturales provoca un envejecimiento prematuro de las cifras debido al escenario de transformación constante en el que se hallan inmersas. Asimismo, las dificultades para localizar guarismos en

algunos países y sectores hacen que, en apartados puntuales, no se disponga de indicadores suficientes. El caso más evidente de este hecho es el ámbito de internet, del que prácticamente no se aportan informaciones relevantes. Por otra parte, la investigación prescinde del estudio de los efectos y las secuelas que el proceso de concentración tiene sobre el pluralismo, la diversidad y la democracia. Se opta por hacer un diagnóstico completo y nítido que deja al margen, no obstante, la evaluación de las implicaciones y las consecuencias que se derivan.

Unas objeciones que no restan valor a este libro, que constituye una radiografía extraordinaria de las condiciones estructurales de los mercados comunicativos latinoamericanos. Como escribe, en una sentencia contundente, el investigador francés Armand Mattelart en uno de los prólogos de esta obra, “la concentración no es una novedad”. Es cierto, totalmente cierto. La novedad o, cuando menos, la necesidad, es estudiarla empíricamente sobre el terreno. Un aspecto que este trabajo ambicioso cubre oportuna y extensamente.

Revista de libros

ESTEVE GARCÍA, F.; JIMÉNEZ CORTÉS, C (dirs.). *La liberalització dels serveis culturals a l'OMC i el seu impacte a Catalunya*. Barcelona: Instituto de Estudios Autonómicos, 2006. ISBN: 84-393-7322-8

Este estudio es resultado de un proyecto de investigación colectiva financiado por el Instituto de Estudios Autonómicos. Seis profesoras de derecho internacional de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad de Girona analizan el actual régimen jurídico aplicable a los servicios culturales. Posteriormente examinan las actuales negociaciones en curso en el seno de la Organización Mundial del Comercio y los efectos que se pueden desprender para Cataluña y sus poderes públicos en materia cultural. Cierra el estudio una contraposición de los distintos compromisos internacionales en la materia conseguidos en el marco del GATS y de la UNESCO, su incidencia directa en Cataluña y la necesidad de mejorar las vías efectivas de participación en las negociaciones europeas e internacionales.

Este libro, fundamental para la aplicación de políticas culturales y de comunicación en nuestro país, está dirigido por las profesoras Francina Esteve García y Claudia Jiménez Cortés y cuenta con la aportación de Susana Beltran García, Mariona Illamola Dausà, Montserrat Pi Llorens y Esther Zapater Duque.

FLAMAND-LÉVY, B. *Les compétences culturelles de la Communauté Européenne* Aix-en-Provence: Presses Universitaires d'Aix-Marseille-PUAM, 2004. ISBN: 2-7314-0406-X

A pesar de que la cultura ha sido objeto de declaraciones solemnes casi desde el Tratado de Roma, no fue hasta el Tratado de Maastricht que este sector pasó a formar parte de un tratado constitutivo de Europa. Sin embargo, los estados miembros se han mostrado recelosos a la hora ceder gran parte de sus competencias culturales a las instituciones europeas. Por otra parte, las competencias “de Bruselas” no han sido creadas mediante una acción normativa, sino de forma empírica por la vía de la coordinación. Además, se trata de unas competencias que no persiguen, en opinión de la autora, la integración de un patrimonio colectivo, sino que se usan como instrumento para fortalecer la diversidad cultural de los estados miembros, incluidas sus regiones.

Y en este laberinto competencial, la autora cierra el libro analizando el papel de Europa en las negociaciones sobre la liberalización del comercio internacional, en el seno de la OMC. Por todo ello, este estudio de Bénédicte Flament-Lévy es pionero ya que presenta una sistematización científica de un ámbito poco delimitado.

GAGNE, G. (dir). *La diversité culturelle. Vers une convention internationale effective?* Montreal (Quebec): Fides, 2005. ISBN: 2-7621-2627-4

El 31 de marzo de 2004, el Groupe de Recherche sur l'Intégration Continentale (GRIC), de la Universidad del Quebec, organizó una jornada titulada “La diversité culturelle: vers une convention internationale?”. Debe observarse que el GRIC es uno de los organismos decanos sobre la integración económica internacional. Por otra parte, tanto Canadá como Quebec siempre se han distinguido por su reivindicación de obtener un trato específico para el sector cultural dentro de los tratados internacionales. Así, en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN, NAFTA en iniciales inglesas) entre México, EE. UU. y Canadá, este último país logró ante los EE. UU. que los bienes y servicios culturales fuesen excluidos de la liberalización comercial. Con todo este bagaje, es comprensible que esta jornada se convirtiese en un hito en el proceso de negociación de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO, también conocida como la Convención sobre Diversidad Cultural. Este libro surgió de los debates de aquel encuentro.

GERADIN, D.; LUFF, D. *The WTO and Global Convergence in Telecommunications and Audiovisual Services* Cambrigde (UK): Cambridge University Press, 2004
ISBN: 0-521-83611-5

El libro reúne una serie de capítulos editados por David Luff, socio de un bufete de abogados a Bruselas, y Damien Geradin, profesor de Derecho y director del Institute for European Legal Studies, de la Universidad de Lieja (Bélgica). La obra consta de tres partes, la primera de las cuales analiza el marco regulador aplicable a los servicios de telecomunicaciones en el contexto de la OMC. La segunda debate el marco actual que rige los servicios audiovisuales y hace una mención especial del impacto de la regulación sobre contenidos y la convergencia digital en la distribución de programas. También se estudia la protección, los subsidios y la intervención pública en el sector. Y la tercera parte intenta iluminar el fenómeno de la convergencia desde diferentes puntos de vista: un capítulo completo explica el concepto desde una perspectiva tecnológica, mientras que otros colaboradores intentan prever las consecuencias legales y económicas que la convergencia puede comportar en el comercio internacional de estos nuevos servicios convergentes.

TARDIF, J.; FARCHY, J. *Les enjeux de la mondialisation culturelle*
Paris: Ed. Hors Commerce, 2006
ISBN: 2-915286-62-0

En el prefacio de la obra, firmado por Abdou Diouf, secretario general de la Francofonía y presidente de Senegal, podemos leer que “la globalización que marca nuestra época no sólo comporta un crecimiento de los flujos de las mercancías, sino que también transforma la forma en que nos representamos el mundo”. Dicho en otras palabras, la globalización es un proceso ambivalente que, por una parte, multiplica las posibilidades de cada cultura de hacerse presente ante otras comunidades, pero, por otra, también comporta el riesgo de que se multipliquen las desigualdades y los desequilibrios en el diálogo entre culturas. Y es entonces, cuando no hay diálogo, que se produce un choque, el comúnmente llamado *choque de civilizaciones*.

Para superar esta posibilidad, los autores proponen situar la cultura en el centro de las dinámicas internacionales, tanto en su vertiente política, económica, como social. Con este objetivo, proponen que la diversidad cultural sea uno de los ejes del gobierno mundial del nuevo siglo XXI y, para que esto sea una realidad, proponen, entre otras medidas, la creación de un Consejo Mundial de las Culturas.

UNESCO. *Culture, Trade and Globalisation. Questions and Answers*
UNESCO: París, 2003
ISBN: 92-3-103748-X

Este librito es una muestra más del papel que ha vuelto a asumir la UNESCO como agencia de las Naciones Unidas para impulsar políticas culturales y de comunicación participativas, equitativas y solidarias. Durante dos décadas, la institución cayó en una hibernación institucional y no despertó hasta que en 2001, con un nuevo director general, Koichiro Matsuura, se aprobó la Declaración sobre la Diversidad Cultural. A partir de aquí, el papel de la UNESCO ha ido creciendo y en estos momentos la institución vuelve a ser una referencia en políticas públicas que preconizan la especificidad de la cultura, más allá de los intercambios comerciales que genera.

El libro se estructura en 25 preguntas clave para entender la regulación del comercio de bienes y servicios comerciales y el debate que actualmente está sobre la mesa. Se responden preguntas como, por ejemplo, qué importancia tiene el copyright, o bien el acuerdo sobre aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC, TRIPS en sus iniciales inglesas) o cuál es la agenda de negociaciones de la OMC.

Revista de revistas

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura

Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona

Núm. 34, 2006

ISSN: 0211-2175

La revista *Anàlisi*, en su número 34, dedica un monográfico a las relaciones públicas. En muchos de los artículos se plantea la dificultad de definir las y acotarlas como disciplina científica, porque se trata de un saber que se ha construido a partir de aportaciones de otras ciencias. Este hecho, en palabras del articulista Jordi Xifra, de la Universidad de Girona, “ofrece una diversidad de perspectivas conceptuales, dominadas por la perspectiva procedente del marketing”. En cualquier caso, es interesante la propuesta de definición que da Manuel Parés i Maicas, en “Ètica i deontologia de les relacions públiques”, donde también se exponen las principales características comunicativas de la disciplina, así como sus campos de acción y la tipología de sus actores. Cierra este número de la publicación un artículo *In Memoriam* de Frederic Roda, escrito por Antoni Noguero.

Comunicación y sociedad

Pamplona: Universidad de Navarra

Vol. XIX, núm. 2, diciembre 2006

ISSN: 0214-0039

El último número de la revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra incluye una serie de artículos de temática diversa, entre los cuales destaca la aportación de la profesora María Isabel Mínguez González, de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Universidad de Vigo). Este estudio de marcado tono académico revisa y clasifica algunas investigaciones recientes sobre la teoría situacional. Esta teoría pretende describir el comportamiento comunicativo de los individuos: por qué la gente se comunica y en qué contextos es más probable que lo haga. Así, el situacionismo permite determinar cuándo y cómo son más probables determinados efectos del mensaje comunicativo sobre la audiencia. Esta línea de investigación ha sido bastante utilizada en el análisis del efecto de contenidos violentos sobre la infancia y otros colectivos de riesgo. Sin embargo, el artículo concluye que la mayoría de las investigaciones no aporta datos empíricos posteriores que confirmen su validez.

Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación

Huelva: Grupo Comunicar

Vol. XV, n.º 26, época II, septiembre 2006

ISSN: 1134-3478

Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación presenta en este número un especial dedicado a la comunicación para la salud. De este modo, se explora el cruce entre dos ámbitos de conocimiento que influyen en la percepción social e individual del mundo contemporáneo. El análisis comprende distintos contextos y situaciones, como por ejemplo experiencias concretas, investigaciones, apuntes históricos y problemáticas de actualidad. El objetivo de este número es, en palabras de su director, José Ignacio Aguaded Gómez (Universidad de Huelva), “reflexionar sobre la educación en medios (...) y plantearnos en primer lugar qué tipo de ciudadanía queremos ser en un mundo cada vez más global y más provinciano”. *Comunicar* es pionera en el ámbito de reflexión peninsular y de Latinoamérica.

European Journal of Communication

Londres: SAGE Publications
Vol. 21, n.º 4, diciembre 2006
ISSN: 0267-3231

La *European Journal of Communication* abre este número con un artículo sobre la exclusión de la mujer en la sociedad de la información de Turquía. Según la profesora Nurcan Törenli, de la Universidad de Ankara, nos encontramos ante un colectivo sin recursos informacionales (*information poor*), a causa de su bajo nivel económico y sociocultural y del peso de la tradición. En consecuencia, la perspectiva liberal (según la cual, en un contexto de competencia efectiva y transparencia informativa, el binomio producción-consumo se regula espontáneamente) sólo es aplicable a una fina capa de mujeres de clase alta urbana. En cuanto al resto del colectivo femenino del país, es preciso implementar políticas públicas activas, puesto que el mercado es visiblemente ineficiente a la hora de integrar a la mujer turca en la sociedad de la información.

Media, Culture & Society

Londres: SAGE Publications
Vol. 28, n.º 6, noviembre de 2006.
ISSN: 0163-4437

En este número de *Media, Culture & Society*, destaca el artículo dedicado a la industria audiovisual de países de Extremo Oriente como por ejemplo Taiwán, Corea del Sur y la República Popular China. Según los análisis occidentales convencionales, estos países afrontan dificultades comerciales añadidas para la exportación de contenidos audiovisuales. Por una parte, no comparten un sistema de referencias próximo a Occidente y, por otra, no tienen un mercado interno importante que les permita la amortización de las inversiones y, en consecuencia, no disponen de economías de escala. Michael Keane (Queensland University of Technology) sostiene que este análisis es erróneo, ya que el modelo industrial es diferente al de los EE. UU. y Europa. Para demostrarlo intenta establecer puentes de unión entre el pesimismo crítico de la academia occidental y los estudios regionales asiáticos, mucho menos ideológicos y conocedores de casos empíricos.

Zer. Revista de estudios de comunicación

Bilbao: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Vol. 11, n.º 21, noviembre 2006
ISSN: 1137-1102

La revista de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco abarca todos los ámbitos del sector de la comunicación (prensa, revistas, televisión, internet, etc.). Destacamos el artículo dedicado a la cadena norteamericana por cable HBO y a su producción de dramas de calidad. El trabajo es obra de la profesora de la Universidad de Sevilla Concepción C. Cascajosa Virino, y en él analiza la producción de series de calidad por parte de HBO como estrategia para conseguir la fidelidad de los suscriptores al canal de pago. Se estudian tres características básicas de esta estrategia: la colaboración con autores consagrados, la inclusión de contenidos tabú y la renovación de fórmulas narrativas y de género. En este sentido, el eslogan "*It's not TV, it's HBO*" ha catapultado la marca.

Revista de webs

Federal Communications Commission (FCC): Grupo de trabajo sobre concentración de medios <http://www.fcc.gov/ownership/>

En junio de 2006, la FCC abrió una nueva fase sobre la regulación de la propiedad de los principales grupos de comunicación de los EE. UU. Según la sección 202(h) de la *Telecommunications Act* de 1996, la agencia tiene que revisar periódicamente la normativa sobre concentración para “determinar si las reglas son necesarias para el interés público como resultado de la competencia”. Este apartado de la ley también establece que la FCC tiene que abrogar o modificar toda regulación que considere que no sirva al interés público”.

Media Access Project (MAP) <http://www.mediaaccess.org/>

Media Access Project es una organización sin ánimo de lucro con 30 años de vida, la única entidad con sede en Washington que representa la voz de la audiencia y persigue el derecho de acceso a los medios audiovisuales y a las redes de telecomunicaciones. MAP tiene presencia en los tribunales, en la FCC y en otros organismos oficiales. La asociación participa en foros académicos, legislativos y profesionales defendiendo el interés general en las políticas que condicionarán a las próximas generaciones.

Center for Public Integrity <http://www.publicintegrity.org/telecom/>

El Center for Public Integrity es uno de los organismos con mayor prestigio en los EE. UU. en cuanto a las políticas de comunicación integradoras, abiertas, que promuevan la transparencia y la diversidad. Elabora informes de alta calidad y publica bases de datos de diferentes ámbitos de la política norteamericana. Con sede en Washington, denuncia que las grandes corporaciones y el Gobierno federal han creado una trama de intereses en el sector de las telecomunicaciones y de los medios.

Fairness & Accuracy In Reporting (FAIR) <http://www.fair.org/index.php>

FAIR es el observatorio del sector de la comunicación más importante de los EE. UU. Des de su creación en 1986, ofrece información y crítica, y pondera y lucha contra toda forma de censura. Publica reportajes que han sido apartados por los grandes medios de comunicación. En tanto que organización progresista, FAIR considera necesaria una reforma profunda del sistema comunicacional de los EE. UU., dominado por pocas corporaciones multimedia, potenciando un servicio público audiovisual y promoviendo fuentes de información potentes que no tengan ánimo de lucro.

Columbia Journal Review <http://www.cjr.org/owners/>

La revista de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia (la institución que otorga los Premios Pulitzer) publica y actualiza periódicamente el accionariado de los principales grupos de comunicación mundiales. La sección “Who owns what” es una referencia básica en el estudio de la evolución de la propiedad de los medios.

Coalition for Media Freedom and Integrity [http://www.olmcm.org/dbData/Resources/Declaration and signatories 280207-1updated2.pdf](http://www.olmcm.org/dbData/Resources/Declaration%20and%20signatories%202007-1updated2.pdf)

Coalición de diversos organismos, fundaciones y ONG para conseguir un sistema comunicacional abierto, inclusivo, con presencia y compromiso públicos, que garantice la libertad e independencia profesional, que refuerce el diálogo intercultural, etc. Son promotores de esta coalición: **Online/More Colour in the Media** (www.olmcm.org), **European Federation of Journalists** (www.ifj-europe.org), **Open Society Institute–Network Media Program**, www.soros.org/initiatives/media, **Signis** (www.signis.org) **MiraMedia** (www.miramedia.nl), **European Women’s Lobby** (www.womenlobby.org), **Article 19** (www.Article19.org) i **Community Media Forum Europe** (<http://www.cmfe.net/>).

FCC: División de análisis de la industria
http://www.fcc.gov/mb/industry_analysis/

Esta división regula en el ámbito de los procedimientos relativos a la propiedad de los medios y participa en la aplicación o el diseño de los aspectos económicos de las políticas del sector. Además, también recoge, analiza y elabora informes sobre la industria y el mercado, y redacta el informe anual, que presenta al Congreso, sobre la situación de la competencia efectiva en la distribución de contenidos audiovisuales.

Mediachannel
<http://www.mediachannel.org/ownership/>

Mediachannel es un canal alternativo de comunicación con mucha proyección, tanto en los EE. UU. como en otros países. Tiene una línea de trabajo que estudia e intenta promover el control sobre la propiedad de los medios. Considera que la desregulación del sector ha erosionado la diversidad de los medios, el debate político, la calidad del periodismo, la propiedad de medios por parte de grupos minoritarios, al mismo tiempo que ha permitido un aumento de las cuotas de inscripción a los servicios de pago (cable, satélite, etc.).

Declaración del Consejo de Ministros sobre la protección del rol de los medios en democracia en el contexto de concentración de medios
<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089615&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75>

Esta declaración, adoptada el 31 de enero de 2007, reafirma la necesidad de aplicar políticas reguladoras del sector de la comunicación, con el objetivo de garantizar la plena transparencia de la propiedad de los medios. Este conjunto de medidas, que idealmente deben ser aplicadas por autoridades de regulación independientes, tienen que fortalecer el rol de los medios en los procesos democráticos de nuestras sociedades.

Free Press
<http://www.freepress.net/>

Free Press es una organización no partidista de ámbito nacional que trabaja para fomentar la participación en los debates sobre políticas de comunicación. Persigue una intervención pública que garantice la competencia (y que, por consiguiente, luche contra los oligopolios) y que potencie un sistema de medios orientados al interés público, que cuente con un sector no comercial potente.

Center for Creative Voices
<http://www.creativevoices.us/>

La misión de esta organización es salvaguardar y enriquecer la vitalidad y diversidad de la democracia de los EE. UU. mediante la formación de legisladores, reguladores, juristas y los medios. El ideario de esta entidad es una sociedad que disponga de un ecosistema comunicativo plural, independiente y con una "gran cantidad de voces creativas" (*creative voices*).

Media Alliance
<http://www.media-alliance.org/>

Media Alliance es un centro de recursos sobre medios para académicos, organizaciones sin ánimo de lucro y entidades de activismo social. Una de sus líneas de trabajo es el acceso al ancho de banda y la inclusión digital. En este sentido, esta ONG de treinta años presiona y asesora a los gobiernos locales para que apliquen medidas económicas y de todo tipo para alcanzar este objetivo. La presión ejercida sobre el Ayuntamiento de San Francisco es especialmente ejemplar.

Media pluralism in the Member States of the European Union SEC(2007) 32

http://ec.europa.eu/information_society/media_tas/kforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf

Documento de trabajo de la Comisión Europea aprobado el 16 de enero de 2007, que aborda las diferentes perspectivas y definiciones de pluralismo en los medios (libertad de expresión, concentración en la propiedad, expansión internacional de grupos multimedia, diversidad cultural, relación entre políticas de comunicación e intereses económicos, etc.), así como un estudio sobre la regulación en cada uno de los 27 estados de la Unión Europea.

Television Across Europe: Regulation, Policy and Independence
<http://www.soros.org/initiatives/media>

Publicación del EUMAP que analiza el sector audiovisual europeo, tanto en lo que concierne a los medios públicos como a los privados, en una serie de tres volúmenes de 1.662 páginas. Se trata del primer informe de esta naturaleza hecho en Europa, ya que incluye un anexo con el estudio comparado de 20 países del continente. El EUMAP es un observatorio del Open Society Institute (ISO), la fundación creada en 1993 por el financiero y filántropo George Soros para ofrecer apoyo a la transición de los países de Europa del Este y de la antigua URSS.

Guía para la presentación de artículos en la revista

Quaderns del CAC

Presentación de los artículos

El artículo se tiene que presentar en soporte informático (preferiblemente PC y en formato Word), acompañado de copia impresa. Cada página debe tener unas 30 líneas aproximadamente y en cuerpo de letra 12. La extensión máxima del artículo será de 5.000 palabras.

En la primera página del artículo constará el título, el nombre del autor, su cargo, dirección postal y dirección electrónica. Se ha de adjuntar un resumen o abstract de 90/100 palabras en la lengua original del artículo y en inglés, un listado de palabras clave y un breve currículum del autor.

Se aceptarán artículos en catalán, castellano, inglés, francés, italiano y portugués. Eventualmente, y siempre que la calidad del escrito lo justifique, se aceptarán textos en otra lengua oficial de la Unión Europea. En cualquier caso, las lenguas de difusión serán el catalán, el castellano y el inglés.

Bibliografía y notas de referencia

La bibliografía debe ir situada al final de cada artículo y se han de aplicar los criterios que utiliza el TERMCAT, que se basan en la norma ISO 690 y en la descripción bibliográfica normalizada internacional (ISBD).

<http://www.termcat.cat/productes/documents/citaciobiblio.pdf>

Las notas de referencia en el texto deben presentarse entre paréntesis con el nombre del autor, el año de la publicación y la página o páginas correspondientes.

Ejemplos:

• Libros

DE MORAGAS, M.; PRADO, E. *La televisió pública a l'era digital*. 1ª ed. Barcelona: Pòrtic, 2000. (Col·lecció Centre d'Investigació de la Comunicació; 4) ISBN 84-7306-617-0

El régimen jurídico del audiovisual. Madrid - Barcelona: Marcial Pons - Institut d'Estudis Autònoms, Generalitat de Catalunya, 2000.

• Artículos en revistas

HOFFNER, C. [et al.] "The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Television Violence". En: *Journal of Communication*. Cary [Regne Unit]: Oxford University Press, juny 2001, vol. 51, núm 2, p. 283-299. ISSN 0021-9916

• Contribuciones en libros

CAMAUËR L. "Women's Movements, Public Spheres and the Media: A Research Strategy for Studying Women's Movements". A: SREVERNY, A; VAN ZOONEN, L., eds. *Gender Politics and Communication*. 1ª ed. Cresskill [New Jersey, EUA]: Hampton Press, 2000, p. 161-182. ISBN 1-57273-241-5

• Documentos en línea

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe*

sobre l'observança del pluralisme a la televisió i a la ràdio. Febrer de 2007. [En línea]. Barcelona: CAC, 2007.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Informe_mensual_Febrer_2007.pdf> [Consulta el 22 de marzo de 2007]

Tablas y gráficos

Las tablas tienen que tener títulos cortos y descriptivos, y deben ir numeradas con cifras arábicas. Las notas y fuentes correspondientes a las tablas se colocarán al pie de cada tabla.

Los gráficos se han de insertar en el documento en un formato que permita su edición (por ejemplo, en Excel). Si se insertara en formato imagen, no se podría retocar. Este criterio también es aplicable a las tablas. También es necesario tener en cuenta, a la hora de elaborar los gráficos, que la publicación no se edita en cuatricomía, sino en **escala de grises**.

Cesión de derechos de propiedad intelectual y garantías

La presentación de los artículos debe ir acompañada de una carta en la que el autor haga constar su autorización para que el CAC difunda su artículo en cualquier de sus publicaciones escritas y a través de su página web (www.cac.cat). En la carta el autor ha de garantizar que los artículos son obras originales e inéditas, haciéndose responsable de cualquier reclamación derivada del incumplimiento de esta garantía.

Els articles han d'anar adreçats a:

Sylvia Montilla

Coordinadora general de *Quaderns del CAC*

C/ Entença, 321

08029 Barcelona

e-mail: smontilla.cac@gencat.net

SUMARIO

26

■ Presentación	2
■ Tema monográfico: El pluralismo informativo en la televisión	3
El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro	3
Joan Botella	
Metodología del Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los teletinformativos	9
Carles López	
La supervisión del pluralismo informativo en la radio y la televisión en Europa	17
Anna Estrada	
La agenda temática de los teletinformativos en Cataluña	29
Carmina Puig	
La presencia de los actores políticos en los teletinformativos	43
Laura Rodas	
El pluralismo político durante el ciclo electoral del periodo 2003-2004	55
Carme Ortín	
La presencia de los ámbitos territoriales en los teletinformativos	67
Isabel Sánchez	
La visibilidad de los actores sociales en la información	91
Laura Rodas	
El tratamiento de la variable <i>sexo</i> en los teletinformativos	109
Carmina Puig e Isabel Sánchez	
Los otros pluralismos: perspectivas de futuro sobre el análisis del pluralismo	121
Rafael Jorba	
■ Observatorio	
La revisión sobre el servicio público audiovisual en el Reino Unido: el debate entre la Ofcom y la BBC	125
Martí Petit	
La televisión local en Cataluña: un modelo en profunda transformación	143
Josep Àngel Guimerà	
■ Agenda	153



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
audiovisual@gencat.net
www.cac.cat



**Generalitat
de Catalunya**

