

La construcción de la imagen de la política en los noticiarios televisivos en España. Exo- y endo-equilibrios de la calidad de la información política

Construction of the image of politics in Spanish TV news programmes.
The endo- and exo- balances of the quality of political information

F Guerrero-Solé [C.V.] Profesor Ayudante Doctor – Universidad Pompeu Fabra, UPF, Barcelona - frederic.guerrero@upf.edu

C Pont-Sorribes [C.V.] Profesor Agregado – Universidad Pompeu Fabra, UPF, Barcelona - carles.pont@upf.edu

M Palencia-Lefler [C.V.] Profesor Titular de Universidad – Universidad Pompeu Fabra, UPF, Barcelona - manel.palencia@upf.edu

Resumen: En nuestra sociedad la imagen que los ciudadanos tenemos de la política está fuertemente condicionada por cómo esta aparece en los medios de comunicación y, en particular, en los noticiarios televisivos. Este artículo, fruto de un proyecto de investigación I+D+I financiado por el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, analiza las noticias de temática política de ocho canales de televisión en España con el objetivo de comprobar cuál es la presencia de la política en los noticiarios, qué imagen se construye de la política en ellos. Además, propone una nueva metodología para establecer la calidad de las informaciones políticas en los noticiarios televisivos en España a través de la definición de los endo- y exo-equilibrios de los contenidos políticos de los noticiarios. Las principales conclusiones del artículo son que los noticiarios que construyen una imagen más equilibrada de la política son los de Televisión Española y Cuatro, mientras que los que construyen una imagen más desequilibrada son los de la Sexta y Canal 9. El porcentaje de noticias dedicadas a la política no depende ni de la titularidad (pública-privada), ni del ámbito de cobertura (estatal-autonómica) del canal. En cambio, sí podemos encontrar una relación en la suma de las noticias de política (*political issues*) y las de gobernanza (*policy issues*).

Palabras clave: agenda temática; calidad informativa; noticias; televisión; política; imagen de la política.

Abstract: In our society the image that citizens have of politics is strongly conditioned by the way politics are represented in the media and, in particular, in TV news programmes. This article, a product of an R&D project funded by the Spanish

Ministry of Education, Social Policy and Sport, analyses the presence and image of political news in eight Spanish TV channels. This article also proposes a new method to measure the quality of political information in Spanish TV news programmes through the definition of the endo- and exo- balances of the political content of news programmes. The main conclusions of this study are that the news programmes of *Televisión Española* and *Cuatro* offer a more balanced image of politics, while the news programmes from *Sexta* and *Canal 9* offer more unbalanced image. The percentage of news devoted to politics does not depend on the channels' ownership (public or private) or broadcast coverage (national or regional). On the other hand, there is a relation between the percentages of political issues and policy issues news presented on television.

Keywords: agenda setting; news quality; news programmes; television; politics; image of politics.

Sumario: 1. Introducción. 2. Marco teórico: la construcción de la realidad social. 3. Metodología y muestra. 3.1. La calidad de la información política. 3.2. Propuesta metodológica de medición del endo- y exo- equilibrios. 4. Resultados. 4.1. Resultados generales. 4.2. La construcción de la imagen de la política. 4.3. La calidad de las noticias sobre política. El exo- y el endo- equilibrios. 4.4. El índice de equilibrio como indicador de la diversidad. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Contents: 1. Introduction. 2. Theoretical framework: the construction of social reality. 3. Method and sample. 3.1. Quality of political information. 3.2. Methodological proposal to measure the endo- and exo-balances. 4. Results. 4.1. General results. 4.2. The construction of the image of politics. 4.3. Quality of political news. The endo- and exo-balances. 4.4. The balance index as an indicator of diversity. 5. Conclusions. 6. Bibliographical references. 7. Notes.

Translation by Cruz **Alberto Martínez-Arcos, Ph.D.**
(Autonomous University of Tamaulipas)

1. Introducción

Los medios de comunicación y la televisión, en particular, tienen en nuestra sociedad contemporánea un enorme protagonismo por lo que se refiere a la construcción de la imagen de la política. En particular, el género del noticiario televisivo juega un papel fundamental en esta construcción y tiene un efecto determinante por lo que se refiere a la imagen que los ciudadanos tienen de la política y de los políticos. Hay numerosa literatura referente a los efectos de los noticiarios en cómo la política es percibida por los miembros de una sociedad. Por lo general, los estudios de la agenda de los noticiarios llegan a conclusiones pesimistas en relación a la democracia y la política.

Entre las tendencias observadas, hay autores que sugieren que el incremento de las noticias de entretenimiento y las “soft news”, en detrimento de las “hard news”, relacionadas con las políticas públicas, tiene efectos negativos en la calidad de la información del discurso público (Bennet, 1983; Postman, 1985; Graber, 1988; Iyengar, 1991; Diamond, 1991; Patterson, 1993; Newton, 1999; Aarts & Semetko, 2003). Otros autores detectan la misma tendencia en lo que llaman la “tabloidización” de las noticias y de la televisión (Langer, 1998; Sparks & Tulloch, 2000), que además de la simplificación de los hechos y sus causas, supedita el interés de la cobertura a la espectacularización de la noticia. Sin embargo, otros autores aprecian aspectos positivos en la información de masas que la televisión proporciona, sin la cual muchos ciudadanos no tendrían acceso a los hechos de interés público o no se sentirían motivados para conocerlos. De hecho, hay autores que han establecido una fuerte correlación entre la atención y exposición a la información mediática y los niveles de participación política y cívica (Norris, 2000), y otros que sugieren una influencia positiva del sensacionalismo en la motivación política de los ciudadanos (Ryu, 1982; Grabe et al., 2001; Winston, 2002; Uribe y Gunter, 2007).

Un aspecto destacable en la influencia de las noticias en la imagen de la política son los cambios producidos en los medios de titularidad pública tras la entrada en escena de las televisiones privadas. En Europa existen estudios relativos a la lógica imitativa producida por las televisiones privadas, como es el caso de Italia y la “logica dell’imitazione” del servicio público (RAI) en relación con el privado Fininvest (Buonanno, 1993; Pozzato, 1995; Demaria *et al.*, 2002)

Respecto a Alemania, Barbara Pfetsch (1996) publicó los resultados de un estudio comparado sobre la representación de la política en la televisión en dos años, 1985/6 (en el momento de la ruptura del monopolio público) y 1993 (una vez consolidado el sistema mixto o dual); sus conclusiones no dejan lugar a dudas sobre el impacto negativo de la presión competitiva sobre la información política así como la reducción de la política “seria” a los noticiarios tradicionales. También se han realizado algunos estudios sobre presencia del llamado “infoentretenimiento” en los informativos líderes de los principales canales europeos.

En el caso de los Estados Unidos, si bien su sistema de televisión no es del tipo dual como en Europa y otras regiones del mundo, los estudios con objetivos afines abundan, como hemos señalado al principio, y aportan algunos elementos conclusivos de interés. Patterson (2000) analizó 5.331 noticias de diversos medios de Estados Unidos, incluidas dos “networks” de TV, entre 1980 y 1999, y demostró que hay suficientes datos para establecer una correlación entre el aumento de las noticias “soft” en los medios y la pérdida de valores en la ciudadanía tales como la confianza en el gobierno o en la honestidad de los políticos o el interés por los asuntos públicos.

2. Marco teórico: la construcción de la realidad social

Los procesos de construcción de la realidad por parte de los medios de comunicación han sido estudiados desde la teoría de la comunicación y desde la sociología fenomenológica, iniciada por Alfred Schütz y continuada por Berger y Luckmann (1967). Desde el ámbito sociológico se ve la realidad como un producto que se construye a partir de las múltiples acciones protagonizadas por los seres humanos. Entre estas acciones hay las llevadas a cabo por los medios de comunicación de masas, las cuales toman una importancia fundamental por su posición central en la mediación simbólica de las experiencias y por su rol, socialmente reconocido y legitimado, de creadores de esquemas públicos de referencia (Grossi, 1985).

La construcción social de la realidad, tal como la definen Berger y Luckmann (1971), es un proceso de institucionalización de las prácticas y de los roles. Uno de estos roles es la actividad periodística, que se considera socialmente legitimada para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes. Para estos autores, los medios de comunicación son instituciones que ofrecen una interpretación determinada de la realidad:

“Estas instituciones cumplen en la época moderna una función esencial en la orientación dotada de sentido, o más precisamente en la comunicación de sentido. Ellas actúan como mediadoras entre la experiencia colectiva y la individual al proporcionar interpretaciones típicas para problemas que son definidos como típicos. Lo que sea que otras instituciones ofrecen a modo de interpretación de la realidad o de valores, los medios de comunicación lo seleccionan y envasan, lo transforman gradualmente y deciden sobre la forma en que lo difundirán.” (Berger y Luckmann, 1997: 98)

Una visión complementaria a la construcción de la realidad a las mencionadas es la noción de “tema” (tematización) propuesta por Luhmann (1978) y desarrollada, entre otras, por autores como Carlo Marletti (1985). Esta aportación es relevante para el objeto de estudio de este artículo. La tematización confiere la capacidad a los medios de comunicación por la selección de un tema poniéndolo en el centro de la atención pública. Marletti sugiere que los medios centran la atención en unos temas y no en otros por una clara vocación de marcar la agenda política en connivencia con el mismo poder político. El autor considera que la tematización, más que la simple exposición supone centrar y construir la atención en estos temas:

“Tematizar significa disponer de criterios no solamente argumentativos, sino de conveniencia útil y de influencia práctica en base a la cual uno determinado tema puede inscribirse a la “agenda política” de una colectividad nacional.” (Marletti, 1985: 25)

En las sociedades postindustriales los medios de comunicación y los aparatos políticos son los que desarrollan fundamentalmente los procesos de tematización (Marletti, 1985). En consecuencia, la función de la tematización es importante porque nos muestra uno de los roles más importantes de los medios: la incidencia directa en el ámbito de la política.

3. Metodología y muestra

En este artículo se utiliza como herramienta metodológica principal la que se enmarca en la tradición de la Agenda-Setting (McCombs & Shaw, 1972; Rogers & Dearing, 1988; McCombs & Bell, 1996; McCombs, Shaw, & Weaver, 1997; Wanta & Ghanem, 2007; McCombs, 2006) que parte de la hipótesis general, introducida por esta escuela a partir de los estudios pioneros de McCombs & Shaw, que establecía una vinculación casi-causal entre la agenda temática de los medios y la agenda pública en un período concreto y para un ámbito determinado de la acción y la comunicación políticas. Como subraya McCombs (2006) la agenda mediática establece la agenda del público, de aquí la importancia de utilizar este método para dar respuesta precisa a nuestra pregunta de investigación. Numerosos estudios y experimentos han demostrado la robustez del fenómeno de la agenda-setting (Behr & Iyengar, 1985; Althaus & Tewksbuty, 2002; Tsfati, 2003; Kiouisis, McDevitt & Wu, 2005; Sheaffer & Weimann, 2005).

La evolución de esta escuela ha conducido a tomar en consideración el análisis de las operaciones y de los efectos del *priming*, del *framing* y del “segundo nivel” de l’*agenda-setting*. La metodología que aquí presentamos se centra, especialmente, en lo que en ciencias sociales y de la comunicación entendemos por “géneros de la realidad” un amplio conjunto de programas y formatos de televisión que se caracterizan por su pretensión de tratar como objeto preferente de atención los asuntos de interés público, y en particular los denominados géneros informativos –en especial, los noticiarios televisivos. Para realizar este análisis se ha partido de una parrilla de de clasificación que puede encontrarse en el anexo del artículo en la que se han dividido las temáticas en dos grandes áreas: las noticias que se refieren a la gobernanza (policy issues) y las referidas a la política (*political issues*), clasificación que tiene una larga tradición en los estudios realizados en el grupo de investigación UNICA de la Universidad Pompeu Fabra (ver Pericot y Capdevila, 2009, y Pallarès, Gifreu y Capdevila, 2007). Un tercer apartado clasifica el resto de temas bajo la categoría de otros. En el caso del presente artículo sólo nos hemos fijado en la segunda de las categorías mencionadas, la de política.

Específicamente, la muestra incluye los noticiarios de *prime time* de los canales de cobertura estatal de las televisiones: TVE, Antena 3 (A3), Telecinco (T5), Cuatro (C4) y La Sexta (La6). Además se ha estudiado los canales autonómicos públicos TV3 (Cataluña), Canal Sur (CS, Andalucía) y Canal 9 (C9, Comunidad Valenciana),

emitidos entre el 8 y el 22 de abril de 2010. Para objetivar esta selección hemos escogido los que tienen más audiencia de España según los datos de la Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC) y su Estudio General de Medios (EGM) ⁱ [1] –datos del resumen general de febrero a noviembre de 2010. Las cifras de audiencia en porcentaje de *share* de los canales nacionales analizados fue: TVE (21,1%), Telecinco (17,4%), Antena 3 (14,4%), La Sexta (6,8%) y Cuatro (6,2%). Además, se ha estudiado los canales autonómicos públicos TV3 (15,9% – Cataluña), Canal Sur (21.6% –Andalucía) y Canal 9 (11.9% –Comunidad Valenciana) con la finalidad de tener una mayor representatividad territorial. Las audiencias de estos canales autonómicos son referidas al ámbito geográfico oficial de cada uno de estos territorios.

La muestra fue seleccionada con el fin de no coincidir con ningún acontecimiento político relevante, es decir se consideró un período de “normalidad” política (fuera de campañas o precampañas electorales), un método habitual en estudios comparados en la tradición de la Agenda-Setting, y que permite manejar un volumen cuantitativo de datos sobre la agenda temática suficiente para sacar conclusiones significativas. Finalmente, otro aspecto a considerar en este trabajo es la propia definición de política o de qué noticias deben ser consideradas como información política. En este sentido, este trabajo se distancia de las definiciones de informaciones políticas como aquellas en las que intervienen actores políticos (Ortells, 2009), dejando a un lado cualquier otra clasificación de la noticia, y considerara noticias de política aquellas en las que se habla estrictamente de la política y distinguiéndolas de las noticias relativas a la gobernanza, en las que también aparecen actores políticos.

En este sentido, nuestra propuesta de definición de las informaciones de política comprende cinco subcategorías de noticias: sistema político, instituciones políticas, reformas institucionales, cultura política, y corrupción y malversación de fondos:

Sistema político: Noticias que se centran en cuestiones referidas a la organización política de una determinada comunidad nacional. Ejemplo: Debate sobre los partidos políticos como organización.

Instituciones políticas: Informaciones que hacen referencia a la sociedad política y a los actores políticos que regulan el orden y la estructura del gobierno en una sociedad. Ejemplo: Sesiones parlamentarias o debate sobre el Estado de la Nación.

Reformas institucionales: Noticias que concentran temáticas sobre la modificación, ampliación o mejora del marco jurídico-institucional. Ejemplo: Reforma de los estatutos de autonomía o del Senado.

Cultura política: Conjunto de informaciones que hacen referencia a las actitudes y concepciones de los ciudadanos respecto a la política. Esto quiere decir, la

calidad democrática, los procesos de participación o los planteamientos novedosos con respecto a la intervención ciudadana en la vida política. Ejemplos: Consultas, referéndums o iniciativas legislativas populares.

Corrupción y malversación de fondos públicos: Noticias sobre casos de corrupción de los actores de la política y de los cargos públicos, tales como: robo, mala gestión, malversación o uso indebido de dinero público. Ejemplo: apropiación de dinero de instituciones públicas para lucrarse particularmente o apropiación de recursos públicos para financiar partidos políticos.

3.1. La calidad de la información política

Tal y como expone Pujadas (2011), la diversidad es un indicador de la calidad de los contenidos, de la programación, de las cadenas o del sistema mediático en su conjunto. En este sentido, la autora aporta una base teórica de los límites de lo que debemos entender por televisión de calidad. Los noticiarios no son una excepción, tanto en la producción de las noticias, en el discurso periodístico, o en la diversidad de los temas tratados. La política, y la imagen que a través de los noticiarios se construye de ella, dependen de la diversidad de la tematización. Debemos suponer, pues, un equilibrio entre las diferentes temáticas relativas a lo que hemos definido por política, así como un equilibrio entre las grandes temáticas de los informativos. De esta misma manera, Pujadas apunta que el equilibrio de puntos de vista en los programas informativos es considerado un factor de calidad (2011: 191), aspecto que nosotros ampliamos al de temática. El equilibrio en las temáticas –definido por la selección y la tematización del *gatekeeper*, que debe realizar su trabajo de forma equitativa (León Gross, 2006)–, pues, será el indicador propuesto por esta investigación en la definición de la calidad de los informativos televisivos analizados.

3.2. Propuesta metodológica de medición del endo- y exo- equilibrios

En este artículo definiremos dos tipos diferentes de equilibrio. El primero es el que hemos llamado exo-equilibrio, y que viene determinado por la propia investigación. El punto de equilibrio de cada subcategoría (n) es igual a 100 dividido por el número de subcategorías (N):

$$P_{x_n} = 100/N$$

En este caso, pues, en el exo-equilibrio a cada subcategoría le correspondería un 20% de las noticias de la categoría temática, puesto que se han definido 5 subcategorías (N=5), tal y como se ha indicado en el apartado anterior. Es, pues, un punto de equilibrio *a priori*, sin tener en cuenta los resultados de los análisis de contenido de los noticiarios, y supone una distribución equitativa de las noticias entre las subcategorías definidas, sin aportar una distinción cualitativa entre ellas.

Por el contrario, en el caso del segundo punto de equilibrio definido, al que hemos llamado endo-equilibrio, el punto de equilibrio viene determinado por la proporción media de cada una de las subcategorías en el conjunto de los noticiarios analizados. De esta manera, el punto de endo-equilibrio de una subcategoría n en concreto (Pd_n) será la suma de las noticias de dicha subcategoría de todos los canales $\sum_{i=1}^m T_n^i$ (m es el número de canales y T_n^i el número de noticias de la categoría n en el canal i), dividida por el número total de noticias de la categoría política $\sum_{i=1}^m T^i$.

$$Pd_n = \frac{\sum_{i=1}^m T_n^i}{\sum_{i=1}^m T^i}$$

Estos índices de equilibrio permiten analizar la desviación de cada canal respecto a los puntos de equilibrio especificados y cómo eso influye en la imagen que cada canal construye de la política.

La siguiente figura resume gráficamente la propuesta metodológica de la investigación



Figura 1. Mapa conceptual de la construcción de la realidad política a través de los noticiarios televisivos

4. Resultados

Los datos que presentamos en este artículo son el resultado del análisis de las noticias de los noticiarios televisivos de *prime time* de los ocho canales de la muestra. En el epígrafe 4.1 se presentan los resultados generales en cuanto a las categorías propuestas

(*presencia* de noticias de la categoría política); en el epígrafe 4.2, los resultados de la categoría política en cada uno de los noticiarios analizados (*construcción* de la imagen de la política) y, finalmente, en el epígrafe 4.3, las proporciones de las noticias de las cinco subcategorías de política definidas (*diversidad* y *calidad* de las noticias sobre la política). En este tercer punto definiremos los índices endo- y exo- equilibrios de cada uno de los noticiarios televisivos analizados, así como un índice general que nos dará una idea de la calidad de las noticias de política en cada uno de los canales.

4.1. Resultados generales

La muestra analizada en este estudio constaba de un total de 2.566 noticias distribuidas de la siguiente manera: TVE (383), T5 (335), A3 (324), La6 (267), C4 (242), TV3 (232), C9 (374) y CS (409).

En la tabla 1 se muestra el porcentaje de las noticias dedicadas a la política en cada uno de estos canales.

	TVE	T5	A3	La6	C4	TV3	C9	CS
% Política	17,0	9,0	11,7	17,6	19,8	22,8	15,8	14,7

Tabla 1. Porcentaje de noticias de política en los noticiarios televisivos en España.

Y en la siguiente tabla, los porcentajes referidos a las otras dos grandes categorías del análisis, que no se analizan en este estudio.

	TVE	T5	A3	La6	C4	TV3	C9	CS
% Gobernanza	15,1	11,9	10,8	7,9	9,9	18,5	20,9	24,7
% Economía, sociedad, cultura, sucesos y deportes	67,9	79,1	77,5	74,5	70,2	58,6	63,4	60,6

Tabla 2. Distribución de las informaciones no políticas en los noticiarios televisivos en España.

En la figura 2 se observa la distribución de las tres grandes temáticas en los ocho canales en conjunto. La política representa un 15% de todas las informaciones, mientras que la gobernanza un 16% y el resto de informaciones económicas, sociales, culturales, sucesos y deportes un 69%.ⁱⁱ [2]

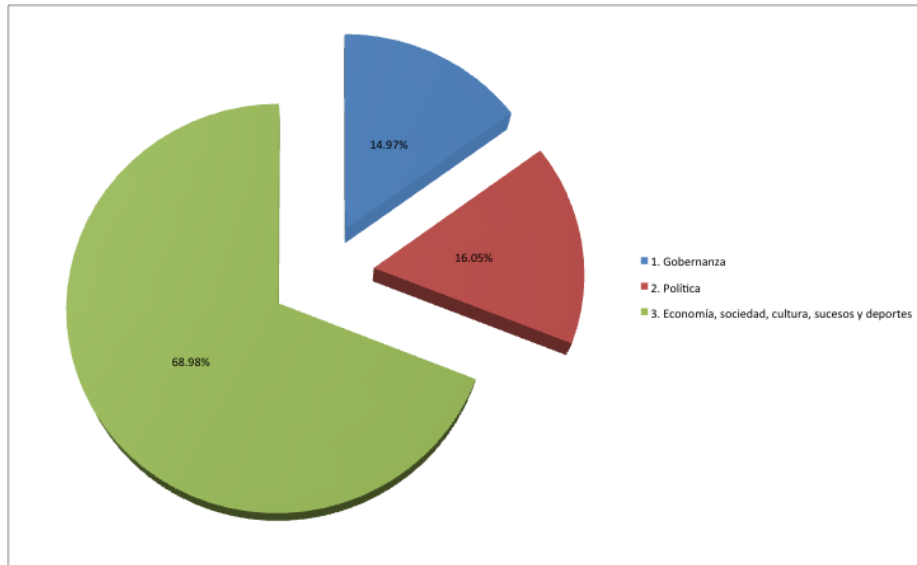


Figura 2. Distribución global de las informaciones sobre política en los noticiarios televisivos en España.

4.2. La construcción de la imagen de la política

La imagen de la política construida por los noticiarios televisivos viene determinada por la distribución de las diferentes temáticas relacionadas con la política. La distribución general de las cinco subcategorías temáticas de política definidas anteriormente nos da una idea de cuál es la imagen de la política que se desprende de los noticiarios analizados en su conjunto (figura 3).

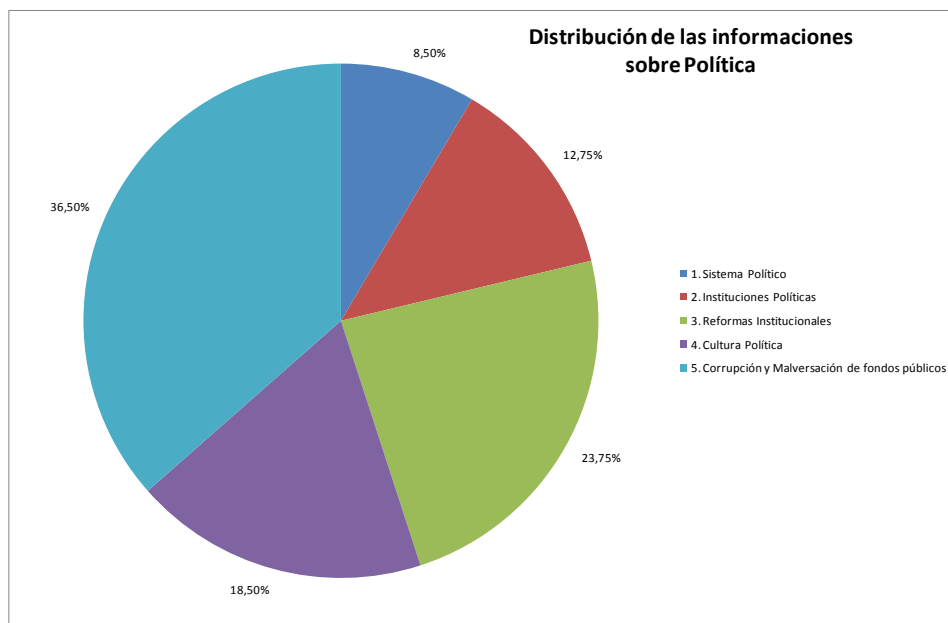


Figura 3. Distribución de las informaciones sobre política en los noticiarios televisivos en España.

	TVE	T5	A3	La6	C4	TV3	C9	CS
Sistema político	6,2	3,3	10,5	6,4	6,3	18,9	5,1	10
Instituciones políticas	16,9	16,7	13,2	8,5	12,5	5,7	6,8	21,7
Reformas institucionales	26,2	13,3	10,5	8,5	22,9	39,6	54,2	3,3
Cultura política	18,5	23,3	21,1	17	20,8	13,2	17	20
Corrupción y malversación de fondos públicos	32,3	43,3	44,7	59,6	37,5	22,6	17	45

Tabla 3. Noticias de la categoría política y porcentajes en los noticiarios televisivos en España

De la tabla 3 podemos observar que la subcategoría temática con mayor proporción de noticias es la de corrupción y malversación de fondos, excepto en los casos de C9 y TV3. En particular, las noticias sobre esta temática son casi el 60% de las noticias de política de La6, más del 40% en A3, T5 y CS, y el 32% en el caso de TVE. Por el contrario, las categorías de sistema político e instituciones políticas están muy por debajo del resto en prácticamente todos los canales. Como veremos en el siguiente apartado, estos resultados nos indican que, en general, la política en los noticiarios españoles se construye en torno a la corrupción y malversación de fondos, y en menor grado en las reformas institucionales y la cultura política.

4.3. La calidad de las noticias sobre política. El exo- y el endo- equilibrios

Tal y como se ha indicado en el apartado de metodología, una de las aportaciones de este estudio es la definición de dos equilibrios que nos servirán como indicadores de la diversidad (y, por lo tanto, de la calidad) de la información política en los noticiarios televisivos, y que nos permitirán visualizar la imagen de la política construida en estos noticiarios a partir de las desviaciones respecto a tales equilibrios. En la tabla 4 se observan los porcentajes de noticias de cada una de las cinco subcategorías de la categoría política. En el exo-equilibrio, las cinco subcategorías tienen un mismo peso (el 20%), que son los puntos de equilibrio calculados a partir de la fórmula

$$Px_n = 100/N$$

En el endo-equilibrio, resultado de calcular las medias entre los 8 noticiarios de cada una de las subcategorías con la fórmula

$$Pd_n = \frac{\sum_{i=1}^m T_n^i}{\sum_{i=1}^m T^i}$$

hay variaciones notables en los porcentajes de cada una de ellas, como ya hemos visto en la figura 3. En la figura 4 se muestran las desviaciones de cada una de las categorías en el endo-equilibrio respecto al exo-equilibrio.

POLITICA	Exo-equilibrio P _{x_n} (%)	Endo-equilibrio P _{d_n} (%)
Sistema político	20	8,5
Instituciones políticas	20	12,75
Reformas institucionales	20	23,75
Cultura política	20	18,5
Corrupción y malversación de fondos públicos	20	36,5

Tabla 4. Exo- y endo- equilibrio en las subcategorías de Política en los noticiarios televisivos en España

Como se observa en la tabla anterior, los porcentajes de noticias de cada una de las subcategorías varían sensiblemente entre el equilibrio definido por la investigación (exo-) y el equilibrio definido por las proporciones de noticias en el conjunto de los noticiarios analizados (endo-). En la figura 5 se visualiza este diferencial entre ambos puntos de equilibrio, que es el resultado de restar los puntos del endo-equilibrio de los puntos del exo-equilibrio. Una primera conclusión es que en el endo-equilibrio las dos primeras subcategorías tienen una presencia notablemente menor que en el exo-equilibrio, mientras que en la categoría de corrupción y malversación de fondos públicos la presencia en el endo- es mucho mayor que en el exo-equilibrio. Tal y como hemos comentado, este es un primer indicador de que la construcción de la imagen de la política se desplaza hacia la temática de la corrupción.

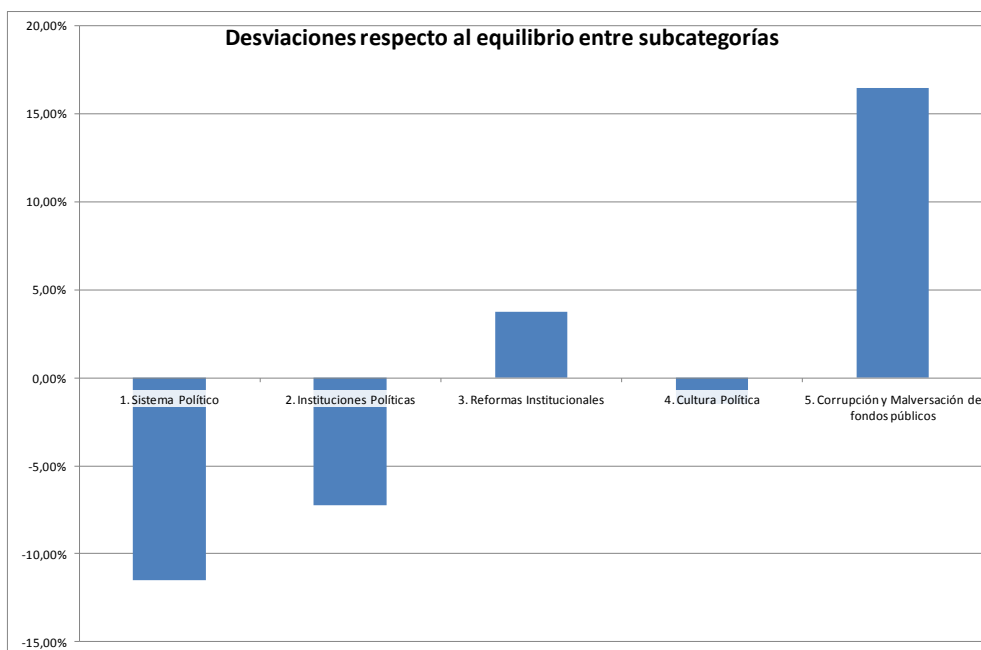


Figura 4. Diferenciales de las subcategorías de Política en los noticiarios de TV en España respecto al exo-equilibrio

Las siguiente tablas muestran las desviaciones de cada una de las subcategorías por cada canal respecto a los puntos de equilibrio exo- (tabla 5) y endo- (tabla 6).

%	TVE	T5	A 3	La6	C4	TV3	C 9	C S
Sistema político	-13,9	-16,7	-9,5	-13,6	-13,8	-1,1	-14,9	-10,0
Instituciones políticas	-3,1	-3,3	-6,8	-11,5	-7,5	-14,3	-13,2	1,7
Reformas institucionales	6,2	-6,7	-9,5	-11,5	2,9	19,6	34,2	-16,7
Cultura política	-1,5	3,3	1,1	-3,0	0,8	-6,8	-3,1	0,0
Corrupción y malversación de fondos públicos	12,3	23,3	24,7	39,6	17,5	2,6	-3,1	25,0

Tabla 5. Desviaciones del equilibrio exo- en las subcategorías de política

Se observa que los noticiarios televisivos dedican, en general, menos noticias a las temáticas de sistema político, instituciones políticas y cultura política y, en cambio, dedican un número mayor de noticias a la corrupción y la malversación de fondos públicos con la única excepción de Canal 9. En cambio, la subcategoría de reformas institucionales es la que sigue un comportamiento más desigual, con canales en las que tiene una presencia muy por encima del punto de exo- equilibrio (Canal 9 y TV3), y canales en los que está muy por debajo (Canal Sur, La Sexta y Antena 3).

%	TVE1	T5	A 3	La6	C4	TV3	C 9	CS
Sistema político	-2,4	-5,2	2,0	-2,1	-2,3	10,4	-3,4	1,5
Instituciones políticas	4,2	3,9	0,4	-4,2	-0,3	-7,1	-6,0	8,9
Reformas institucionales	2,4	-10,4	-13,2	-15,2	-0,8	15,9	30,5	-20,4
Cultura política	-0,0	4,8	2,6	-1,5	2,3	-5,3	-1,6	1,5
Corrupción y malversación de fondos públicos	-4,2	6,8	8,2	23,1	1,0	-13,7	-19,6	8,5

Tabla 6. Desviaciones del equilibrio endo- en las subcategorías de política

Respecto al endo- equilibrio, el definido por la distribución de las temáticas en los ocho noticiarios analizados, se observa, obviamente, una distribución más dispar entre los canales. La disparidad es particularmente acentuada en las subcategoría de reformas institucionales –con cuatro canales, T5, A3, La6 y CS con una presencia muy por debajo del equilibrio, y dos, Canal 9 y TV3, muy por encima de él; y en la subcategoría de corrupción y malversación de fondos, con un canal, La6, con una presencia muy por encima del endo-equilibrio, y dos, TV3 y Canal 9, muy por debajo.

En las figuras 5 y 6 se muestran las desviaciones del exo- y del endo- equilibrios por cada una de las subcategorías, para los 8 canales analizados.

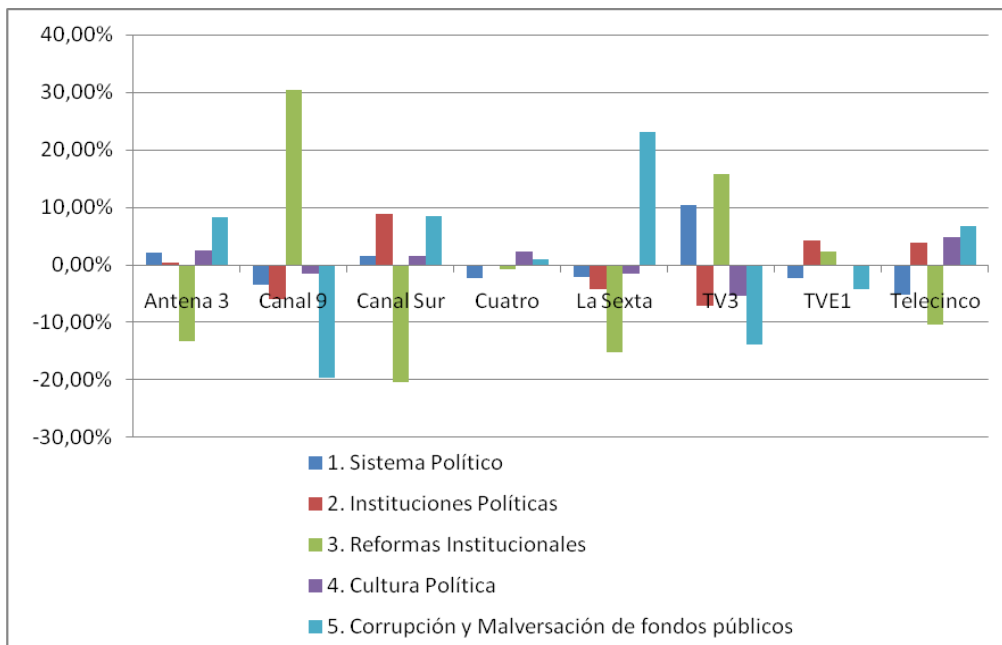


Figura 5. Desviaciones respecto al exo-equilibrio de las subcategorías de Política por canal

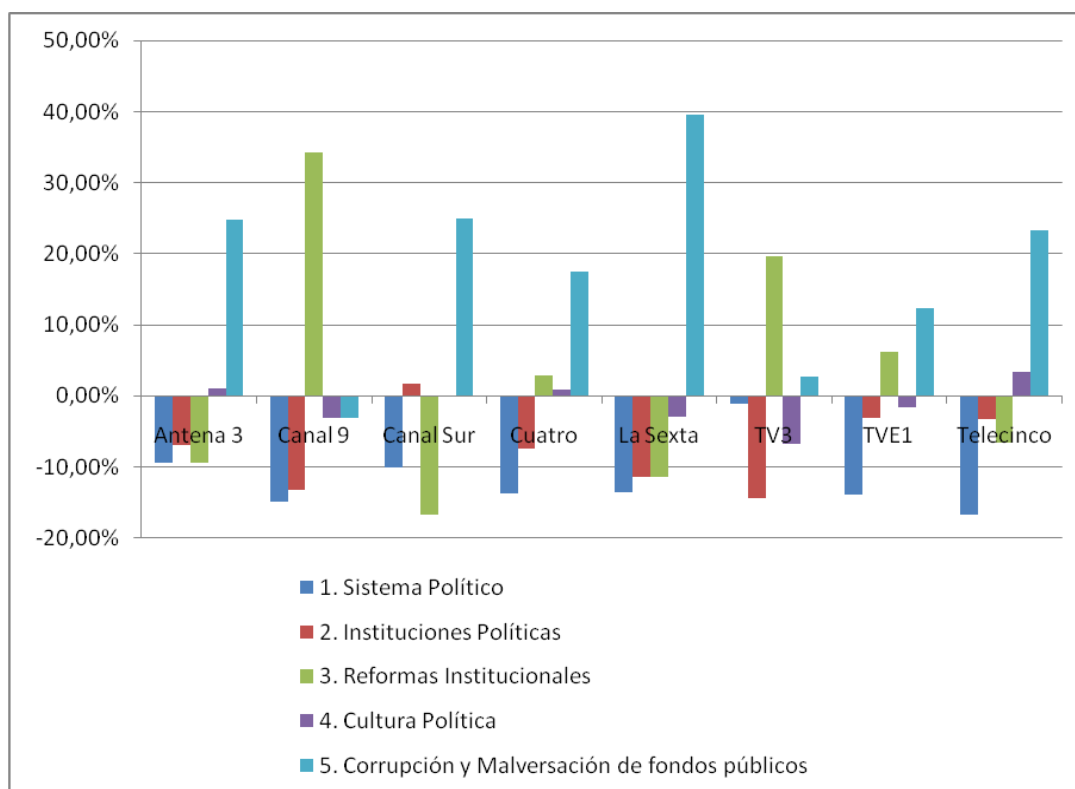


Figura 6. Desviaciones respecto al endo-equilibrio de las subcategorías de Política por canal

4.4. El índice de equilibrio como indicador de la diversidad

A partir de los datos obtenidos en la investigación y que se muestran en las tablas 7 y 8, definimos los índices de equilibrio como las desviaciones estándar de cada uno de los canales. De esta forma, obtenemos dos índices: el índice de exo-equilibrio y el índice de endo-equilibrio, como indicadores de la calidad de las informaciones sobre la temática política.

	TVE	T5	A3	C4	La6	TV3	CS	C9
Índice de equilibrio (EXO)	0,10	0,15	0,14	0,12	0,22	0,13	0,16	0,20
Índice de equilibrio (ENDO)	0,03	0,07	0,08	0,02	0,14	0,13	0,12	0,18

Tabla 7. Índices de exo- y endo- equilibrio de los noticiarios televisivos

A partir de estos índices, se define el índice de equilibrio general como la media los equilibrios exo- y endo-, obteniéndose los siguientes resultados:

	TVE	T5	A3	C4	La6	TV3	CS	C9
Índice de equilibrio	0,07	0,11	0,11	0,07	0,18	0,13	0,14	0,19

Tabla 8. Índices de equilibrio de los noticiarios televisivos

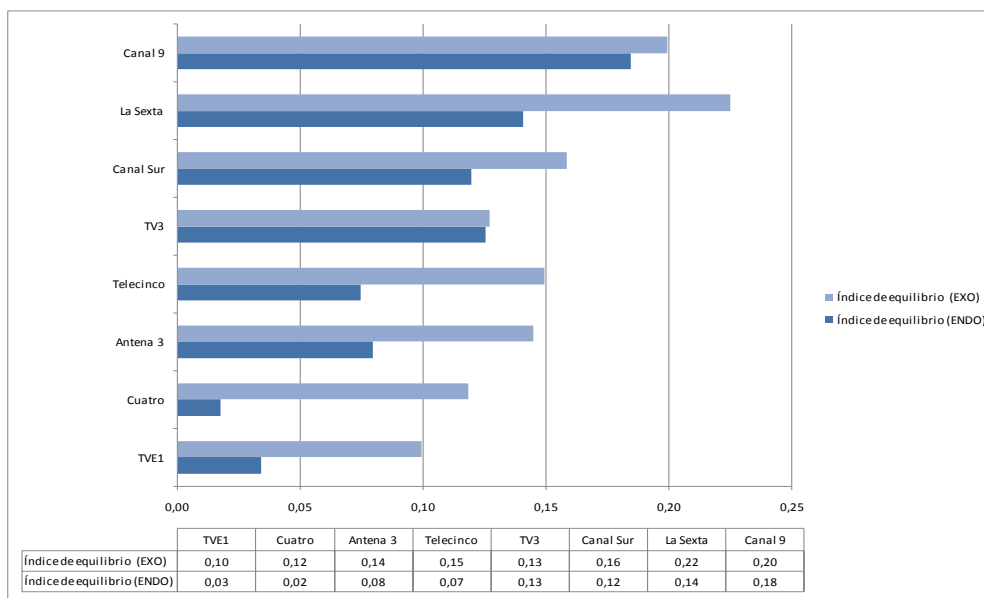


Figura 7. Índices de equilibrio endo y exo en la información política de los noticiarios de TV en España

De esta manera, los resultados (ver figura 7) nos muestran que las dos cadenas más equilibradas y que, en consecuencia, tienen, en un principio, una información política

de mejor calidad y construyen una imagen más equilibrada de la política, son TVE y C4 (0,7). A continuación están A3, T5, TV3 y CS (un índice de equilibrio general entre 0,11 y 0,14). Y, finalmente, las dos cadenas con una información política más desviada de los dos equilibrios definidos y que, en consecuencia, construyen también una imagen más desequilibrada de la política, son, de forma destacada, La6 (0,18) y C9 (0,19). En este último caso, La6 construye una imagen de la política muy desviada hacia la temática de la corrupción y la malversación de fondos, mientras que C9 dedica muy pocas noticias a esta temática y si en cambio a las reformas institucionales.

5. Conclusiones

El presente artículo tiene tres objetivos principales. En primer lugar, comprobar la presencia de la política en los noticiarios televisivos en España; en segundo, cómo se construye la imagen de la política a través de estos noticiarios; y la tercera, la definición de unos índices de equilibrio que permitan determinar qué canales ofrecen una información política de mayor calidad, atendiendo a la diversidad y proporción de las diferentes subcategorías temáticas de la categoría política.

En cuanto a la presencia de la política en los noticiarios televisivos, hemos podido comprobar que, excepto en el caso de T5 y A3, con un 9% y un 11,7% de noticias dedicadas a la política, en el resto de canales entre el 15% y el 23% de las noticias están dedicadas a esta temática. Una primera conclusión al respecto es que el porcentaje de noticias dedicadas a la política no depende ni de la titularidad (pública-privada), ni del ámbito de cobertura (estatal-autonómica) del canal. En cambio, sí podemos encontrar una relación en la suma de las noticias de política (*political issues*) y las de gobernanza (*policy issues*) (tabla 9). En este caso, las cadenas con más noticias sobre política y gobernanza son las autonómicas (de titularidad pública y cobertura autonómica) –TV3, CS y C9– seguidas de TVE (pública de cobertura estatal). En cambio, las cadenas privadas dedican mucho menos espacio a la política y la gobernanza (entre el 20,9% y 29,2%). En España, pues, en los noticiarios de las cadenas públicas la proporción de noticias sobre política y gobernanza es mayor que en el caso de las cadenas privadas.

	TVE	T5	A3	La6	C4	TV3	C9	CS
% Política + Gobernanza	32,1	20,9	22,5	25,5	29,8	41,4	36,7	39,4

Tabla 9. Porcentaje de noticias de política y gobernanza en los noticiarios televisivos en España

Hemos dividido la categoría temática de política en cincoⁱⁱⁱ [3] subcategorías: sistema político, instituciones políticas, reformas institucionales, cultura política y, corrupción y malversación de fondos públicos. En el estudio que se ha llevado a cabo se observa que la imagen de la política se construye, sobre todo, a partir de la categoría de corrupción y malversación de fondos públicos, que concentra un 36,5% del total de noticias, seguida de las subcategorías reformas políticas 23,75%, cultura política 18,50%, instituciones políticas 12,75%, y sistema político 8,5%. Las cadenas privadas son la que con mayor proporción construyen la imagen de la política a través de la corrupción –La6 (59,6%), A3 (44,7%), T5 (43,3) o C4 (37,5%)–, excepto en el caso de CS. Por el contrario, las reformas institucionales ocupan una proporción mayor en los canales públicos: C9 (54,2%), TV3 (39,6%), y TVE (26,2%). La subcategoría de cultura política es especialmente tratada en las noticias de T5 (23,3%) y A3 (21,1%), mientras que en TV3 (13,5%) y TVE1 (18,5%) son las cadenas con menos noticias que tratan este aspecto. Las subcategorías de instituciones políticas y sistema político tienen un tratamiento dispar entre televisiones públicas y privadas. Así CS es la televisión que más noticias de instituciones políticas con un 21,7%, mientras que TV3 es la televisión que presta más atención a la subcategoría de sistema político. Sin embargo, a partir de estos datos no podemos concluir que, en términos generales, exista una diferencia entre la construcción de la imagen de la política por las cadenas privadas, y la imagen construida por las cadenas públicas.

Por ello, para establecer un mejor indicador de la construcción de la imagen de la política en los noticiarios de los diferentes canales, hemos definido los índices del exo- y el endo-equilibrios. A partir de estos índices podemos cuantificar la diversidad y la calidad de las informaciones sobre política, e identificar qué canales se acercan más a los puntos de equilibrio (y que, por lo tanto, construyen una imagen de la política también más equilibrada), y aquellos que se alejan más de él. Además, a partir de los dos índices hemos definido un índice general de equilibrio, que puede ser utilizado en el resto de las temáticas de los noticiarios. En el caso de la muestra de este estudio, los índices de equilibrio nos han permitido distinguir tres grandes segmentos entre los 8 canales: el primero está formado por los dos canales con una información política más equilibrada (TVE y C4), el segundo por aquellos canales con una información política relativamente equilibrada (A3, T5, TV3 y CS) y, finalmente, un segmento formado por La6 y C9, con una información política muy desequilibrada. Así pues, a pesar de no haber podido identificar una relación directa entre la titularidad y la cobertura territorial de los canales y de la imagen de la política construida, sí hemos podido definir un indicador de la calidad de la información política. En los tres segmentos resultantes (muy equilibrada, equilibrada, poco equilibrada) hay tanto canales públicos como privados, estatales y autonómicos. En términos generales, la corrupción es la temática que más desequilibrios provoca (tanto por exceso, como es el caso de La6 (+23,1), como por defecto, como es el caso de C9 (-19,6). La segunda subcategoría temática en la que más desequilibrios se observan es la de reformas institucionales, y también por exceso –TV3 (+15,9), C9 (+30,5)– como por defecto –CS (-20,4), La6 (-

15,2). No es el objetivo de este artículo relacionar estos desequilibrios con características de la propiedad de los medios y sus vinculaciones con determinados sectores políticos. A pesar de ello, hay de destacar que, aunque en un principio la muestra fue recogida teniendo en cuenta que no hubiera hechos políticos destacables por encima de lo normal, la deliberación sobre la sentencia del *Estatut de Catalunya* o el caso *Gürtel* pueden haber sido motivos de parte de la distribución de noticias en los diferentes noticiarios. En este sentido, el presente trabajo debe ser completado en un futuro con una nueva investigación con los mismos canales y los mismos noticiarios, y establecer un estudio complementario y a la vez comparativo de las temáticas políticas.

- Este artículo es producto del proyecto de investigación I+D+i *Televisión y deliberación política. La construcción del espacio público a través de los géneros televisivos de la realidad en España* ([CSO2008-02589](#)), financiado por el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte. (Otros justificantes, [aquí](#) y [aquí](#)).

6. Referencias bibliográficas

- Aarts, K. & Semetko, H. A. (2003): “The Divided Electorate. Media Use and Política Involvement, *The Journal of Politics*, 65(3), 759-784.
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2002): “Agenda setting and the ‘new’ news. Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times”. *Communication Research*, 29, 180–207.
- Behr, R. L., & Iyengar, S. (1985): “Television news, real-world cues, and changes in the public agenda”. *Public Opinion Quarterly*, 49, 38–57.
- Bennet, L.B. (1983): *News: the Politics of Illusion*, New York, Longman.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1971): *The Social Construction of Reality: a treatise in the sociology of knowledge*. London: Penguin Books.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós.
- Buonano, M. (1993): Non é la stessa storia (*La fiction italiana, l'Italia nella fiction. Anno Quarto*), Roma, Rai-Nuova ERI, (RAI-VQPT 117);

- Demaria, C.; Grosso, L.; Spaziante, L. (2002): *Reality Tv. La televisione ai confini della relata* (n° 190);
- Diamond E. (1991): *The Media Show*, Cambridge Mass., MIT Press.
- Grabe, E.; Zhou, S.; Barnett, B. (2001): “Explicating Sensationalism in Televisión News Content and the Bells ad Whistles of Form”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 45(4), 635-655.
- Graber, D. (1988): *Processing News*, New York, Longman.
- Grossi, G. (1985): *Reppresentanza e rappresentazione*. Milà: Franco Angeli.
- Iyengar, S. (1991): *Is Anyone Responsible?: How Televisión Frames Political Issues*, Chicago, Chicago University Press, 1991.
- Kiousis, S., McDevitt, M., & Wu, X. (2005): “The genesis of civic awareness: Agenda setting in political socialization”. *Journal of Communication*, 55, 756–774.
- Langer, J. (1998): *Tabloid Televisión: Popular Journalism and the ‘Other News’*, London, Routledge.
- León-Gross, T. (2006): “La agenda de los noticiarios”, en Díaz Nosty, B. (dir.): *Tendencias '06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Luhmann, Niklas (1997): *Observaciones de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Marletti, C. (1985): *Prima e dopo: tematizzazione e comunicazione politica*. Torino: ERI
- McCombs, M. E.; Shaw, D. L. (1972): “The agenda-setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187.
- and Bell, T. (1996): “The agenda-setting role of mass communication”. En M. Salwen & D. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 93–110): Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- and Shaw, D. L.; Weaver, D. (1997): *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, London: Lawrence Erlbaum.
- (2006): *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós

- Newton, K. (1999): “Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?”, *British Journal of Politics*, 29, 577-599.
- Norris, P. (2000): *A Vituous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge (UK)/New York, Cambridge University Press.
- Ortells, S. (2009): La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 341 a 353. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 29.11.11, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html.
- Pallarès, F.; Gifreu, J.; Capdevila, A. (eds.) (2007): *De Pujol a Maragall. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2003*. Girona: Documenta Universitaria.
- Patterson, T.E. (2000): “Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy—And What News Outlets Can Do About It”, The Joan Shorenstein Center, Harvard University.
- Patterson, O. (1993): *Out of Order*. New York: Knoff.
- Pericot, J.; Capdevila, A. (eds.) (2009): *L’espectre del tripartit. Comunicació i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2006*. Girona: Documenta Universitaria.
- Pfetsch, B. (1996): “Convergence Through Privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany”, *European Journal of Communication*, 11(4), 427-451.
- Postman, N. (1985): *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books.
- Pozzato, M. P. (1995): *Lo spettatore senza qualita: Competenze e modelli di pubblico rappresentati in TV (RAI VQPT)*.
- Pujadas, E. (2011): *La televisión de calidad*. Barcelona: Aldea global.
- Rogers, E. M.; Dearing, J. W. (1988): “Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?” En J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook* (Vol. 11). Newbury Park: Sage.
- Ryu, J. S. (1982): “Public Affairs and Sensationalism in Local TV News Programs”, *Journalism Quarterly* 59 (1), 74-78.

- Sheafer, T., & Weimann, G. (2005): “Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results: An analysis of four Israeli elections”. *Journal of Communication*, 55, 347–365.
- Sparks, C. & Tulloch, J. (eds) (2000): *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*, Lanham, MD, Rownam and Littlefield.
- Tsfati, Y. (2003): “Does audience skepticism of the media matter in agenda setting?” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 47, 157–176.
- Uribe R. & Gunter B. (2007): “Are ‘Sensational? News More Likely to Trigger Viewers’ Emotions than Non-Sensational News Stories?: En Content Análisis of British TV News”, *European Journal of Communication* 22(2), 207-228.
- Wanta, W.; Ghanem, S. I. (2007): “Effects of agenda-setting”. En R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen & J. Bryant (Eds.), *Mass media effects research. Advances through meta-analysis* (pp. 37–51). New York, London: Lawrence Erlbaum.
- Winston, B. (2002): “Towards Tabloidization? Glasgow Revisited, 1975-2001”, *Journalism Studies* 3(1), 5-20.

7. Notas

ⁱ Datos extraídos del documento: Marco General de los medios en España 2011 (datos referidos al año 2010). *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*, Capitán Haya, 61 28020 Madrid. <http://www.aimc.es>

ⁱⁱ Las noticias pertenecientes a estas subcategorías no han sido detalladas ya que no forman parte del objeto de estudio del proyecto del que forma parte este artículo (hacer referencia a TEDEPO)

ⁱⁱⁱ En el apartado 3.2 están debidamente definidas las cinco subcategorías propuestas en esta investigación.

BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

F Guerrero-Solé, C Pont-Sorribes y M Palencia-Lefler (2013): “La construcción de la imagen de la política en los noticiarios televisivos en España. Exo- y endo- equilibrios de la calidad de la información política”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 167 a 188 recuperado el ____ de ____ de 2_____, de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/973_Pompeu/07_Palencia.html
DOI: [10.4185/RLCS-2013-973/CrossRef link](https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-973/CrossRef)

Artículo recibido el 26 de diciembre de 2012. Sometido a pre-revisión el 28 de diciembre. Enviado a revisores el 28 de diciembre. Aceptado el 14 de febrero de 2013. Galeradas telemáticas a disposición de los autores el 19 de febrero de 2013. Visto bueno de los autores: 19 de febrero de 2013. Publicado el 20 de febrero de 2013.

Nota: el [DOI](#) es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.
