

# Las noticias de la Comunidad Valenciana en televisión

Ricardo Ángel POMARES PASTOR

ricardoangelpomares@ono.com

Periodista

Recibido: 3 de marzo de 2010

Aceptado: 28 de julio de 2010

## RESUMEN

La investigación realizada ha tratado de arrojar alguna luz sobre cómo son y cómo han evolucionado las noticias de una comunidad autónoma, en este caso la valenciana, en los informativos de Telecinco, Antena 3 y TVE 1. El análisis de contenido ha examinado las dos ediciones diarias, de lunes a viernes, durante los meses de enero de 2004 y 2008. Los resultados muestran que la Comunidad Valenciana carece de representación como entidad autonómica. La visibilidad de las noticias se banaliza por una serialización de hechos negativos, anecdóticos y espectaculares, en los que predomina la emoción sobre la información.

**Palabras clave:** televisión, informativos, valores-noticia, identidad y representación.

## News of the Valencian Community in television

### ABSTRACT

Research has tried to shed some light on how they are and how they have envolved the news of an autonomous community, in this case the Valencian, on the news of Telecinco, Antena 3 and TVE 1. The content analysis has examined the two editions daily, from Monday to Friday, during January 2004 and 2008. The results show that the Valencian Community are not represented as an autonomous entity. The visibility of the news is trivialized by a serialization of negative, anecdotal and dramatic events, in which emotion prevails over information.

**Keywords:** television, news, news- values, identity and representation.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones. 5. Referencias.

## **1. Introducción**

La investigación que se presenta consiste en un análisis de las noticias que se producen en la Comunidad Valenciana y que son tratadas en los telediarios de tres cadenas de ámbito estatal (Telecinco, Antena 3 y TVE 1). El objetivo es conocer qué tipo de hechos noticiosos referidos a la Comunidad Valenciana aparecen en los informativos nacionales, para dilucidar si se configura una imagen propia de este territorio autonómico y, en cualquier caso, establecer qué acontecimientos de este espacio periférico son destacados.

La hipótesis principal es que la visibilidad de las noticias se banaliza en una serialización de hechos negativos, anecdóticos y espectaculares, en los que predomina la emoción sobre la información de calidad. La imagen de la Comunidad Valenciana está fragmentada y rompe cualquier atisbo de identidad colectiva.

Los servicios informativos de las delegaciones territoriales ubicadas en las diferentes autonomías constituyen el anillo periférico de cada Redacción Central. A ellas, se debe, en gran parte, la cobertura informativa de cuanto ocurre en España, a pesar de la escasez de medios humanos y materiales.

La televisión se ha erigido en el medio más importante de comunicación de representación social del acontecer diario. La transformación producida en el tratamiento de la información de actualidad en este medio, sujeto a constantes transformaciones tecnológicas, ha sido uno de los temas más estudiados. Sin embargo, no han tenido tanto eco los análisis de los hechos noticiosos que se producen en las comunidades autónomas y que se reflejan en los informativos de las cadenas nacionales.

Todavía hoy existe la percepción de que, desde el punto de vista de la información, se mantiene una mentalidad centralista a pesar del desarrollo autonómico. La periferia se ha convertido en un surtidor de sucesos y curiosidades, o en un ramillete de intervenciones en directo que contribuyen más al espectáculo que a la información. Se busca la sensación más que el análisis riguroso. Lo interesante impera sobre lo importante. Los criterios de noticiabilidad cambian y se confunden. La emoción supera a los valores sustantivos del periodismo de calidad. Estamos ante el impacto, el efecto y la atracción. Lo prioritario es verlo, no comprenderlo. Pasar rápido a otro tema, a otro lugar. Sin apenas tiempo para la reflexión. La noticia de aquí y de allá, en un relato marcado por la fuerza de la veracidad que da la imagen. Lo local es un episodio de extravagancia o urgencia, casi sin identidad. Lo central es lo global.

## **2. Metodología**

En el análisis de los medios de comunicación se ha establecido una encrucijada entre el método cuantitativo y cualitativo que sólo puede conducir a una necesaria cooperación para el enriquecimiento de la investigación de las ciencias sociales.

Las escuelas teóricas han establecido una disputa acerca de si son mejores los criterios cualitativos o los cuantitativos. Un debate que parece estéril, ya que la validez

del procedimiento dependerá de los objetivos que se marque cada investigación.

El método de este trabajo consiste en un análisis de contenido de carácter cuantitativo de las noticias de la Comunidad Valenciana que aparecen en los informativos de Telecinco, Antena 3 y TVE 1. El estudio recopila los datos y busca una interpretación cualitativa de los resultados<sup>1</sup>.

El análisis de contenido cuantitativo sirve para realizar mediciones objetivas, obtener datos estadísticos y extraer conclusiones que se expresan de forma concreta en frecuencias y porcentajes. Además permite hacer comparaciones en los mismos términos y observar su evolución en el tiempo. Este método ha sido validado por la comunidad científica centrada en el estudio de la comunicación y cada vez es más demandado por los organismos y empresas que encargan análisis de cobertura informativa.

En la investigación se han seleccionado los meses de enero de 2004 y de 2008. Una de las principales características del consumo de televisión es su marcada estacionalidad anual y es en invierno cuando se ve más la pequeña pantalla. Además se toman como referencia dos periodos enmarcados en situaciones económicas diferentes, el primero en un panorama de cierta bonanza, aunque ya se advierte de la dificultad de sostener el modelo de crecimiento; y el segundo inmerso en una crisis de carácter mundial. Dos años además con dos etapas políticas divergentes: en 2004 gobernaba en España el Partido Popular; y en 2008, el Partido Socialista Obrero Español. En ambos casos, el PP se mantenía como fuerza política mayoritaria en la Generalitat Valenciana. Este es el contexto político y económico, pero el estudio se centra fundamentalmente en la evolución de las noticias en estos cuatro años y su mayor o menor reflejo en las cadenas nacionales de televisión.

Los telediarios analizados son de lunes a viernes, a lo largo de cuatro semanas de los meses de enero de 2004 y 2008, tanto en la primera como en la segunda edición. En este estudio no se han recogido los informativos de los fines de semana, porque su formato presenta algunas variaciones con respecto a los anteriores.

En total se han revisado 196 horas de grabación mediante tres vídeos domésticos que han registrado, cada uno y por separado, la señal de cada una de las tres cadenas objeto del estudio.

Todos los informativos grabados en esta investigación han sido visionados para registrar las noticias referidas a la Comunidad Valenciana en cualquier género o formato, ya sea en colas, noticia, reportaje, declaraciones o simplemente imágenes en piezas de temática general. El número de estas noticias analizadas se eleva a 247 en 2004 y 253 en 2008. En total 500 informaciones.

---

<sup>1</sup> El método de este trabajo sigue el criterio de CASETTI y DI CHIO en lo que se refiere al “análisis de contenido como investigación” que, respecto al enfoque “cuantitativo”, presenta una mayor flexibilidad y una vocación hasta cierto punto más “cualitativa”. Este tipo de análisis también produce datos de forma numérica, pero los sostiene e integra con un mayor esfuerzo interpretativo.

En la elaboración de este estudio se ha utilizado un cuaderno a modo de instrumento de trabajo de campo. Esto ha servido de trabajo previo para esquematizar y analizar después todos los elementos de cada información.

En cuanto a las características básicas de la muestra se han tenido en cuenta seis bloques:

- Datos de identificación, tales como el título de la noticia, el día de la semana, la cadena, la primera o segunda edición y la sección. Para este último apartado se ha optado por una clasificación temática de las noticias de información general en las siguientes secciones: Sociedad, Sucesos, Nacional, Economía y Cultura y Espectáculos. Obviamente no se incluye Internacional porque se está estudiando el contenido de las noticias de la Comunidad Valenciana. Por otra parte, figuran también las noticias deportivas, porque se ha considerado interesante estudiar su nivel de presencia en comparación con el resto de la actualidad de un telediario.

- Indicadores relacionados con la relevancia y jerarquización de la noticia. El objetivo es medir la importancia que se le concede a unos temas frente a otros a través de tres elementos: la duración de la noticia, el emplazamiento (o no) en los sumarios y el orden de aparición dentro del informativo. En el estudio se examina también si la noticia formaba parte de un bloque de contenidos comunes. En ese sentido se ha reflejado el vídeo (VTR) anterior y posterior a cada información analizada con el objetivo de fijar el contexto dentro del minutado.

- Criterios de selección. En primer lugar, se anota el acontecimiento principal de la noticia y se observan los criterios de noticiabilidad más destacados. En esta investigación se ha utilizado el marco de los valores noticiosos recogidos por Mauro WOLF citando las aportaciones de GALTUNG-RUGE y GOLDING-ELLIOT, y de SCHULZ como otro tipo de valores asociados al tema principal. En total, se ha verificado la presencia o ausencia de 11 valores-noticia en cada una de las informaciones objeto de estudio. A los valores clásicos se han añadido otros que se han considerado interesantes como por ejemplo: drama, espectáculo o incertidumbre. Todos ellos elementos que se consideran necesarios para valorar si los contenidos de los telediarios derivan hacia un tratamiento más emocional que informativo.

- Indicadores relacionados con el tratamiento. El género y el formato periodístico que se utilizan para comunicar una información. Si es una pieza-noticia, unas colas, un reportaje, una crónica, unas declaraciones, unas imágenes en un vídeo general, o una información en directo.

- Indicadores relacionados con los personajes. Son los actores de la información y aparecen en las noticias en forma de declaraciones. En cada caso se determina la profesión, la condición en la que habla y el sexo. También queda constancia de la aparición "*in situ*" de un o una periodista del medio en la noticia.

- Localización de las noticias. El formato de las unidades de análisis incluye el lugar donde se producen. En cada información se hace constar la ubicación del hecho para medir al final qué localidades o municipios tienen una mayor presencia en los telediarios.

Los datos de cada noticia han sido recogidos en una ficha, a modo de instrumento de investigación. De esta manera quedan expresadas todas las informaciones sobre la Comunidad Valenciana que aparecen en las tres televisiones analizadas. Esto ha servido para desmenuzar cada noticia y observar sus diferentes características. El modelo de ficha recoge cada uno de los aspectos sobre los que se centra este trabajo. Un ejemplo del sistema utilizado para examinar las informaciones de cada día se expone a continuación:

<b>Martes 15 de enero de 2008. 1 edición</b>	
<b>Telecinco</b>	<p><b>1) Niño con cáncer muere por un error médico en la dosis de quimioterapia en el hospital La Fe.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Género:</b> Noticia que incluye imágenes de un vídeo doméstico con el niño.</li> <li>- <b>Duración:</b> 1 ' 02"</li> <li>- <b>Actores:</b> Madre del niño (8") y el padre (6", 4" y 2").</li> <li>- <b>Localización:</b> Valencia.</li> <li>- <b>Orden de aparición:</b> Colas de entrada número 7 al principio del informativo, después aparece como sumario intermedio número 2 y finalmente figura en el número 13 de 23 noticias.</li> <li>- <b>Clasificación temática:</b> Sucesos.</li> <li>- <b>VTR anterior:</b> Sale en libertad el asesino de la catana.</li> <li>- <b>VTR posterior:</b> Incendio en una fábrica de Valencia.</li> <li>- <b>Valores-noticia:</b> Negatividad, drama, incertidumbre, rareza, conflicto y espectáculo.</li> </ul>

### 3. Resultados

Los resultados de la investigación se presentan en bloques diferentes, según los factores de análisis propuestos en la metodología.

#### 3.1. Clasificación temática

La clasificación temática de las noticias analizadas entre 2004 y 2008 depara tres resultados: el predominio de la información deportiva se mantiene en ambos periodos, la sección de Sociedad gana terreno y supera a la de Sucesos en Antena 3 y TVE 1; y el resto de las secciones como Nacional, Economía y Cultura es meramente testimonial, y en algún caso inexistente.

Gráfico 1. Tematización. 1 edición. 2004

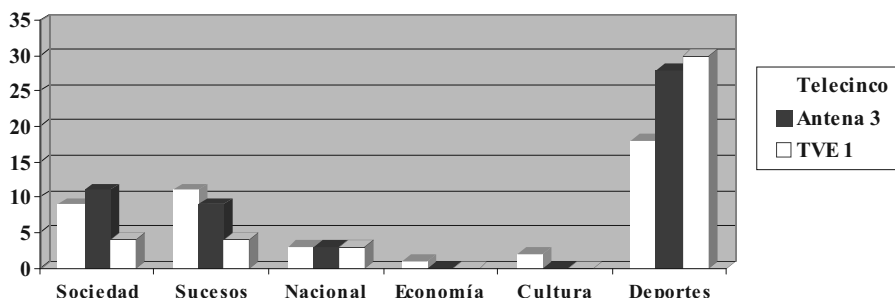


Gráfico 2. Tematización. 2 edición. 2008

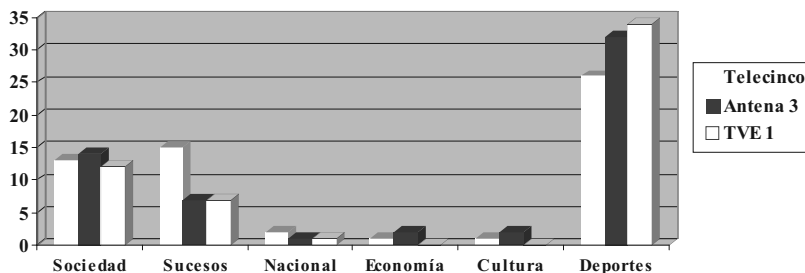


Gráfico 3. Tematización. 2 edición. 2004

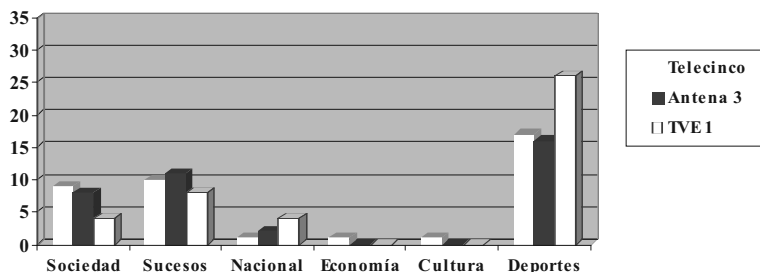
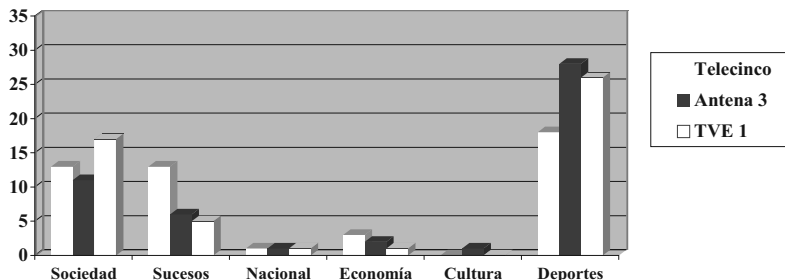


Gráfico 4. Tematización. 2 edición. 2008



### 3.2. Géneros y formatos

En el estudio de los géneros y los formatos en 2004 y 2008 se observa: el crecimiento llamativo de las colas en todas las cadenas, el descenso de los vídeos en formato noticia, sobre todo en TVE 1, y el incremento de los directos en Telecinco.

Gráfico 5. Género y formato. 1 edición. 2004

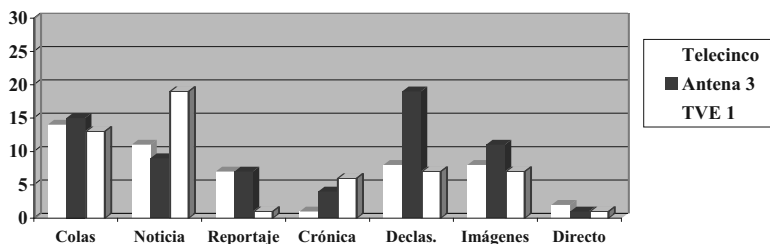


Gráfico 6. Género y formato. 1 edición. 2008

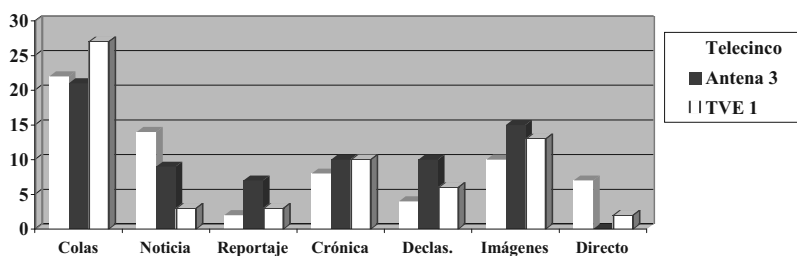


Gráfico 7. Género y formato. 2 edición. 2004

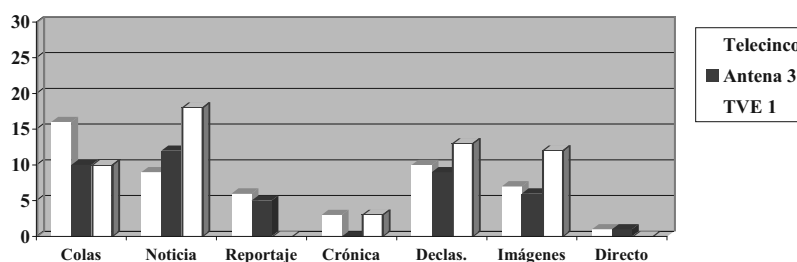
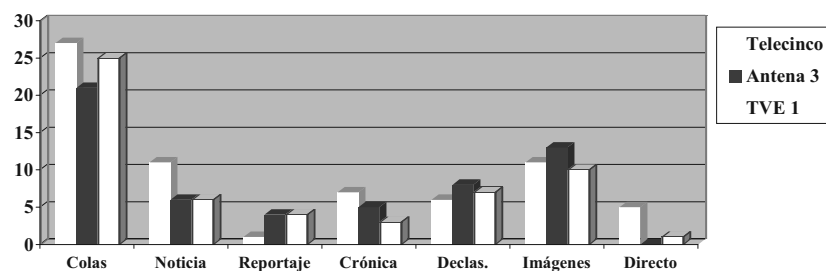


Gráfico 8. Género y formato. 2 edición. 2008



### 3.3. Valores-noticia

En esta investigación se examinan también los principales criterios de noticiabilidad de cada información. El estudio de los valores-noticia revela que en 2004 las televisiones privadas apuestan por el espectáculo como elemento principal de sus informaciones, en sus dos ediciones. En la televisión pública, hay menos definición: en la primera edición predominan otros valores como la incertidumbre, es decir, las incógnitas que plantea un hecho abierto a la incorporación de novedades en un futuro. La noticia no es tanto lo que expresa como lo que desconoce. En TVE 1 destaca también la negatividad sobre el espectáculo, y en el informativo de la noche crece el elemento espectacular hasta equilibrarse con la incertidumbre.

En 2008 se observa una tendencia de las televisiones privadas a dar un mayor protagonismo a otros valores-noticia complementarios del espectáculo como la incertidumbre o la negatividad. En TVE 1 crece el elemento espectacular de la imagen junto a la incertidumbre y se mantienen otros criterios como el drama y el conflicto que también se hacen notar en Antena 3 y Telecinco.

### **3.4. Relevancia**

Uno de los indicadores de relevancia y significación de las noticias es su emplazamiento tanto al principio de los informativos, en forma de sumarios y colas de entrada, como en los sumarios intermedios y al final de los telediarios.

En 2008 las cadenas han destacado más noticias en sus informativos que en 2004. Por lo tanto, los hechos que han ocurrido en la Comunidad Valenciana han tenido una mayor significación.

La televisión pública encabezaba las colas y sumarios en 2004, sobre todo en la primera edición, mientras que en 2008 son las privadas las que más noticias destacan de la Comunidad Valenciana.

En los sumarios de entrada destacan los sucesos, los temas sociales y los deportes. Pero aparecen también algunas noticias de economía y de política, especialmente, cuando se produce la visita de un líder nacional. La cultura está ausente.

### **3.5. Localización**

La localización es interesante para determinar dónde ocurren las noticias que se dan en los telediarios, y si hay alguna ciudad que predomine sobre las demás. En el análisis realizado en 2004 se observa claramente que la mayor parte de las informaciones se producen en Valencia o en su provincia, mientras que el tratamiento de Alicante o de Castellón se ve muy reducido.

En la investigación realizada en 2008 se observa una reiteración de los lugares que predominan en 2004, sobre todo, Valencia, Paterna y Villarreal. Estas dos últimas poblaciones tienen una visibilidad destacada porque son las sedes de las dos ciudades deportivas del Valencia y del Villarreal, respectivamente. Sorprende que ciudades relevantes por su población como Elche apenas tengan reflejo. Por lo demás tienen una mayor presencia las noticias que ocurren en la capital de la Comunidad Valenciana y en su área metropolitana. La cercanía de los medios de producción vuelve a ser un elemento fundamental para darle existencia pública a un hecho.

### **3.6. Actores de la información**

Esta investigación se ocupa también de las personas que intervienen en las noticias en forma de declaraciones o testimonios. El análisis de los actores en los informativos de las cadenas nacionales en 2004 permite constatar el protagonismo de los personajes deportivos, como entrenadores de fútbol y jugadores, y de los ciudadanos anónimos.

En 2008 se pueden ver algunas diferencias: los actores principales en Telecinco son los propios periodistas, más mujeres que hombres, con sus apariciones en las noticias, en la primera edición; y también comparten protagonismo en la segunda con los vecinos que figuran en las informaciones.

En todas las cadenas se perpetúa la imagen sexista de la mujer en papeles como compradora, en Antena 3, o vecina en todas las emisoras, aunque también aparece en roles de mayor representatividad.



### **3.7. Tiempos**

La duración de las informaciones referidas a las noticias en la Comunidad Valenciana es otro de los aspectos que se tratan en este trabajo. Los límites rígidos de los telediarios y de su formato determinan que el tiempo dedicado sea insuficiente para ofrecer el contexto de la mayoría de los acontecimientos. Como señala Epstein, el centro de la atención está puesto sobre lo que ocurre, no sobre el porqué ocurre o sobre sus causas profundas. Esta limitación del tiempo disponible para contar un hecho provoca inevitablemente la imagen de una sociedad inestable.

De la investigación realizada en este trabajo se desprende que la duración media de las piezas en los diferentes informativos no permite una adecuada contextualización de las noticias que pierden de esta manera significación para quedarse así en el mero espectáculo audiovisual.

En el análisis de los tiempos totales se observa que, en el mes de enero de 2004, Telecinco fue la cadena que más atención prestó a las noticias ocurridas en la Comunidad Valenciana, con un total de 43'47" en la primera edición, y de 39'13" en la segunda edición. A continuación, figura TVE 1 que empleó 38'58" en la edición de mediodía, y 34'52" en la edición de la noche. Y, finalmente, en tercer lugar, Antena 3 dedicó 37'59" en su primer informativo, y 29'38" en el segundo.

En los informativos de enero de 2008 se constata que Telecinco se mantiene como la cadena que más atención dedicó a la Comunidad Valenciana con un total de 32'17" en la primera edición y 30'34" en la segunda edición. Por lo que se refiere a Antena 3 logra el segundo lugar en el informativo de mediodía con 30'59", por delante de TVE 1 con 25'03", y vuelve a la tercera posición por la noche con 25'23", mientras que la cadena pública se coloca segunda con 26'05". Como se puede comprobar las diferencias se resuelven en cuestión de segundos.

En general podemos comprobar el gran descenso del tiempo de información dedicado a la Comunidad Valenciana en 2008 con respecto a 2004. Por ejemplo en la primera edición, TVE 1 registró 14 minutos menos y Telecinco 11 minutos menos, mientras que Antena 3 presentó una disminución de 7 minutos aproximadamente. Es decir, la Comunidad Valenciana perdió visibilidad en el conjunto de las cadenas nacionales entre 2004 y 2008. La información sobre este territorio autonómico descendió en un 24 por ciento de media en 2008 con respecto a 2004 en el conjunto de las tres cadenas. El mayor descenso lo registró TVE 1 con un 35 por ciento en la primera edición en 2008 en comparación con 2004.

## **4. Conclusiones**

### **4.1. Prefieren deportes, sociedad y sucesos**

La información deportiva y, especialmente, la referida al fútbol, es la más tratada en las tres cadenas, tanto en 2004 como en 2008. La compra de los derechos de retransmisión de otros deportes como el motociclismo, en TVE 1, o la Fórmula 1, en

Telecinco, condiciona su cobertura que sirve como autopromoción y fidelización de la audiencia.

Los temas de Sociedad ganan terreno en 2008 en relación a 2004 y superan a los Sucesos en Antena 3 y TVE 1. Mientras, Telecinco mantiene su predilección por los hechos trágicos. Las cadenas nacionales parecen sacar partido de sus delegaciones territoriales en el ámbito más truculento y espectacular, y no por ello más informativo.

El resto de las secciones como Economía y Cultura son meramente testimoniales, y en algún caso inexistentes. Destaca el nulo interés de la televisión pública por los acontecimientos culturales.

En cuanto a la sección de Nacional, la Comunidad Valenciana figura como mero escenario de las visitas de políticos. Hay una ausencia total de noticias de ámbito autonómico, lo que evidencia una falta de peso político en el conjunto del Estado.

#### **4.2. Formatos personalizados y directos**

La comparación entre 2004 y 2008 constata el crecimiento llamativo de las *colas* en todas las cadenas. Se tiende a personalizar los informativos en la figura de los presentadores. Además se observa un descenso de los vídeos como noticia, sobre todo en TVE 1. Hay, por otra parte, un uso mayor de declaraciones e imágenes en piezas generales, especialmente en Antena 3, lo que fragmenta todavía más la aparición de la Comunidad Valenciana.

Destaca el incremento de los directos en Telecinco. Estamos ante un elemento más del espectáculo televisivo. Es la apariencia de la última hora, desde el sitio donde ha ocurrido un hecho. Se busca una mayor sensación de inmediatez, veracidad y credibilidad, con una puesta en escena más efectista que reveladora de información.

Entre 2004 y 2008, el reportaje pierde presencia en Telecinco, la gana en TVE 1 y se mantiene en Antena 3. La crónica se utiliza para la información deportiva.

#### **4.3. Valores más emotivos que informativos**

La observación de las noticias en 2004 y 2008 nos lleva a afirmar que los criterios de noticiabilidad utilizados tienen que ver más con la capacidad de conmover al espectador que con la información. Los valores-noticia que predominan son la espectacularidad de la imagen, la negatividad de los acontecimientos, la incertidumbre sobre las incógnitas de lo que ha ocurrido, el componente dramático y el conflicto.

La televisión pública y las privadas repiten los mismos criterios y modelos, con apenas variaciones, en la selección de las noticias.

#### **4.4. Más relevancia**

En 2008 las cadenas han destacado más noticias en sus informativos que en 2004. Por lo tanto, los hechos que han ocurrido en la Comunidad Valenciana han tenido una mayor significación en este último año.

La televisión pública encabezaba las colas y sumarios en 2004, sobre todo en la

primera edición, mientras que en 2008 son las privadas las que más noticias destacan de la Comunidad Valenciana.

Aparecen en sumarios y colas de apertura los sucesos, los temas sociales y los deportes. También se destaca alguna noticia de economía, y de política, especialmente, cuando se produce la visita de un líder nacional. La cultura está ausente.

#### **4.5. Noticias próximas para captar la atención**

En los minutos, las informaciones se sitúan en un bloque intermedio, aunque cada vez aparecen más hacia el final, antes de los deportes.

El marco más habitual de contexto de las noticias es la sección de Sociedad, tanto en la primera como en la segunda edición de las tres televisiones analizadas. En segundo lugar aparece el apartado de Sucesos y, a continuación, el resto de las secciones.

Destaca la ubicación de noticias detrás de ráfagas a continuación de la información internacional, o bien antes y después del bloque de publicidad. Esto confirma que los hechos noticiosos ofrecidos sirven para romper el ritmo de los informativos, encabezando bloques temáticos cuyo objetivo es captar la atención del telespectador.

#### **4.6. Centralidad de Valencia**

La localización de las noticias establece el predominio informativo de unos lugares sobre otros. En este trabajo se ha constatado una centralización de las noticias en Valencia y su provincia, en detrimento de Alicante y Castellón. Esto no favorece precisamente la articulación o vertebración territorial de la Comunidad Valenciana y da una imagen demasiado focalizada en determinados puntos de interés. La Comunidad pierde así representación como entidad regional y autonómica. La cercanía de los medios de producción a un lugar condiciona de manera decisiva lo que es o no es noticia.

En la investigación realizada en 2008 se observa una reiteración de los lugares que predominan en 2004, sobre todo, Valencia, Paterna y Villarreal. Estas dos últimas poblaciones tienen una visibilidad destacada porque son las sedes de las dos ciudades deportivas de los equipos de fútbol del Valencia y del Villarreal. Por lo demás tienen una mayor presencia las noticias que ocurren en la capital de la Comunidad Valenciana y en su área metropolitana. Destaca la casi nula presencia de Elche, la tercera ciudad de la Comunidad Valenciana, y de Castellón.

#### **4.7. Actores futbolísticos y vecinos anónimos**

El análisis de los actores que intervienen en los informativos de las cadenas nacionales permite constatar el protagonismo de los personajes deportivos y de los ciudadanos anónimos, tanto en 2004 como en 2008. Entrenadores y futbolistas saturan las pantallas con comentarios muchas veces predecibles. Y en los asuntos de Sociedad y de Sucesos irrumpen vecinos o vecinas para añadir más sensaciones y opiniones que información rigurosa.

Telecinco es la cadena que más personaliza sus noticias. El periodista es el protagonista con sus intervenciones en directo o grabadas.

Las televisiones utilizan las declaraciones de personas anónimas, incluidas niñas y niños, para *lucir* un texto. Intervenciones más efectistas que informativas.

#### **4.8. Duración escasa y falta de contexto**

El centro de atención de una noticia está puesto más en lo que ocurre y no tanto en por qué ocurre. De la investigación realizada en los informativos de las tres cadenas se puede concluir que la duración media de las piezas impide una adecuada contextualización de las noticias que pierden así significación para quedarse en el mero espectáculo audiovisual. La limitación del tiempo obstaculiza la profundización y la comprensión de las causas que han determinado el hecho.

Telecinco ha pasado de ser la que más tiempo dedicó de media a las noticias en formato de pieza en 2004 a la que menos empleó en 2008. El cambio oscila entre un minuto y medio aproximadamente, y no llegar ni siquiera al minuto de duración.

Antena 3 y TVE 1 mantienen registros parecidos en 2004 y 2008, aunque se constata una tendencia a reducir los tiempos de las noticias, tanto en la primera como en la segunda edición. La duración está por debajo del minuto y 10 segundos.

Los tiempos más cortos se emplean en la edición de noche que, en teoría, debería ser la que utilizara una duración mayor para explicar y contextualizar mejor una información de una forma más reposada y serena.

#### **4.9. Pérdida de visibilidad**

El análisis de los tiempos totales dedicados a las noticias de la Comunidad Valenciana en los meses de enero de 2004 y 2008 ha determinado que Telecinco es la cadena que más tiempo ha dedicado a informar sobre hechos que ocurren en la Comunidad Valenciana en términos absolutos, tanto en 2004 como en 2008. TVE 1 y Antena 3 alternan el segundo puesto.

Destaca el gran volumen de información deportiva en 2004. TVE 1 estuvo a la cabeza ya que el 58 por ciento de las noticias de la Comunidad Valenciana fueron dedicadas a deportes. En 2008 hay un cambio de tendencia, Antena 3 fue la que más cobertura ofreció a este tipo de acontecimientos con un 40 por ciento.

Por encima de todo, y en el cómputo general destaca la pérdida de visibilidad de la Comunidad Valenciana. La información desciende en un 24 por ciento de media en 2008 con respecto a 2004 en el conjunto de las tres cadenas.

En definitiva, y volviendo a la hipótesis inicial, la Comunidad Valenciana ha perdido presencia en los informativos nacionales entre 2004 y 2008, y carece de representación como entidad autonómica. La visibilidad de las noticias se banaliza por una serialización de acontecimientos negativos, anecdóticos y espectaculares, en los que predomina la emoción sobre la información de calidad. La imagen de la Comunidad Valenciana está fragmentada y rompe cualquier atisbo de identidad colectiva.

## 5. Referencias bibliográficas

BARKER, Chris

2003: *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona, Paidós.

BORDIEU, Pierre

1997: *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.

BROSIUS, Hans Bernd y EPS, Peter

1995: "Prototyping through key events: news selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany", en *European Journal of Communication*, nº 10, pp. 391-412.

CASSETTI, Francesco y DI CHIO, Federico

1999: *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Paidós.

CASEY, Bernadette, CASEY, Neil, CALVERT, Ben, et al.

2002: *Television Studies. The Key Concepts*. London, Routledge Key Guides.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano

2004: *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona, Paidós.

DÍAZ ARIAS, Rafael

2006: *Periodismo en televisión. Entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*. Barcelona, Bosch.

EPSTEIN; Edward

1981: "The Selection of Reality", en ABEL E. (ed), *What's News: the Media in American Society*. San Francisco, Institute for Contemporary Studies, pp. 119-132. Citado en WOLF, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona, Paidós, 1987, p. 219.

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco y FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier

2007: *Áreas de especialización periodística*. Madrid, Fragua.

GALTUNG, Johan y RUGE, Mari H.

1965: "News structure of foreign news", en *Journal of Peace Research*, vol. 1, pp. 64-90.

GOLDING, Peter y ELLIOT, Philip

1979: *Making the News*. London, Longman.

HARTLEY, John

2000: *Los usos de la televisión*. Barcelona, Paidós.

HILLS, George

1987: *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid, IORTV.

IGARTUA, Juan José y HUMANES, María Luisa

2004: *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid, Síntesis.

IMBERT, Gérard

2008: *El transformismo televisivo. Posttelevisión e imaginarios sociales*. Madrid, Cátedra.

ISRAEL, Estrella

2001: *Comunicación y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia*. México, Trillas.

KRIPPENDORFF, Klaus

1990: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, Paidós.

LANGER, John

2000: *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las "otras noticias"*. Barcelona, Paidós.

OLIVA, Llúcia y SITJÀ, Xavier

2007: *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona, Omega.

PUENTE VERGARA, María Soledad

1997: *Televisión. El drama hecho noticia*. Santiago de Chile, Universidad Católica.

RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco

1997: *Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid, IORTV.

SÁDABA, Teresa

2008: *Framing: el encuadre de las noticias*. Buenos Aires, La Crujía.

SCHULZ, Winfried Friedrich

1982: "News structure and people awareness of political events", en *Gazette*, nº 30, pp. 139-153.

SINCLAIR, John

2000: *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona, Gedisa.

WOLF, Mauro

1987: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona, Paidós.