

Tratamiento informativo en los noticieros de Telecafé

JUANA RAMÍREZ CASTRO

Abstract

Aquí se presentan los resultados de dos trabajos empíricos realizados bajo la dirección de la autora acerca del tratamiento dado a la información en los noticieros del canal regional de televisión, Telecafé. En el primero se estudia específicamente el caso del cubrimiento hecho al terremoto del 25 de enero de 1999 que afectó a los departamentos de Quindío y Risaralda. En el segundo se analiza el tratamiento informativo en general en los mismo noticieros. En ambos casos se demuestra una deficiente elaboración de los mensajes desde el punto de vista de la doctrina del Derecho a la Información.

Con el fin de fortalecer la investigación académica, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, ha organizado un centro de intervención comunicacional, con el objetivo de generar conocimiento sobre la compleja realidad que envuelve a los medios y sus mediaciones en la región del eje cafetero (Risaralda, Quindío y Caldas). Es así como se fundó, desde hace seis meses el **Observatorio de Medios**, el cual ha realizado cuatro estudios descriptivos, dos de los cuales tuvieron como interés central la actividad informativa de los noticieros del canal regional TELECAFÉ.

Una de las preocupaciones de la academia frente a los medios es el Tratamiento informativo que éstos realizan en el momento de la mediación. La observación rigurosa de la facturación del mensaje en cualquier medio, debe tener presentes diversos factores (inmediatez, limitaciones temporales, etc.) que complican la definición de criterios objetivos para

su análisis. Factores que en la mayoría de los casos se convierten en realidades justificatorias de la calidad y con las que se desvirtúa cualquier tipo de estudio. Sin embargo, los aspectos fenomenológicos de las circunstancias que rodean la actividad periodística deben ser asumidos como un objeto de estudio diferente del tratamiento informativo dado en el mensaje.

A continuación se presentan los resultados de estos dos estudios. El primero de ellos, se realizó sobre el tratamiento informativo dado a la tragedia causada por el terremoto del 25 de enero de 1999 en la región cafetera del país, y el segundo, es una caracterización del tratamiento informativo en los tres noticieros del canal regional Telecafé.

Tratamiento informativo del terremoto del 25 de enero de 1999

Presentación

El cubrimiento informativo en cualquier tragedia producida por fenómenos naturales e incluso humanos ponen a prueba el sistema de producción informativo. La exigencia que a la actividad periodística le imponen las circunstancias que rodean un desastre natural y la necesidades sociales de ese momento, obligan tanto a los profesionales de la información como a la academia a evaluar los

resultados del cubrimiento periodístico. Monitorear a las empresas informativas en situaciones donde su presencia como mediadores de una realidad es imprescindible, es una labor que la academia de la comunicación en la región no puede abandonar. Es así como el Observatorio de Medios presenta los resultados de un estudio cualitativo que pretendió describir el ejercicio informativo de los noticieros regionales de Telecafé, UNC y TVA, los cinco días siguientes al terremoto del 25 de enero en 1999.

Por ello, se analizó el mensaje informativo, desde el ámbito científico de la información planteado por Luka Brajnovic¹ (causas material, formal, eficiente y final). Para lograrlo, se definieron elementos de producción de televisión, de fuentes, de selección lexical, de sintaxis y de análisis del discurso noticioso, tanto oral como visual, para apoyar los principios definidos por Brajnovik. Así mismo, se recurrió a esquemas conceptuales estructurales -tales como macroproposiciones y proposiciones- definidos por Teun Van Dijk² para realizar las observaciones del discurso oral.

El análisis se hizo desde el lunes 25 de enero a la 1: 20 de la tarde (hora en que ocurrió el movimiento telúrico) hasta la última emisión del 30 del mismo mes (viernes). De esta manera fueron analizadas todas las emisiones ordinarias y los avances informativos o extras que se transmitieron por el canal regional. No fueron observadas las transmisiones especiales realizadas por Telecafé en colaboración con las programadoras de los

La exigencia que a la actividad periodística le imponen las circunstancias que rodean un desastre natural y las necesidades sociales de ese momento, obligan tanto a los profesionales de la información como a la academia a evaluar los resultados del cubrimiento periodístico. Monitorear a las empresas informativas en situaciones donde su presencia como mediadores de una realidad es imprescindible, es una labor que la academia de la comunicación en la región no puede abandonar.

noticieros.

El diseño de instrumentos fue posterior al período de emisiones. Sin embargo, no se accedió al material de análisis sino después de ser concebidos y probados los mismos sobre otros programas informativos. En la interpretación, el análisis de resultados se hizo de manera separada, entre las emisiones ordinarias y los extras o avances.

Categorías de análisis

Macroproposición.

Van Dijk se refiere con ella al *"conjunto organizado de proposiciones que determina un tema o un asunto de manera explícita o implícita"*.³

Proposición. Son las construcciones más pequeñas que se encuentran en el mensaje informativo. Éstas transmiten un significado y se expresan a través de oraciones o cláusulas que denotan hechos.

Producción. (C.d.i).⁴

Se refiere al proceso final o inmediato de factura o elaboración del mensaje informativo.

Producción en frío. (C.d.i). Dicha factura del mensaje se hace desde la contemplación de elementos estéticos y narrativos tales como la musicalización, la composición de imagen y de texto y la profundización temática. Se caracteriza, así mismo, por el tiempo que se tiene para

¹ Véase BRAJNOVIK, Luka. *El ámbito científico de la Información* Ediciones Universidad de Navarra. Segunda edición. Septiembre de 1991.

² Véase VAN DIJK, Teun. *La noticia como discurso*. Ediciones Paidós. Barcelona, 1990.

³ Ibidem. p. 274

⁴ Conceptualización definida para la investigación.

la pre-producción y la realización.

Producción en diferido. (C.d.i).

La realidad informativa atendida dentro del contenido del mensaje es de carácter inmediato. La improvisación es relativa, pues aunque existe un tiempo de preparación para la factura del mensaje, pueden manejarse elementos estéticos, pero en menor medida que la producción en frío. Hay mayor tiempo para la pre-producción, y aunque la producción y post-producción no se realiza de forma paralela son casi simultáneas.

Producción en directo. (C.d.i). No hay mucho tiempo para la pre-producción y la producción y post-producción es la misma. La improvisación es absoluta y la inmediatez del hecho es característica.

Objetivo de la información. Se refiere específicamente a la causa final de la información, según Brajnovik⁵. Se conceptúa desde la definición explícita o implícita en la macroproposición y en el tratamiento; de allí se pueden inferir el fin o propósito, la razón de ser de la selección del hecho informativo y la composición del mensaje.

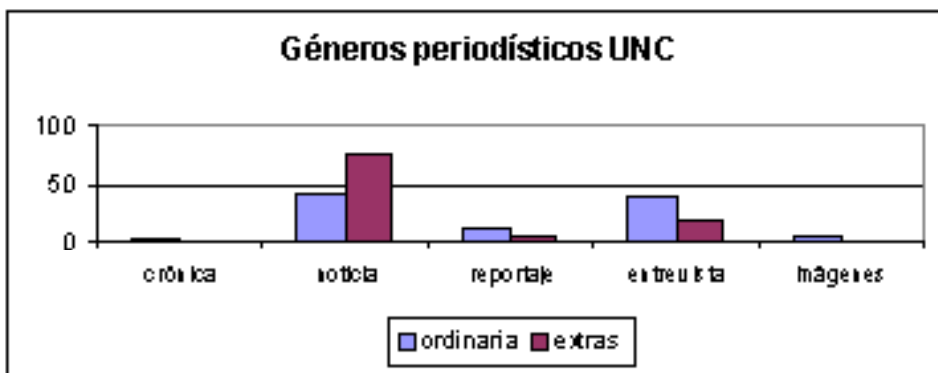
Servicio social. (C.d.i) Atiende el propósito de amparo, asistencia, colaboración, remedio y apoyo en una situación determinada. La mediación se realiza para subvencionar la realidad impactada.

Servicio de información. (C.d.i). Promueve el flujo de información al interior de la sociedad. La mediación se realiza para actualizar a un público ajeno a la realidad impactada o al hecho informativo.

Sensacionalismo. Promueve el estímulo de sensaciones preseleccionadas, de pasiones o la curiosidad a través del mensaje informativo.

Fuentes institucionalizadas. (C.d.i). Se refiere a entes públicos (instituciones

Gráfico 1



políticas o privadas que atienden intereses públicos) de donde procede o se genera la información.

Fuentes no institucionalizadas. (C.d.i). Alude a organizaciones privadas.

Hechos de referencia. (C.d.i). Realidades informativas que sirven de contextualización al tema central expresado en la macroproposición.

De los resultados en UNC

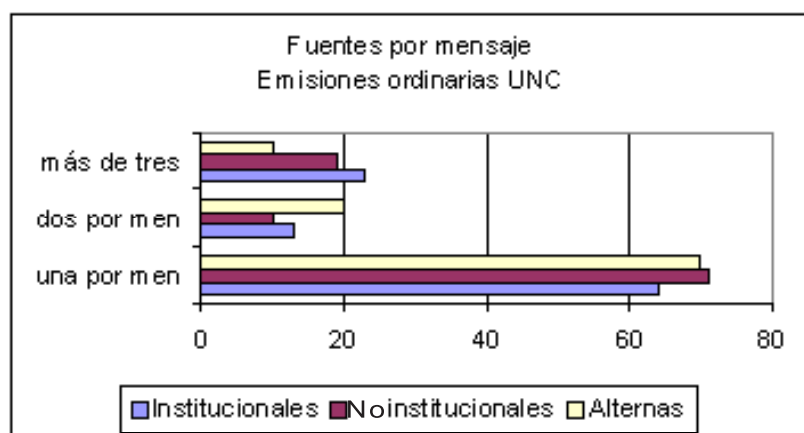
El tiempo total que este noticiero transmitió fue de 3 horas 23 minutos entre emisiones ordinarias y extras o avances. El 89% de ese tiempo se dedicó a la transmisión concreta de información sobre el desastre: el 100% del tiempo de los extras referían información específica sobre el terremoto, mientras que las dos terceras partes (66.6%) del tiempo de las emisiones ordinarias trabajaban el tema.

En total, fueron facturadas y transmitidas 116 noticias sobre el acontecimiento, cuatro de cada seis de las mismas se difundieron en las emisiones ordinarias, las demás en los extras. El promedio de tiempo de las notas fue de un minuto 13 segundos, similar en ambos tipos de emisiones.

Los géneros periodísticos más utilizados fueron el noticioso (42%) y la entrevista (39%). Es interesante este dato en la medida en que este noticiero en su

⁵ BRAJNOVIK, Luka: Op. Cit. capítulo 4.

Gráfico 2



emisiones ordinarias, utiliza con baja frecuencia los géneros interpretativos (entrevista y reportaje) y se presentó una alteración significativa de esta característica. Sin embargo, la tendencia típica del uso de estos formatos se mantuvo en las emisiones extras, esto es, el uso constante del género noticioso. (Ver gráfico 1).

Ahora bien, sobre la producción en las emisiones ordinarias se encontró que la mayoría de las notas fueron realizadas en frío (69%), pocas en directo (26%) y mínimas en diferido (5%). Otra tendencia se encontró en las emisiones extras, tendencia que obedece a la lógica de dichos espacio, ya que aumentó ostensiblemente la proporción de emisiones en directo (44%) y bajaron las producciones en frío (52%). Hay que detenerse a observar que persistió en ambas una mínima producción en diferido, debido a las circunstancias y limitaciones de tiempo, obvias en la actividad de cubrimiento informativo de un desastre de este tipo.

Al analizar los lugares geográficos sobre los cuales hubo mayor cubrimiento este estudio encontró que Pereira fue privilegiada en las emisiones ordinarias, pues de cada 7 notas 3 atendían realidades propias de la capital risaraldense, 2 de Armenia y 1 de Manizales y las restantes 2, de las zonas

rurales de los departamentos de Eje Cafetero. La tendencia varió en los avances: 3 fueron de Armenia y 2 de Pereira y Manizales, las demás fueron del sector rural. Se debe recordar que el mayor impacto del sismo fue en la capital del Quindío, por lo que la tendencia encontrada en las emisiones ordinarias contradice la lógica del cubrimiento informativo, aunque cabe anotar que se mantuvo la tendencia del cubrimiento informativo cotidiano sobre las zonas rurales.

De la causa material

El estudio buscó observar la completitud de la información propia de la causa material para el análisis de mensaje. Para ello se trabajó sobre dos intereses: las fuentes informativas y los hechos de referencia que contextualizaban la noticia.

Se encontró que lo típico en el tratamiento informativo fue la presentación de una fuente por nota en ambos tipos de emisiones. (Ver gráficos 2 y 3). Sin embargo, hay que recordar que en las ordinarias la entrevista fue uno de los géneros más utilizados. El tipo de fuente a la que más se recurrió fue a la institucional (entes públicos del Estado) proporción que varía en las emisiones extras. La probable explicación de esta última característi-

Gráfico 3

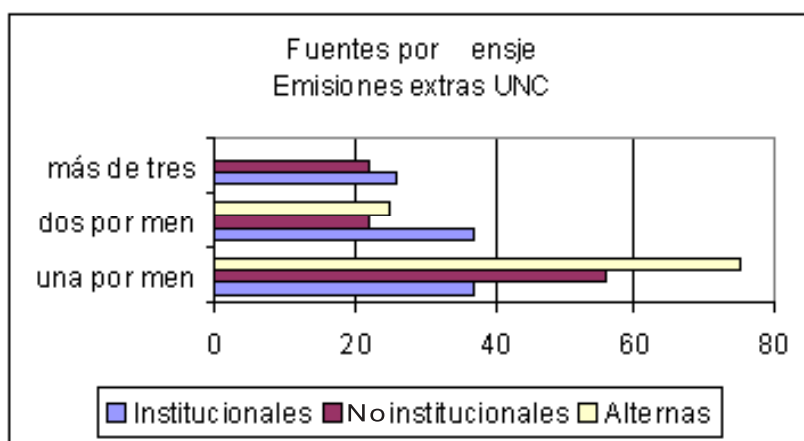
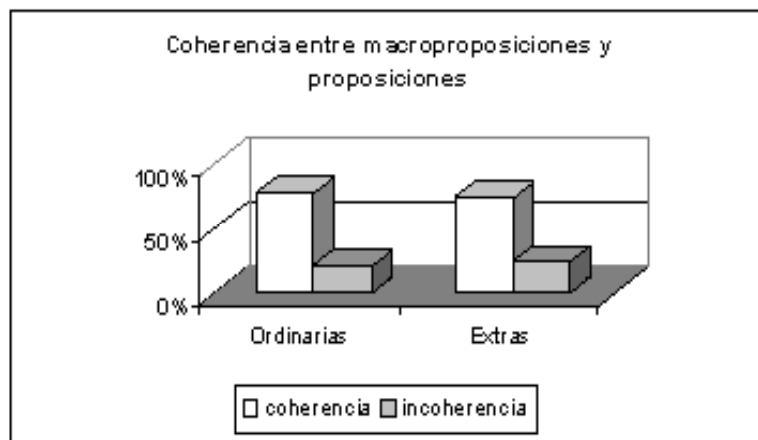


Gráfico 4



cas es que en este estudio se reconoció como fuente institucional a organismos internacionales o de socorro, ajenos a las instituciones del Estado.

Por otro lado, la contextualización de noticias con hechos de referencia (datos alternos a la realidad informativa) fue importante, ya que en cada unidad lexical con sentido propio –proposición– se presentaban, en promedio, dos hechos de referencia: 1 con evidencia y el otro sin ella. Esta proporción se mantuvo en el tratamiento informativo de las emisiones extras u ordinarias.

Lo anterior nos lleva a pensar que la causa material se vio afectada en la mínima utilización de fuentes por mensaje, no así por la contextualización de la información. Esto obligaría a pensar en la cualidad de imparcialidad informativa, ya que la tendencia general, al facturar los mensajes, era la de presentar una sola perspectiva de la información.

De la causa formal

Para observar la precisión y claridad del mensaje, se trabajó sobre elementos sintácticos tales como los verbos (actos verbales de la unidad lexical), adverbios y adjetivos. El análisis sobre estos dos últimos se realizó debido a que la valoración de la noticia implica la presentación de sesgos informativos que contradicen la condición de veracidad de la información.

Con lo anterior se encontró que en UNC el uso de verbos condicionales tales

como "podría", "habría", "estaría", etc., fue bajo, pues el 8% de las proposiciones contenían un verbo de este tipo. Ello significa que la mayoría de los actos verbales referían una acción concreta, sin incertidumbre alguna. Sin embargo, como rasgo interesante en la elaboración del mensaje, se encontró que en la mayoría (85%) de estas unidades lexicales se utilizaron adverbios (calificativos del verbo), con lo que se observa la intervención valorativa del periodista. Dos de cada tres calificaciones no fueron sustentadas con ningún dato.⁶

Por otro lado, el 21% de las proposiciones de todas las emisiones contenían adjetivos sustantivados. Frases como por ejemplo "el cruel terremoto", "la angustiosa ayuda" continúan demostrando la injerencia del periodista en la descripción de la realidad informativa.

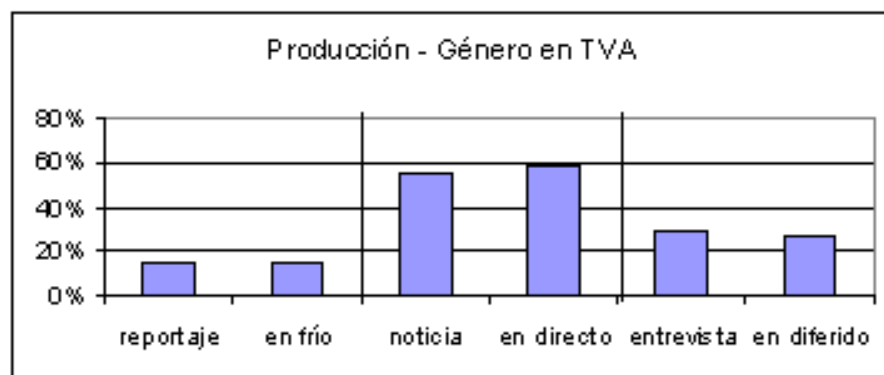
De la causa eficiente y final

Para observar la construcción lógica del mensaje noticioso, se estudió la relación lógica entre la temática general de la información y las unidades lexicales. Se halló que de cada 4 proposiciones, una no tenía coherencia con la temática general de la nota, ni la sustentaba, ni la contextualizaba. (Ver gráfico 4). Eran datos que por su sentido no tenían correspondencia alguna con la realidad referida. De esta manera, la codificación del mensaje en algunos momentos se vio afectada, sin ser esta la inclinación característica.

Por último, en la observación de la causa final u objetivo informativo se puede decir que la intención del medio con los informes variaba entre informar o presentar un servicio social. En las emisiones ordinarias fue típica la inten-

⁶ A manera de ejemplo: "hay muchos heridos". Unidad lexical con sentido propio en donde no se enuncia el número de heridos aunque sí hay una referencia valorativa de una cantidad.

Gráfico 5



ción de describir la realidad informativa: 83% de los mensajes, frente a 12% cuyo fin era prestar un servicio social. En las emisiones extras cambió la tendencia a favor de la prestación de servicio. La sobredimensión de la información sobre la cual se puede deducir el sensacionalismo fue muy baja (entre 4 y 5 % de los mensajes).

De los resultados de TVA

Durante la transmisión de este noticiero ocurrió el sismo y el corte de luz impidió continuar la emisión. Sin embargo, al reiniciarse la transmisión se emitió un sólo mensaje sobre el terremoto. Así, aunque el tiempo de observación de este noticiero fue de tres horas 11 minutos, el tiempo de emisiones extras fue mayor en comparación con UNC, pues el 23% de los mensajes fueron referidos en dichos avances, por tanto el 77% se hicieron en las ordinarias.

Los géneros periodísticos más utilizados en los dos tipos de emisiones fueron la noticia y la entrevista. El 30% de los informes emitidos trabajaron bajo este último formato. Sin embargo, la tendencia del género noticioso en las emisiones ordinarias disminuyó debido a que allí se recurrió a la elaboración de reportajes. Esto se relaciona claramente con el tipo de producción ya que el mismo porcentajes de reportajes corresponde al número de producciones en frío emitidas. Por otro

lado, TVA transmitió en directo en la mayoría de las ocasiones (58% de los mensajes difundidos), hecho que se relaciona con el frecuente uso del género noticioso. Así mismo, la producción en diferido (28%) tiene relación con el uso de entrevistas. Lo anterior significa que gran parte de la descrip-

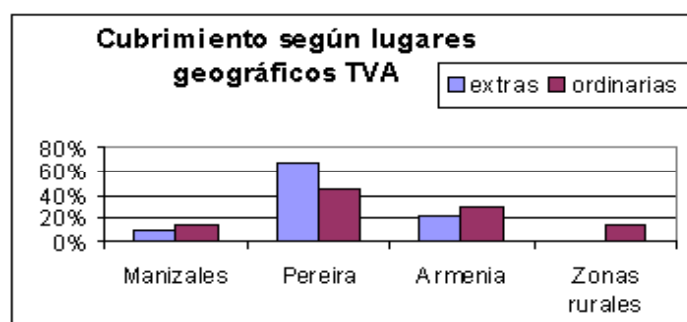
ción de la realidad informativa se hizo en directo. (Ver gráfico 5).

Sobre el cubrimiento se encontró que el lugar geográfico privilegiado por este noticiero fue Pereira (44% en ambos tipos de emisiones) seguido por Armenia cuya referencia geográfica fue entre el 22 y el 28 por ciento. Así mismo, todas las zonas rurales sobre las cuales se suministró información pertenecían al departamento de Risaralda, cifra que se puede equiparar con el cubrimiento sobre Manizales. (Ver gráfico 6)

De la causa material

Sobre el trabajo de fuentes se debe concluir que hubo una mínima utilización de las mismas, ya que técnicamente por cada nota informativa se presentaba menos de una fuente, lo que nos conduce a pensar que persistió en ambos tipos de emisiones una mínima utilización de referentes informativos. Esto no contradice el dato encontrado de que la entrevista fue uno de los gé-

Gráfico 6



neros más usados. Por el contrario, con este resultado se sustenta la idea de que la mayoría de las notas contaron con el sustento de una fuente y que fue a la entrevista aislada a la que se recurrió para dar el reporte del hecho.

La constante de presentación de hechos de referencia es interesante en la medida en que por cada unidad lexical eran presentados cerca de 2 datos contextualizantes. Ello permite inferir que la causa material de la información se vio afectada tanto por una mínima utilización de fuentes, como por una baja presentación de datos anexos a la información principal, debido a la incompletitud en la información

De la causa formal

En TVA, el 11% de los actos verbales en las proposiciones fue de verbos condicionales. Así mismo, se encontró que de cada 5 unidades lexicales, tres contenían adverbios, la mayoría de los cuales (95%) no tenían sustentación alguna, esto es, que junto con las valoraciones verbales no se presentaba ningún hecho argumentativo. Lo propio ocurrió con el uso de adjetivos sustantivados, ya que el 23% de las proposiciones presentaban este recurso lexical. Estos datos permiten comprobar, por un lado, la afectación de la causa material referida a la imparcialidad de la información, y por otro lado, la de la causa formal, por la inexactitud de la información producida por la emisión e intromisión del emisor en la referencia de la realidad informativa.

Lo anterior nos lleva a pensar que la causa material se vio afectada en la mínima utilización de fuentes por mensaje, no así por la contextualización de la información. Esto obligaría a pensar en la cualidad de imparcialidad informativa, ya que la tendencia general, al facturar los mensajes, era la de presentar una sola perspectiva de la información.

De la causa eficiente y final

En TVA, el 14% de la proposiciones no eran coherentes con la temática general del informe en donde fueron emitidas. Esto significa que en un mensaje donde se presentaban 4 unidades lexicales con sentido propio, una de ellas no tenía relación alguna con la realidad referida, ni para ampliar ni para contextualizar la información.

Para observar la construcción lógica del mensaje noticioso se estudió la relación lógica entre la temática general de la información y las unidades lexicales. Se halló que de cada 8 proposiciones, una no era coherente con la temática general de la nota, ni la sustentaba, ni la contextualizaba. Eran datos que por su sentido no tenían correspondencia alguna con la realidad referida. Al respecto se infiere que existió en

ambas ediciones, una unidad lógica al interior de los mensajes informativos, por lo que la causa eficiente no fue afectada de forma importante.

El objetivo de los mensajes transmitidos fue principalmente el de informar (77% promedio) frente a 19% de mensajes con el objetivo de presentar un servicio social. Esta tendencia se observa tanto en las emisiones ordinarias como en las extras. Hubo un mínimo de mensajes desde los cuales se infiriera intensión sensacionalista alguna (1.4%).

De las conclusiones

El tratamiento informativo en las emisiones ordinarias que se hicieron en

este período fue atípico en la medida en que se trabajó sobre formatos periodísticos que buscan la interpretación noticiosa, mientras que las emisiones extras presentan tendencias similares a la emisiones ordinarias o cotidianas. Ello nos conduce a inferir que el tratamiento de la información en las emisiones típicas diarias se hace sobre la lógica descriptiva de la realidad informativa propia de las emisiones extras.

En la observación de la causa formal se encontró una tendencia de los periodistas a intervenir en la difusión de la realidad informativa con elementos valorativos. La jurisprudencia de la Corte Constitucional ha esgrimido que el periodista debe abstenerse de intervenir en la información noticiosa emitiendo juicios o valoraciones. Sería interesante continuar el estudio de forma y de fondo sobre este aspecto para analizar la intromisión del profesional de la información en la mediación de la realidad informativa.

Se corrobora la baja utilización de fuentes informativas para la elaboración de las noticias. Este problema puede deberse a una relativa tendencia de los medios a ser “carga micrófonos” de ciertas fuentes, pues a través del monitoreo del mensaje informativo se infiere la inexistencia de trabajo de pre-producción de las notas periodísticas. Así mismo, se comprueba una mínima investigación periodística para la mediación de la realidad informativa.

Por otro lado, el uso de elementos sintácticos como base objetiva para el estudio cualitativo del mensaje informativo, facilitó la comprensión del tratamiento y permitió el trabajo estadístico sobre el cual se fundó la interpretación de los resultados. Se insiste entonces en que categorías espacio-temporales no son suficientes para el análisis cualitativo del mensaje, ni categorías objetivas sobre las cuales se pueda desarrollar este tipo de observación.

Tipología de los mensajes en los telenoticieros regionales

Presentación

Para comenzar a explorar la producción mediática del canal regional Telecafé, el Observatorio de Medios decidió monitorear la labor informativa de sus noticieros (**UNC, TVA y 1.A**). A partir de este interés, se desarrolló el presente estudio para reconocer en la producción informativa dos campos de análisis. Con el primero, se pretendía reconocer la naturaleza y frecuencia de los objetos de información emitidos, y con el segundo, la distribución de los mensajes según la referencia geográfica dentro de su contenido. Sobre este último campo de análisis se debe señalar que determinar la proporción de cubrimiento relacionado con cada departamento y una aproximación inicial sobre el campo temático noticioso, orientaron la observación.

Éste fue un estudio transversal que utilizó una técnica cuantitativa para la observación y sobre el cual se desarrolló un trabajo estadístico para interpretar los resultados. Desde el sábado 27 de febrero al domingo 14 de marzo (15 días) se monitorearon los noticieros. De allí que la muestra se redujo a 10 emisiones para UNC y TVA y 6 emisiones para el noticiero 1A del fin de semana.

Categorías de análisis

Noticieros. Programas informativos cuya actividad se circunscribe específicamente a informar sobre hechos-noticias (ley 185 de 1995).

Mensaje informativo. “Contextura dicha, escrita de cualquier otra manera comprensible y, por tanto, comunicable para su destinatario o receptor”⁷.

Objeto de información. Se define como todo aquello que se pueda comunicar y que pueda ser incorporado en un mensaje. Así las cosas, se recurre a una clasificación dada por la ideología, los hechos y los juicios que, inmersos en un mensaje informativo, son, en su

orden: propagandas, noticias y opiniones⁸.

Noticia. La información que notifica, hace saber hechos, datos, conocimientos, etc., es inseparable de su verdad, de la mayor exactitud posible y de la realidad que trasmite o notifica. Da cuenta de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado y de repercusión humana⁹.

Propaganda. Se entiende por publicidad en el servicio de televisión la inserción de mensajes o anuncios comerciales en la emisión de los canales, dentro de la programación y en los cortes especialmente destinados para ello¹⁰.

Opinión. Puede ser privada o pública. Está lejos de ser objetiva, no es un juicio de certeza sino de probabilidad. La posición que se asuma como producto de la aplicación de una ideología a un hecho, es considerada como objeto del derecho a la información, ya que ésta es necesaria para la participación y la democratización.

Comerciales. Reconocimiento de empresas, marcas, productos o servicios con modelos vivos.

Patrocinio: Reconocimiento de empresas, marcas, productos o servicios sin modelos vivos.

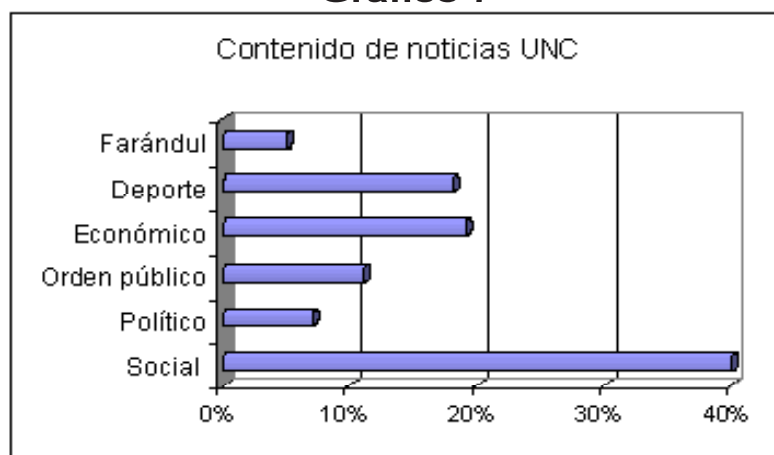
Característica del manejo informativo en UNC-Unidad Noticiosa Cafetera

Se analizaron en total 7 horas con 22 minutos. En ellos el número *total* de mensajes entre propaganda y noticias fue de 443. El promedio de mensajes por emisión equivale a 45, distribuidos así: 24 noticias (53%) y 21 mensajes publicitarios (47%), de los cuales 12 son comerciales y 9, pauta.

La información noticiosa

Los mensajes noticiosos tienen una duración en promedio de 45 segundos¹¹. El 95% de dichos mensajes pertenecen al

Gráfico 7



género noticioso, por lo que se entiende una baja tendencia a utilizar géneros interpretativos como reportajes (4%) y crónicas (1%).

Ahora bien, es interesante observar que la media de fuentes consultadas por noticia es de una (1) y de ellas, la mayoría fueron entes públicos del Estado (43%), seguidos por las fuentes no institucionales -empresas privadas, comunidades organizadas, fundaciones, etc. (31%). Sin embargo, la razón por la cual se presentó un alto número de fuentes no institucionales es debido a que el 19% de las noticias en UNC fueron sobre deportes y en ellas el promedio de fuentes fue de tres, mientras que en los temas de orden público, político y económico se encontró la tendencia técnica a consultar menos de una fuente.

Esto significa que en ocasiones se emitieron noticias sin acudir a fuentes. Cabe señalar que las más consultadas fueron el Deportivo Once Caldas y el Deportes Quindío. Por último, el 23,3% de las fuentes fueron población civil involucrada en los acontecimientos referidos o testigos de los mismos. Por otra parte, el 3% eran especialistas en los temas.

⁷BRAJNOVIK, Luka. Op. Cit. p. 67

⁸ En DESANTES, Jose María. *Derecho e información*

⁹ BRAJNOVIK, Luka. Op. Cit

¹⁰ Art 1 Acuerdo 002 de 1995 Comisión Nacional de Televisión. República de Colombia.

¹¹ . Es importante aclarar que no hubo discriminación entre noticias y clips. Estos últimos fueron trabajados como noticia, debido a que su contenido se circunscribe a una sola realidad informativa.

Con relación al trabajo con las fuentes de información, es necesario señalar que del 43% de las institucionales públicas, hay una tendencia alta (86%) a emitir la información de manera directa, esto es, “de viva voz” de los funcionarios. Una situación similar se presenta con las fuentes no institucionales (92%) y con los testigos de los hechos, cuya proporción es 4 de 5, quienes emiten la información de manera directa. A estos últimos, en muy pocas ocasiones se les protege su identidad.

Acerca de los contenidos, se encontró que el 48% de los temas aluden a problemas de índole social y de orden público. Los temas específicos del campo deportivo tienen similar proporción de cubrimiento con los económicos (19% y 18% respectivamente); los temas de farándula son poco referidos por este medio. (Ver gráfico 7).

El 93% de los informes noticiosos reseñan acontecimientos de la región (el 1.3% se refiere a hechos internacionales y el 6.3% es de índole nacional). La proporción de cubrimiento es similar para los tres departamentos –Caldas 33%, Risaralda 30%, Quindío 25%–(ver gráfico 8). El 10% refiere a temas relacionados con la región en general. Por otro lado, en los resultados se encontró que cerca del 65.6% del cubrimiento informativo es sobre las capitales de departamento, lo que significa que persiste un bajo cubrimiento en las zonas rurales y demás municipios de los departamentos.

La propaganda

Como se dijo, el 47% de los mensajes en este noticiero son publicitarios, ya sea bajo la forma de comerciales (imágenes móviles) o de patrocinio

(imágenes estáticas). Al parecer, los anunciantes en este noticiero son estables, pues su presencia es recurrente en todas las emisiones. Los comerciales frecuentes en este noticiero son sobre la Industria Licorera de Caldas, junto con CD Manía Oxígeno, seguidos de Muebles Clavijo y Celar. Por otra parte, los mayores patrocinadores son la productora (UNC TV), Celar, Aguila Roja y Libreta Banco de Santander.

Característica del manejo informativo en el noticiero 1A

Se analizaron en total 3 horas con 51 minutos, lo que equivale a ocho emisiones con un promedio de 30 minutos de duración. El total de mensajes informativos fue de 270, 49% de los cuales eran mensajes publicitarios y el 51% mensajes noticiosos. Esta proporción se mantiene en el promedio de mensajes por emisión.

La información noticiosa

Cada mensaje noticioso tiene una duración de un (1) minuto 15 segundos, lo que podría interpretarse a primera vista como una profundización en el tema o la utilización de géneros interpretativos. Sin embargo, se encontró que el uso de estos géneros es mínimo, pues sólo el

Gráfico 8

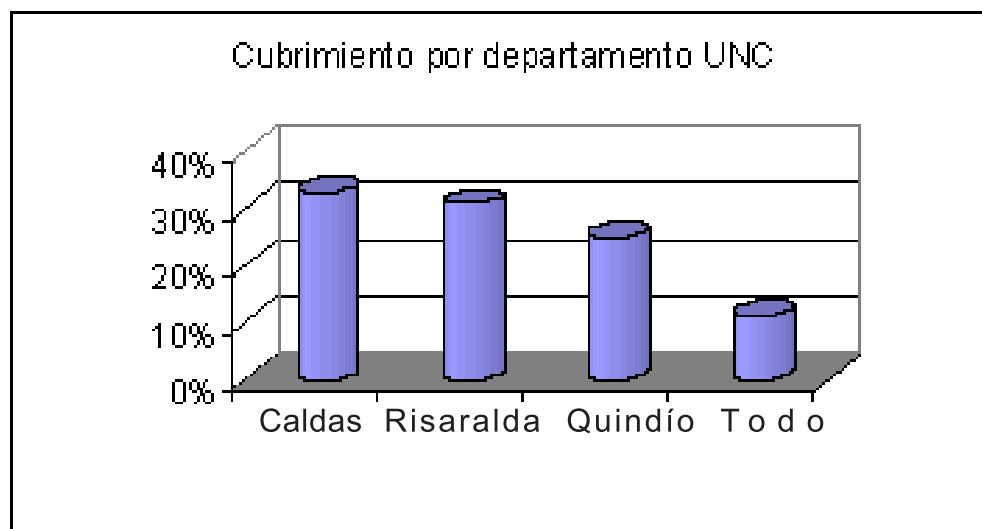


Gráfico 9



6.5% de los mensajes utiliza fórmulas de reportaje o de crónica. Así las cosas, el 93.5% de los mensajes fueron noticias, y a pesar de la duración de cada informe, la proporción de consulta de fuentes es de una (1) por mensaje. (Ver gráfico 9).

Sobre la profundización, cabe señalar que la mayor parte de fuentes consultadas corresponde a los sujetos involucrados en las noticias (40.5%) y a las instituciones públicas (39%). Baja es, pues, la utilización de información proveniente de entes privados (no institucionales) y nula la consulta a fuentes especializadas en los temas. La información proporcionada por las fuentes institucionales y no institucionales tiene una fuerte tendencia a ser presentada de manera directa (entre el 82 y el 92%). Esta inclinación es menor cuando se trata de los involucrados, pues el 34% son referidos de forma indirecta.

De las fuentes institucionales, las que con mayor frecuencia se consultan son la Alcaldía de Pereira, la Gobernación de Risaralda y la Policía Nacional. Sobre las fuentes no institucionales, las que son presentadas de forma asidua son los clu-

bes de fútbol, especialmente el Quindío y el Deportivo Pereira.

Ahora bien, el campo temático de mayor cubrimiento es el deportivo (30%), seguido de contenidos sociales (26%), económicos (16%) y de orden público (15%). El 9% de las noticias son de farándula.

Sobre el cubrimiento geográfico que realiza 1A se encontró que existe desequilibrio informativo entre los departamentos del Eje Cafetero, pues más de la mitad de las noticias (58%) son sobre Risaralda y el 30% refieren hechos relacionados con Quindío y Caldas, mientras el 12% alude a temas generales de la región. De cada 10 noticias, 6 son sobre Pereira, 1 sobre Armenia y 1 sobre Manizales. Las demás son de municipios diferentes a las capitales de departamento.

Mensaje publicitario

El promedio de mensajes publicitarios por emisión es de 19, lo que equivale en tiempo a 6 minutos 25 segundos. El rango de tiempo para los patrocinios y para los comerciales está en las medidas de tiempo normales (de 10 a 30 segundos y de 5 a 7 segundos respectivamente).

Los anunciantes estables son el Zoológico de Pereira, el que con mayor asiduidad se ofrece por este noticiero, seguido, en su orden, por Muebles Pereira, Bancolombia y Balcón del Quindío. Como se observa, la mayor pauta publicitaria proviene del departamento de Risaralda, lugar de la sede del noticiero. Sobre el patrocinio se debe señalar que la mayor pauta la tienen Comfamiliares, Superllantas e Idear.

Característica del manejo informativo en el noticiero TVA

El total de horas analizadas fue de seis (12 emisiones de 27.8 minutos promedio de duración) El promedio de mensajes informativos es de 38, repartidos en proporciones iguales entre mensajes noticiosos y publicitarios.

La información noticiosa

La media de duración de las notas informativas, los reportes y los informes especiales es de un (1) minuto y 10 segundos. La forma de presentación, esto es, el género periodístico utilizado, es diversa; sin embargo, predomina la noticia (62%), seguida de la crónica (24%) y del reportaje (14%) (Ver gráfico 10).

En este noticiero, al igual que en los demás informativos regionales, el promedio de fuentes presentadas es, técnicamente, poco más de una (1.1). Es decir que en muy pocas notas se consultan más de dos o tres fuentes; éstas, en la mayoría de los casos, son de temas deportivos, de índole social o de orden público. Esta situación explica porqué cerca de la tercera parte de las fuentes son testigos o individuos involucrados (30%) en los hechos referidos. La restante proporción de utilización de fuentes está entre las institucionales, con un 34%, y las no institucionales (33%). El recurso a fuentes especializadas en los temas es mínimo.

Tres de cada cuatro fuentes en TVA dan la información de forma directa, las demás son mencionadas o parafraseadas. Sin embargo, esta tendencia es atípica cuando se trata de los involucrados y testigos de los hechos, quienes en la mayoría de los casos transmiten la información de manera directa.

Gráfico 10

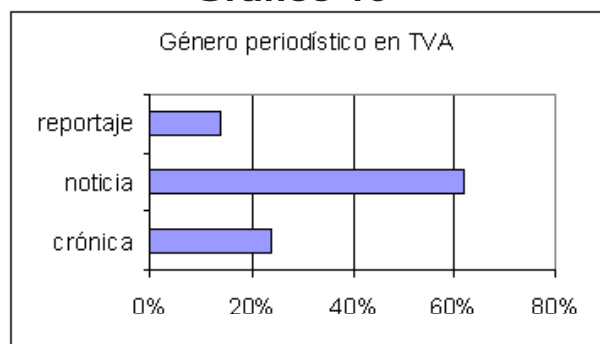
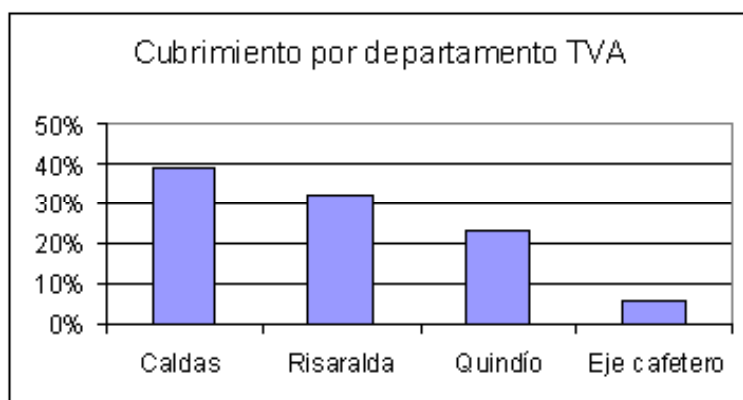


Gráfico 7



Ahora bien, la observación sobre la tendencia temática registró que el área de mayor cubrimiento es la de índole social y de orden público (39.7%), seguida de los acontecimientos deportivos (24%), económicos (19.4%) y políticos (12.2%).

Al igual que los demás informativos analizados, la mayoría de las noticias refieren acontecimientos de la región (92%), aunque cabe señalar que se encuentra una leve tendencia a presentar un mayor número de hechos sobre el departamento de Caldas (39.3 %) y Risaralda (31.5%). De cada 5 notas, una (1) alude a situaciones del Quindío. (Ver gráfico 11).

Así mismo, es interesante observar que la mayoría de los hechos reseñados (85.5%) provienen de las capitales de departamento, lo que determina un muy bajo cubrimiento de los otros 49 municipios de los departamentos.

Mensaje publicitario

En cada emisión de noticias, TVA transmite en promedio 19 mensajes publicitarios, con una proporción numérica similar entre comerciales en vivo y patrocinadores. Los resultados señalan que el tiempo de los mensajes es de cinco a seis minutos por emisión. Los mayores anunciantes en este noticiero son empresas e industrias ubicadas en el departamento de Caldas (Hotel Hacienda el Carretero, Emtelsa, Industria Licorera de Caldas, Izumi y Casarella) frente a una baja emisión de comerciales

institucionales. Así mismo, se encontró que Celar, Especiales TVA, Casarrella y un espacio televisivo de la misma programadora (Luna Llena) representan el 73% del patrocinio.

De las conclusiones

En todos los informativos, la proporción entre los mensajes informativos y mensajes publicitarios es similar. Sin embargo, el tiempo dedicado a cada uno de ellos varía de forma ostensible, a tal punto que la proporción legal del 1/4 de tiempo publicitario es sobrepasado.

La noticia es el género más utilizado en los informativos regionales. El recurso a géneros interpretativos en los tres noticieros es bajo, lo que podría indicar una baja preproducción y producción de las notas. Esto se argumenta también por el bajo número de fuentes utilizadas para la construcción de las notas periodísticas.

Sobre el tratamiento informativo se observa en especial la poca utilización de fuentes informativas, lo cual podría indicar una profundización mínima de los temas y una baja confrontación de los actores relacionadas con los acontecimientos. Así mismo, existe un sesgo fuerte en los tres noticieros, al presentar las fuentes institucionales de forma directa en contraposición a los involucrados o testigos de los hechos. La consulta a fuentes especializadas es mínima en los tres informativos regionales. Este elemento formal continúa sustentando la idea del mínimo proceso de producción, ya que se observa la preferencia de los tres medios a "cederle el micrófono" a las fuentes institucionales sobre las cuales se construye el mensaje. Esto

es, que el periodista se convierte en un "carga micrófonos" de las fuentes que, como ya se vio, en la mayoría de los casos son institucionales y no institucionales.

La temática más trabajada en los noticieros regionales es de índole social y orden público. Sin embargo, la tendencia varía en los contenidos de deportes, de política e, incluso, de farándula. Es importante señalar, sobre la cobertura deportiva, que en la época de recolección de información el Once Caldas (equipo de la región) por primera vez estaba en un evento internacional, lo que de alguna manera podría afectar de forma negativa el resultado. A pesar de ello, se encontró que es en la temática deportiva donde los tres noticieros suelen presentar más de una fuente de información.

Los tres noticieros atienden el carácter regional en su producción periodística. De los tres departamentos del Eje Cafetero, Quindío es sobre el que menos cubrimiento tienen. Así mismo, persiste un bajo interés informativo sobre municipios alternos a las capitales de departamento, porcentaje que varía entre el 25 % y el 22 %. Ello refleja un trabajo informativo mínimo sobre los problemas y hechos de las zonas rurales de los departamentos.

Los anunciantes en los tres noticieros son estables. Sin embargo, se encontró una inclinación negativa en la relación de los contenidos informativos y la ubicación de los anunciantes. Este es el caso de 1.A con la Alcaldía de Pereira, no sólo uno de los anunciantes más frecuentes, sino una de las fuentes más recurrentes. Entre tanto, en el caso de TVA y UNC, se encontró, en el cruce de variables, que hay una relación persistente entre la ubicación de la sede y la ubicación de los anunciantes principales.

