

Modelo de análisis para conocer la calidad de la programación informativa en televisión

1. Introducción

En esta comunicación se expone la metodología empleada en el estudio de la programación informativa de las televisiones locales de Castilla y León, contenido en el que se fundamenta la tesis doctoral de la autora y su reciente publicación, en la que ofrece nuevos datos y conclusiones¹. El objetivo es, por tanto, la exposición de cómo se ha llevado a cabo esta investigación y no la presentación de sus resultados. Debido al carácter extenso y complejo del trabajo, y a que existen muy pocas aportaciones sobre el tema, se realizan diferentes tareas de investigación, lo que permite ofrecer una visión interesante de cómo se pueden combinar y complementar diferentes modos de análisis para conocer en profundidad un objeto de estudio.

Además, se describe detalladamente cómo se diseña y aplica un método en concreto, el análisis de contenido, que se utiliza en este trabajo para determinar la calidad de los noticiarios de producción propia de estas cadenas. Se parte de la idea de que el análisis de la información local de producción propia va a permitir obtener algunas respuestas importantes a la pregunta de cómo son los contenidos de las televisiones locales. Se considera que una programación de producción propia es un requisito fundamental para que un medio lleve a cabo una auténtica comunicación de proximidad y que es a través de estudio de ésta, y particularmente de la información, como se puede conocer cómo es la calidad de la comunicación local de estos medios.

2. Descripción general de la metodología del estudio

Para entender la metodología empleada en esta investigación, hay que tener en cuenta que el estudio puede dividirse en dos partes principales:

En la primera parte, el objetivo es conocer la situación de partida, cuáles son los principales antecedentes teóricos sobre el tema y cuáles son las características generales de la televisión local en España. Además, se pretende concretar el perfil de este medio en la región castellano leonesa y sus principales estrategias de programación.

¹ Iglesias Cruz, Zulima: *Televisión local y contenidos informativos: el caso de los noticiarios en Castilla y León*, Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2004; Iglesias Cruz, Zulima: *La información en la televisión local. Las emisoras de Castilla y León*, Fragua, Madrid, 2006.

Para ello, se realizan progresivamente varios trabajos de investigación, análisis que permiten avanzar en el estudio y que desembocan en la segunda parte de la investigación, el análisis de contenido de los noticiarios locales.

En primer lugar, se realiza una revisión y descripción de las principales aportaciones sobre el objeto de estudio para poder concretar el concepto de televisión local en que se quiere fundamentar el trabajo. A partir de ello, se hace referencia a cuáles deben ser las principales funciones de una verdadera *información de proximidad* y se propone una clasificación de las televisiones locales dada su gran heterogeneidad. El fin es establecer una tipología que permita determinar cuáles son los tipos de *televisiones de pequeña escala*.

Después de hacer un repaso general por la situación en Europa, el trabajo se centra en la descripción del panorama de la televisión de proximidad en España. En esta parte, uno de los trabajos centrales se basa en el análisis de la información suministrada por los censos de 1996, 1999 y 2002, de la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)*. Esta institución realiza progresivos estudios sobre los rasgos principales de las televisiones locales en el país a través de unos cuestionarios a los que responden los responsables de cada emisora local. A pesar de que son los trabajos más completos sobre la realidad de la televisión local en España, esta asociación se limita a ofrecer los datos obtenidos sin extraer las conclusiones al respecto. Por ello, se decide elaborar e incluir en esta investigación un extenso análisis de estos resultados a partir del cual se concreten los rasgos principales de estos medios y en el que se compare la situación de las distintas Comunidades.

El acercamiento a la realidad general de la televisión local en España permite conocer el contexto en el que se desarrolla la actividad de las emisoras locales de la Comunidad *protagonista* del estudio, Castilla y León. Sobre esta Comunidad, se determina cuáles son las estrategias de programación y cómo son los contenidos de las emisoras locales a través del análisis de sus parrillas de programación. Este trabajo permite conocer datos nuevos: cuánto tiempo se destina a las ventanas de emisión local y, concretamente, a la producción propia. Además –y es lo más importante– concreta cuánto tiempo dedican las emisoras a la difusión de noticiarios locales y cuáles son las características más importantes de estos programas.

Después de revisar y presentar los datos de los distintos censos que ofrecen información sobre la televisión local en la Comunidad castellano leonesa, y después de confirmar la falta de exactitud de sus resultados, se opta también por elaborar un estudio propio que permita determinar el número concreto de televisiones locales que existen en Castilla y León y sus rasgos principales. Gracias a la elaboración de este trabajo, finalmente se logra concretar el universo de emisoras locales en la Comunidad a partir del cual seleccionar la muestra para el análisis de contenido de los

noticiarios. Para determinar la cifra exacta de emisoras locales en la Comunidad, se utiliza como referencia el concepto de televisión local defendido a partir de la revisión anterior de las aportaciones teóricas previas. A través de esta investigación, se conocen cuántas son las horas de producción propia de las emisoras y el tiempo dedicado a los noticiarios locales por parte de cada medio.

El método utilizado para llevar a cabo este censo se basa en la elaboración de un cuestionario propio dirigido a cada emisora. Para determinar las preguntas que se incluyen, se tiene en cuenta los datos solicitados en los estudios de la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*, a los que se añaden otras cuestiones necesarias para esta investigación. El resultado es el siguiente:

CUESTIONARIO CENSO DE TELEVISIONES LOCALES CASTILLA Y LEÓN

1. Nombre legal de la emisora:
2. Dirección:
 - Calle:
 - Ciudad:
 - Provincia:
 - Teléfonos:
 - Fax:
 - Correo electrónico:
 - Página Web:
3. Emiten vía Internet:
4. Año de comienzo de las emisiones:
5. Nombre del director/a:
6. Titularidad de la cadena: Privada: Municipal: Mixta: Otra:
7. Asociación/es a las que pertenece:
8. Grupo empresarial al que pertenece:
9. Días de emisión a la semana:
10. Horario de emisión:
11. Horas en total de producción propia diaria:
12. Horario y duración de los noticiarios:
 - Mañana:

Tarde:

Noche:

13. Principales empresas proveedoras de programación ajena:

14. Comercialización como productora:

15. Intercambio de programación con otras emisoras:

16. Área de cobertura en kilómetros:

17. Tipo de sistema de distribución de la señal:

Terrestre: Cable: Satélite: Otras:

18. Emiten publicidad: Sí/No

19. La contratación de espacios publicitarios se lleva a cabo:

- Mediante una red comercial propia:
- Por medio de una agencia de publicidad:
- Otras:

20. Los clientes que se anuncian en la emisora son:

- clientes de ámbito internacional:
- clientes de ámbito nacional:
- clientes de ámbito regional:
- clientes de ámbito local:

Para conocer estos datos, se recurre a la entrevista telefónica con el director o jefe de redacción de las emisoras. En algunos casos, se entrega y recoge personalmente el cuestionario en el medio.

La segunda parte de esta investigación es la parte fundamental del estudio puesto que, en ésta, se lleva a cabo el análisis con el que se pretende responder a las preguntas de investigación de este trabajo. Comprende un análisis empírico de los noticiarios locales de producción propia de las emisoras locales de Castilla y León. Concretamente, se estudian los programas de las capitales de Burgos, León, Salamanca y Valladolid. A continuación, se expone cuál es la metodología empleada y cómo se aplica.

3. Diseño de la metodología para el análisis de los noticiarios

Objeto del estudio. Preguntas de Investigación

En esta investigación se pretende conocer concretamente cómo es la información de producción propia emitida por las televisiones locales de Castilla y León, tanto en sus aspectos cuantitativos como cualitativos. Además, se persigue averiguar cómo es esta información en las emisoras pertenecientes a los principales grupos empresariales del sector audiovisual de la Comunidad, si existen diferencias sustanciales entre los distintos grupos y en qué consisten. Al mismo tiempo, se pretende conocer cómo es la información de producción propia de las televisiones ubicadas en la misma capital, cuáles son sus características comunes y en qué se diferencian de las televisiones de otras capitales. Por último, se plantea si el *grupo empresarial* al que pertenece la emisora o la capital en la que ésta se ubica define o condiciona las características de la información.

Para ello, como se ha mencionado, se recurre al análisis del formato más representativo de la labor informativa de una cadena de televisión, el noticiario, y las anteriores preguntas de investigación se centran en éste. Así, se analizan los noticiarios locales de producción propia de cada una de las televisiones locales de manera individual, como programas propios de un grupo empresarial concreto y los noticiarios de las emisoras ubicadas en la misma capital.

Definición del universo y selección de la muestra

Desde el punto de vista del campo temático del estudio, la investigación contempla el análisis del contenido y forma de los noticiarios de las televisiones locales de Castilla y León. Para ello, se selecciona una muestra de 44 noticiarios emitidos en los meses de febrero y marzo de 2002.

En primer lugar, tiene que determinarse cuál es el universo de estudio de este trabajo. Si tiene como objeto de estudio los noticiarios locales de producción propia de las televisiones locales de Castilla y León, se puede decir que existen dos universos, por un lado, está el universo de televisiones locales en la Comunidad y, por otro, el universo de noticiarios locales de producción propia emitidos por estas emisoras.

Del universo de televisiones locales, concretado a partir del censo de elaboración propia, se seleccionan para el estudio todas las ubicadas en las cuatro capitales de provincia más ricas de Castilla y León: Valladolid, Burgos, León y Salamanca. Las justificaciones por las que se han escogido las emisoras de las cuatro capitales más desarrolladas de la Comunidad son las siguientes:

- Una de las características más sobresalientes de este tipo de televisiones en España (y en toda Europa) es la heterogeneidad, la diversidad y la disparidad en su forma: bajo el calificativo de televisiones locales se engloban canales con presupuestos, programación, regularidad en la emisión, equipamiento técnico y humano, cobertura y equipos de emisión muy diferentes. Esto dificulta enormemente la elección de una muestra cuyo estudio permita obtener unos resultados significativos para la generalidad de emisoras. Por este motivo, se ha escogido el parámetro económico para elegir los medios analizados: es decir, se han seleccionado las emisoras de las capitales más ricas de la Comunidad. Se considera que en estas capitales se encuentran las televisiones que tienen los mayores presupuestos y en las que se obtiene la mayor rentabilidad económica. Puesto que el objeto concreto de la investigación es conocer las peculiaridades de los contenidos informativos, se determina el centrarse en las televisiones con más posibilidades económicas ya que suelen ser los modelos que tienden a imitar la mayoría de las televisiones más pequeñas de la Comunidad, cuya labor informativa es en general la misma pero a pequeña escala.
- Después de comprobar la dificultad para obtener el presupuesto real con el que cuenta la emisora, se determina el escoger las emisoras de las capitales más ricas. Se tiene en cuenta que existen datos fiables suministrados por organismos públicos². Además, se considera que claramente los medios con mayor presupuesto se ubican en las capitales más grandes en las que el mercado publicitario provee de mayores ingresos.
- Puesto que más allá de una visión únicamente de descripción general lo que interesa es conocer la labor informativa de las televisiones locales en esta región se considera más adecuado analizar la programación de los canales de las capitales por las características mismas de esta programación: más constante en los horarios dentro de la parrilla, más regular en la duración de los espacios, menos variable en las secciones de los programas específicos, más constante en el equipo humano que la elabora... Esto permite que los resultados del estudio de una muestra de esta programación tomada al azar puedan ser significativos.
- La labor informativa de los canales locales más pequeños en teoría puede ser igual o mejor que la desempeñada por las televisiones económicamente más potentes. Pero por lo general, y puesto que se debe tender a lo que debe ser el modelo ideal de labor informativa desde un punto el punto de vista de una adecuada comunicación local de proximidad, es más probable

² Concretamente, se han consultado los datos de *Anuario Económico de España del año 2002*, el *Informe sobre la Situación Económica y Social de Castilla y León en 2001* y el *Anuario Estadístico de Castilla y León de 2002*.

que aquellos medios de mayor presupuesto dediquen más tiempo y esfuerzo en la configuración de su programación informativa. Para llegar a definir cuál debería ser el papel informativo adecuado de estos medios es mejor partir de unos contenidos más elaborados que desde otros en los que probablemente se han utilizado menos recursos.

Las once televisiones locales que finalmente forman parte de la muestra analizada son *Canal 4 Burgos, Televisión Burgos, Canal 54 Burgos, Canal 4 León, Televisión León, Localia León, Canal 4 Salamanca, Televisión Salamanca, Iris Televisión, Canal 29 Valladolid y Canal 4 Valladolid*. Los grupos empresariales estudiados son *Televisión Castilla y León, Canal 4 Castilla y León (Promecal)*, y *Localia Televisión (Pretesa)* y las emisoras de la muestra que no forman parte de ningún grupo de empresarial se han englobado como *Independientes*.

Una vez seleccionadas las emisoras de estudio, hay que concretar cuál es el universo de noticiarios. En principio, no hay un número determinado y la cifra varía dependiendo del período de tiempo que se elija. El primer requisito es, por tanto, determinar este período de estudio y se decide que el universo de noticiarios lo formen los emitidos en 2002, año en el que se elabora el censo de emisoras propio.

Sobre este universo de noticiarios, se selecciona la muestra de estudio. Para determinar esta muestra se tienen en cuenta una serie de criterios:

1. Dos de los criterios que determinan Wimmer y Dominick para decidir la muestra de estudio:
 - a. El criterio de relación entre coste y eficacia: la muestra debe proporcionar la máxima eficacia al menor coste.
 - b. Limitaciones de tiempo: cuando es necesario fijar un tiempo concreto en el que llevar a cabo el análisis³.
2. Las investigaciones previas: en este caso se ha tenido en cuenta fundamentalmente la muestra seleccionada por Emma Rodero y Arturo Merayo para el estudio de los informativos radiofónicos en Castilla y León, estudio del que parte en un principio esta investigación⁴.

³ Wimmer, R. D. y Dominick, J. R.: *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch Comunicación, Barcelona, 1996, pp. 65-86.

⁴ La investigación de Rodero y Merayo se sustenta en el estudio de los informativos de cinco cadenas de radio en la Comunidad. Los días se escogen mediante un *muestreo representativo probabilístico simple*, cuya unidad la conforman los días, de lunes a viernes, de los meses de

Con el fin de calcular el tiempo que puede suponer el estudio, se analiza previamente un noticiario. El tiempo que dura su análisis de contenido es de 12 horas. Ya que existe una limitación en el tiempo de 3 meses para llevar a cabo la fase de análisis de contenido de los programas, se estima que la cifra de noticiarios que se pueden estudiar debe ser aproximadamente de 40 informativos. Como las emisoras seleccionadas son 11, se decide analizar cuatro programas por televisión local. Esto da un resultado final de 44 noticiarios.

A la hora de determinar el tamaño de la muestra además se tienen en cuenta los siguientes criterios⁵:

- Que se analice el mismo número de noticiarios de cada una de las emisoras.
- Que la selección sea sincrónica, es decir, que todos los noticiarios se emitan en el mismo período.
- Que se descarten aquellos días en los que la realidad informativa sea muy diferente y pueda dar lugar a conclusiones erróneas. De esta forma, en la selección se eliminan previamente los fines de semana y festivos.
- Que la elección de los días de la muestra se realice al azar para que las conclusiones puedan ser extrapoladas. Desde este punto de vista, la muestra obtenida puede calificarse como *probabilística aleatoria simple*⁶.

octubre, noviembre y diciembre. Mediante sorteo se seleccionan cinco días diferentes de la semana por cada mes, eliminando los fines de semana. Al final, los días de estudio son 15. El número de informativos son 479, un total de 46 horas de grabaciones. Cfr. Rodero, Emma y Merayo, Arturo: *La información radiofónica en Castilla y León*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 1997, pp. 14 y 15.

Es un criterio para seleccionar la muestra al que hace referencia Kerlinger, Cfr. Kerlinger, Fred N.: *Investigación del comportamiento*, Interamericana, México, 2002. Es interesante también al respecto la conclusión de Gerbner y Gross, y el resto de su equipo, que demuestran que, en relación con los efectos de la cuantificación de las imágenes de violencia, una muestra de una semana completa de la programación de otoño produce resultados similares a la elección de una muestra compuesta por varios días dispersos a lo largo del año. Cfr. Wimmer, R. D. y Dominick Joseph, J. R.: *Op. cit.*, p. 176.

⁵ Para llevar a cabo la selección de la muestra se han tenido en cuenta los aspectos establecidos por Wimmer y Dominick, *Ibidem*, pp. 65-86.

⁶ Cfr. Concretamente los tipos de muestras, *Ibidem*, pp. 68- 78.

- Que estén representadas las emisoras locales más significativas de Castilla y León para que los resultados puedan ofrecer conclusiones relevantes.

Período de tiempo de la muestra

Desde el punto de vista del período de tiempo de la muestra, los noticiarios se seleccionan entre los emitidos en los meses de febrero y marzo de 2002. Concretamente, se eligen cuatro semanas, tres de febrero y una de marzo, y los días se sitúan entre el 11 de febrero y el 8 de marzo. El método para elegir los días en los que se emiten los noticiarios seleccionados es la siguiente: los días incluidos en las cuatro semanas de estudio se numeran del 1 al 20 y mediante una tabla de números aleatorios se escogen 4 números por emisora. El único y lógico requisito es que no puede repetirse un mismo número por televisión, aunque sí es posible que pueda repetirse el mismo número en diferentes emisoras. Es decir, sí es posible que pueda analizarse programas emitidos el mismo día de diferentes emisoras. En total, van a resultar 44 días de estudio. De esta forma, se puede considerar que se han realizado 11 *muestreos probabilísticos aleatorios simples sin reposición*, uno por emisora. La muestra probabilística aleatoria simple es un tipo de muestra en la que todos los componentes o unidades de la población tienen la misma oportunidad de ser seleccionados. Al mismo tiempo, el procedimiento de selección queda libre de cualquier intervención subjetiva del investigador. Finalmente, los días en los que se han emitido los programas analizados de las distintas emisoras son:

Tabla 1
Días de emisión de los noticiarios seleccionados para la muestra

Televisión Local	Días seleccionados para la muestra	
	Febrero	Marzo
Canal 4 Burgos	13, 15 y 20	1
Televisión Burgos	21 y 26	5 y 7
Canal 54 Burgos	22 y 25	6 y 7
Canal 4 León	12, 14, 19 y 20	
Televisión León	12, 21 y 26	1
Localia León	12, 13, 19 y 27	
Canal 4 Salamanca	18 y 19	1 y 8

Televisión Salamanca	14, 20 y 26	8
Iris Televisión	18, 19, 20 y 25	
Canal 29 Valladolid	11 y 20	4 y 6
Canal 4 Valladolid	11, 13 y 15	5

Fuente: Elaboración propia

Unidades de análisis

Las unidades de análisis son, en unos casos los noticiarios y, en otros, las noticias que se incluyen. Se han escogido los noticiarios teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- A partir de una revisión teórica previa, se ha considerado que el noticiario es el formato de programa más representativo de la labor informativa en la televisión local.
- Según la mayor parte de los investigadores el noticiario, junto a la programación de deportes, es el programa que más abunda en las parrillas de los canales locales.
- Concretamente, en el estudio de Badillo sobre la programación de las emisoras locales en Castilla y León, éste concluye que la mayor parte de la producción propia se dedica al macrogénero informativo. Según este autor, la información se ofrece fundamentalmente a través de los noticiarios⁷.
- En el análisis de la producción propia de las televisiones locales en Castilla y León, se demuestra el importante papel del noticiario en los contenidos elaborados por la emisora.
- El hecho de que sean programas de elaboración diaria permite un análisis más adecuado de la labor informativa cotidiana que aquellos informativos de periodicidad semanal o sin periodicidad fija.

De los programas emitidos en los días seleccionados, se han escogido los de la segunda edición, es decir, los emitidos en la tarde noche porque, según las opiniones de los periodistas que trabajan en estos medios, estos noticiarios son los de mayor audiencia. En total, se han analizado 44

⁷ Badillo Matos, Ángel: *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2003.

informativos y de cada uno de estos, se han analizado todas las noticias, en total, 610 informaciones.

Tabla 2
Número de noticias analizadas en total de cada televisión local del estudio

Televisión Local	Número de Noticias
Canal 4 Burgos	61
Televisión Burgos	50
Canal 54 Burgos	69
Canal 4 León	41
Televisión León	46
Localia León	47
Canal 4 Salamanca	65
Televisión Salamanca	55
Iris Televisión	58
Canal 29 Valladolid	56
Canal 4 Valladolid	62

Fuente: Elaboración propia

Método de la investigación

El método utilizado para la investigación es el análisis de contenido⁸. Se han elaborado indicadores y categorías de análisis para investigar cada uno de los noticiarios globalmente y para cada una de las noticias en concreto. Para ello, se ha utilizado como referencia el estudio de Rodero y Merayo, así como otras fuentes bibliográficas en las que se basa la fundamentación teórica de

⁸ Para diseñar el análisis de contenido, se ha consultado, Bardin, L.: *El análisis de contenido*, Akal, Barcelona, 1996. Kerlinguer, F. N. y Howard, B. L.: *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*, Mc Graw-Hill, Madrid, 2002; Neuendorf, K. A.: *The content analysis guidebook*, Sage, Thousand Oaks, CA, 2002; y Sánchez Aranda, J. J.: “Análisis de contenido cuantitativo de medios”, en Berganza, M^a R. y Ruiz, J. A. (Coord.): *Investigar en comunicación*, Mc Graw Hill, Madrid, 2005, pp. 207-228. Además, se han tenido en cuenta otras publicaciones a las que se hace referencia al final de esta comunicación, en el apartado de bibliografía.

esta investigación. A partir de todo ello, se han diseñado dos tablas para el análisis de contenido en las que se incluyen las distintas categorías: una para el estudio del noticiario, comprendido globalmente y otra para el análisis de cada una de las noticias. A continuación se exponen las dos tablas principales⁹:

TABLA ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL NOTICIARIO	
CÓDIGO	
NOMBRE CADENA:	
FECHA:	
DÍA DE LA SEMANA:	
GRUPO:	
POBLACIÓN:	
TITULARES: SI NO	
ALTERNANCIA DE VOCES EN TITULARES: SI NO	
SUMARIOS: SI NO	
PORTADA: SI NO	
Nº DE PRESENTADORES:	
INDICATIVOS-RÁFAGAS: SI NO	
CABECERAS ESPECIALES: SI NO	
Nº TEMAS PORTADA	
TEMA/S PORTADA:	
☐ ECONOMÍA: ☐ Laboral ☐ Sindicatos ☐ Empresa ☐ Comercio ☐ Agricultura/Ganadería ☐ Cifras económicas	
☐ CULTURA: ☐ Espectáculos ☐ Fiestas ☐ Exposiciones ☐ Conferencias ☐ Toros ☐ Congresos no universitarios ☐ Salamanca 2002	
☐ SOCIEDAD: ☐ Educación ☐ Universidad ☐ Sanidad ☐ Consumo ☐ Ecología	

⁹ En la siguiente exposición de la tabla para el análisis del contenido del noticiario, comprendido globalmente, no se ha incluido una parte en la que se analiza la publicidad del programa (número de interrupciones publicitarias, tiempo de publicidad, patrocinadores, etc.) y tampoco la que analiza el contenido de los breves (número, tema, tiempo, etc.) para no sobrepasar el espacio destinado a esta comunicación.

☐ Asociaciones de vecinos ☐ Organizaciones No Gubernamentales ☐ CEAS ☐ Otras

☐ POLÍTICA: ☐ Partidos Políticos ☐ Acto Institucional

☐ SUCESOS

☐ DEPORTES

☐ SERVICIOS: ☐ Tiempo ☐ Tráfico ☐ Loterías ☐ Periódicos

TEMA/S CIERRE¹⁰:

Nº NOTICIAS INFORMATIVO:

TIEMPO TOTAL INFORMATIVO:

TABLA ANÁLISIS CONTENIDO NOTICIA

TIEMPO TOTAL:

TIEMPO INTRO:

TIEMPO VTR O COLAS:

TEMA:

☐ ECONOMÍA: ☐ Laboral ☐ Sindicatos ☐ Empresa ☐ Comercio

☐ Agricultura/Ganadería ☐ Cifras económicas

☐ CULTURA: ☐ Espectáculos ☐ Fiestas ☐ Exposiciones ☐ Conferencias ☐ Toros

☐ Congresos no universitarios ☐ Salamanca 2002

☐ SOCIEDAD: ☐ Educación ☐ Universidad ☐ Sanidad ☐ Consumo ☐ Ecología

☐ Asociaciones de vecinos ☐ Organizaciones No Gubernamentales ☐ CEAS ☐ Otras

☐ POLÍTICA: ☐ Partidos Políticos ☐ Acto Institucional

☐ SUCESOS

☐ DEPORTES

☐ SERVICIOS: ☐ Tiempo ☐ Tráfico ☐ Loterías ☐ Periódicos

NOTICIA CON STAND UP: SI NO

FUENTE CON TOTALES: SI NO

VTR CON ENCUESTAS CIUDADANOS: SI NO

CONTRASTE DE FUENTES CON DECLARACIONES: SI NO

CENTRADA EN (NO EXCLUYENTES):

☐ CIUDAD ☐ PROVINCIA ☐ REGIÓN ☐ ESPAÑA ☐ ÁMBITO INTERNACIONAL

¹⁰ Las opciones para temas de cierre del informativo son las mismas que para portada o tema de apertura.

☐ RELACIÓN ENTRE CIUDAD/PROVINCIA Y OTROS

Nº DE FUENTES:

TIPO DE FUENTE:

- ☐ POLÍTICOS: ☐Instituciones de la Unión Europea ☐Gobierno nacional
 - ☐Oposición nacional ☐Gobierno regional ☐Oposición regional
 - ☐Gobierno provincial ☐Oposición provincial ☐Gobierno municipal
 - ☐Oposición municipal ☐Partidos políticos ☐Instituciones y organismos públicos
- ☐ PATRONAL: ☐Empresarios ☐Asociaciones empresariales ☐Cámaras de comercio
- ☐ TRABAJADORES: ☐Sindicatos ☐Organizaciones agrarias ☐Trabajadores
- ☐ INSTITUCIONES CULTURALES: ☐Obra social ☐Universidades ☐Artistas
 - ☐Fundaciones ☐Academias
- ☐ ASOCIACIONES: ☐Organizaciones No Gubernamentales ☐Asociaciones de vecinos
- ☐CEAS: Centros de Acción Social ☐Otras asociaciones: exceptuando empresariales, universitarias y ONG.
- ☐ POLICÍA ☐BOMBEROS ☐PODER JUDICIAL ☐IGLESIAS
- ☐ MILITARES ☐CIUDADANOS VOX POPULI ☐INDIVIDUOS RELEVANTES
- ☐ HOSPITALES ☐AGENCIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

REGLAS DE FUENTES:

- ☐ REGISTRO ☐RESERVA ☐PLAGIO ☐SIN CITAR

ESTRATEGIAS:

- ☐ RUEDA DE PRENSA ☐ACTO PÚBLICO ☐DECLARACIÓN A LA EMISORA
- ☐ DECLARACIÓN SOBRE EL TERRENO ☐COMUNICADO OFICIAL
- ☐ INVESTIGACIÓN PROPIA ☐SONDEOS Y ENCUESTAS ☐DESCONOCIDA

CONEXIÓN EN DIRECTO: SI NO

MÚSICA Y EFECTOS SONOROS: SI NO

RECURSOS GRÁFICOS: SI NO

Tras la codificación de los datos en las tablas correspondientes, estos se han incluido en dos bases de datos para el análisis estadístico con el programa SPSS. En una de las bases se han incluido los datos correspondientes a los informativos: 44 casos por 133 variables, un total de 5.852 datos. En la otra, los pertenecientes al estudio de las noticias: 610 casos por 421 variables, un total de 256.810 datos.

Los resultados obtenidos se han expuesto según las categorías de análisis utilizadas. Los datos se agrupan de tres formas: se comparan los datos de cada una de las emisoras del estudio, de las televisiones pertenecientes al mismo grupo empresarial y de las estaciones ubicadas en la misma capital.

Bibliografía

- Badillo Matos, A.: *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2003.
- Bardin, L.: *Análisis de contenido*, Akal, Madrid, 1986.
- Berelson, B.: *Content analysis in communication research*, Hafner press, New York, 1952.
- Iglesias Cruz, Z.: *La información en la televisión local. Las emisoras de Castilla y León*, Fragua, Madrid, 2006.
- Iglesias Cruz, Z.: *Televisión local y contenidos informativos: el caso de los noticiarios en Castilla y León*, Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2004.
- Krippendorff, K.: *Content Analysis. An introduction to its methodology*, Sage, London, 1980.
- Kerlinguer, F. N. y Howard, B. L.: *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*, Mc Graw-Hill, Madrid, 2002.
- Neuendorf, K. A.: *The content analysis guidebook*. Sage, Thousand Oaks, CA, 2002.
- Newman, I. y Benz, C. R.: *Qualitative-Quantitative research methodology: exploring the interactive continuum*, Illinois University Press, Carbondale, 1998.
- Rodero, E. y Merayo, A.: *La información radiofónica en Castilla y León*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 1997.
- Sánchez Aranda, J. J.: “Análisis de contenido cuantitativo de medios”, en Berganza, M^a R. y Ruiz, J. A. (Coord.): *Investigar en comunicación*, Mc Graw Hill, Madrid, 2005, pp. 207-228.
- Visauta Vinacua, B. y Martori i Cañas, J. C.: *Análisis estadístico con SPSS 11.0 para Windows*, McGraw-Hill, Interamericana de España, Madrid, 2002.
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R.: *La investigación científica de los medios de comunicación*, Bosch, Barcelona, 1996.