

La televisión y la formación de los espacios públicos nacionales en Europa

Josep Gifreu y Enric Saperas

La vertebración de Europa presupone la negociación y configuración tanto de un modelo político de unión como de un modelo de preservación de las identidades culturales. La televisión y las industrias audiovisuales pueden ser un agente poderoso en esta vía, pero también una barrera difícil de superar. El estudio de los noticiarios televisivos europeos nos permite examinar las múltiples y complejas relaciones que se establecen en la Europa actual entre ámbitos de referencia básicos y formas de identidad. Los resultados de la investigación muestran que el área de difusión se constituye en un área intencional que actúa como una matriz de percepción y de reconocimiento de un espacio de comunicación propio.

PRESENTACIÓN

La investigación que ha dado lugar a este artículo (1), se propone estudiar y definir, a partir de una muestra de una semana formada por 10 noticiarios televisivos, las funciones básicas que en los países de Europa el sistema comunicativo adjudica de manera rutinaria a los telediarios. La intervención de estos telediarios en la constitución del espacio público político y en la definición de unos ámbitos nacionales/regionales de percepción de la actualidad y de referencias de identidad colectiva, son aspectos fundamentales y complementarios a los cuales el estudio ha querido dar respuesta.

El objeto específico de estudio está formado por una muestra de países de la Unión Europea. Más concretamente, se elaboró una muestra de diez noticiarios televisivos, situados en la franja horaria de la noche, de diez canales televisivos. Seis de estos canales tienen un ámbito de difusión estatal (BBC1 en Gran Bretaña, RAI1 en Italia, RTP1 de Portugal, TF1 de Francia, TVE1 de España y la ZDF de Alemania). El resto son de ámbito regional: su ámbito de difusión corresponde a un territorio con identidad cultural o nacional propias que disponen de una institucionalización política específica (RTBF1 de la Bélgica francófona, VTM de la zona flamenca, TVC-TV3 de Cataluña e ITV-STV en Escocia).

Esta selección resulta ampliamente representativa de la estructura de la televisión en Europa durante la década presente, y especialmente representativa de las televisiones generalistas de la Unión Europea. En efecto, además de la citada complementariedad entre la difusión estatal y la difusión regional, la muestra comprende: 10 cadenas de televisión representativas de siete estados diferentes; 8 lenguas distintas de emisión (inglés, italiano, francés, portugués, catalán, español, neerlandés y alemán); 7 cadenas de titularidad pública y tres de titularidad privada (STV-ITV, TF1 y VTM).

La muestra comprende los noticiarios televisivos (NT) de la noche de la primera semana de marzo de 1993. La semana concreta analizada fue escogida previamente y al azar, con una única condición: que no fuera período electoral

en ninguno de los países escogidos y que no se previera ningún hecho de importancia y de grandes repercusiones. Hemos pretendido examinar una situación de máxima "normalidad" en la programación de las respectivas televisiones, con el fin de asegurar que hechos o procesos extraordinarios no distorsionaran las rutinas y estrategias de programación y de producción habituales de los NT.

En esta investigación, los noticiarios televisivos se han analizado como propuestas temáticas de actualidad, seleccionadas, jerarquizadas y argumentadas para cada cadena televisiva en función de un espacio público o "área intencional" de cobertura. El método aplicado se enmarca en el conjunto de las técnicas de análisis desarrolladas desde los años 70 y 80 sobre todo por la investigación norteamericana, británica e italiana, las cuales se centran en el estudio de las rutinas de selección de la información y del proceso de formación de la agenda temática.

Este artículo se limita a ofrecer algunas de las conclusiones de la investigación relativas a las funciones de los noticiarios televisivos de la Unión Europea en el establecimiento de cuadros de percepción y de relevancia de la actualidad informativa, y en consecuencia, cuadros de referencia básicos para el espacio público y para las identidades culturales diferenciadas.

1) El área intencional como matriz de las estrategias de los noticiarios televisivos

Los noticiarios informativos de la televisión, como el resto de los formatos informativos, son el resultado de unas prácticas profesionales -a menudo denominadas rutinas de producción- que permiten conseguir criterios estables para la selección y tratamiento de los acontecimientos de actualidad de acuerdo con una gradación de ámbitos de proximidad que orientan las estrategias informativas y discursivas. Las prácticas profesionales permiten organizar igualmente las estrategias enunciativas que comparten las instituciones emisoras y sus públicos, y que permiten un fácil acceso a la comprensión de las informaciones.

Los noticiarios televisivos, como discursos informativos de actualidad, resultan creíbles para los públicos respectivos en la medida en que son producto de un conjunto de estrategias (informativas y discursivas) coherentes y complementarias. La definición de este conjunto de estrategias parece depender muy directamente del área de difusión que se propone cubrir con sus emisiones la institución televisiva. De manera que el área de difusión --no entendida puramente como un territorio, sino como un territorio habitado o territorio vivido de forma colectiva-- pasa a constituirse en área intencional que orienta el conjunto de estrategias que deben activarse para la estructuración y comunicación de los relatos de actualidad, que son los informativos. Podemos adoptar diversos bloques indicadores derivados de nuestra investigación para argumentar en este sentido.

En efecto, del conjunto del análisis de las agendas informativas observamos dos tipos de agendas mutuamente excluyentes. En las seis televisiones de ámbito estatal, el discurso informativo se construye con la perspectiva casi exclusiva del Estado respectivo: la institución emisora y su público comparten un ámbito temático considerado mutuamente como propio, que corresponde a los límites de las fronteras políticas. Las estrategias enunciativas hacen que el discurso informativo se organice a través de una articulación de propio/ajeno en función de si el acontecimiento se produce en el interior o en el exterior de las fronteras políticas. En un segundo momento, observamos que el interior de lo que es considerado como propio en el tratamiento es compartido de forma similar independientemente del ámbito territorial en el que tiene lugar. Las únicas diferenciaciones vienen determinadas por la diversidad de secciones informativas que organizan el discurso periodístico.

En sentido contrario, las televisiones que se dirigen a los ámbitos regionales manifiestan un área intencional a través

de agendas informativas subestatales que sitúan el criterio de proximidad (propio/ajeno) no en las fronteras políticas convencionales sino en las identidades culturales, lingüísticas o nacionales. Dicho de otro modo, sus áreas intencionales son de orden comunitaria y no responden a las convenciones estatales.

Si el conjunto de las televisiones de ámbito estatal no tienen en cuenta los ámbitos subestatales, las televisiones de ámbito subestatal hacen uso de los ámbitos estatales para referirse al resto de las comunidades europeas. Así, el discurso subestatal tiende a ser aplicado sólo a la propia realidad regional, mientras que se continúa haciendo caso omiso de una estructura regional ajena que parece casi totalmente desconocida.

En ambos casos la identidad europea queda como un elemento externo que prácticamente no se tiene en cuenta más allá de la simple adición de informaciones referentes a los otros ámbitos estatales o regionales.

En los casos belga, español y británico, encontramos las dos modalidades de áreas intencionales. En el caso británico, la ITV-STV responde a un criterio de selección y de discurso informativo de tipo estrictamente local, con escasas referencias a un área intencional organizada de forma implícita y coherente; en este sentido, la ITV-STV actúa como complemento informativo de otras televisiones de ámbito británico.

Los casos de las televisiones belgas y españolas son estrictamente diferentes. Nos encontramos ante dos áreas intencionales claramente diferenciadas en el interior de una misma frontera política. La RTBF1 basa su estrategia discursiva en la agenda estatal belga y francófona: así, las noticias sobre la comunidad flamenca solamente están presentes con motivo de debates políticos en Bruselas, por casos de delincuencia que afectan a todo el Estado o con motivo de la inauguración de grandes infraestructuras. Por el contrario, la VTM estructura su información y su discurso desde una perspectiva preferentemente regional (relativa a Flandes: 40'87%), pero con una atención importante al ámbito estatal (21'89%). En el caso español, TVE1 no tiene en cuenta el ámbito subestatal (2'45%), haciendo un discurso que deja de lado la organización autonómica que instauró la Constitución de 1978 y desconoce las fuertes identidades nacionales existentes en el interior de sus fronteras. Por su lado, la televisión de Cataluña TVC-TV3 se organiza como las dos estaciones belgas, desde la perspectiva de la dualidad: en un 42'75% de su información hace referencia a su propia realidad subestatal, mientras no olvida la realidad política del estado español a la que hace referencia en un 33'10% de sus informaciones.

2) Las áreas intencionales como ámbitos de relevancia en la percepción estructurada del mundo

Las estrategias informativas y discursivas propias de cada NT contribuyen a aportar una percepción estructurada a sus públicos sobre la actualidad del mundo. En este sentido las áreas intencionales no sólo actúan sobre la definición de los ámbitos territoriales internos los estados. Observamos que también regulan los criterios de aproximación a las realidades informativas ajenas, pero con mayor proximidad geográfica o cultural. Las áreas intencionales determinan qué realidades externas son consideradas como cercanas o relevantes para sus públicos, mientras que permanecen neutrales en la agenda informativa internacional más alejada de sus intereses.

En las agendas internacionales, efectivamente, los noticiarios europeos presentan un elevado índice de coincidencia (con una media del 82% de coincidencia), y son compartidas tanto en su selección como en su tratamiento visual. En los informativos analizados observamos que se sobreentiende la existencia de un espacio transnacional de comunicación. El hecho de compartir el alcance de la agenda internacional pone de relieve las dos caras inseparables de una misma realidad: por un lado, la diferencia entre 'agendas propias' (o internas) de cada noticiario, que se ajustan a los criterios particulares de relevancia del área intencional de difusión de las necesidades del propio espacio de comunicación

que contribuye a recrear; y, por otro, una similar visión exterior del mundo, ampliamente compartida desde Europa por los diversos noticiarios televisivos, como si se diera por descontado que el espacio de comunicación transnacional tuviera una dinámica informativa autónoma que ha de ser respetada.

Esta lógica transnacional sólo se modifica parcialmente --y significativamente-- por la influencia de las mismas áreas intencionales que determinan en algunas televisiones de ámbito estatal, y también de ámbito subestatal, la existencia de criterios explícitos de aproximación que le son exclusivos. Estos criterios, como hemos visto, se definen por proximidad geográfica, cultural lingüística o por intereses económicos comunes. Así, por ejemplo, mientras la VTM flamenca orienta repetidamente su atención hacia los vecinos holandeses y alemanes, la RTBF1 los deja de lado e informa de manera preferente de sus vecinos franceses a quienes la televisión flamenca deja totalmente de lado. Del mismo modo, ambas televisiones consideran como realidades cercanas y con presencia recurrente la actualidad informativa del Zaire y de Ruanda, así como también la de Sudáfrica.

Estos criterios de aproximación también están presentes en la televisión portuguesa y británica. En el primer caso, Angola y Mozambique están constantemente presentes en sus informativos. En el caso británico la realidad diaria de Irlanda forma parte constante de la selección informativa. En los casos español, francés y alemán, las agendas internacionales no responden a ningún criterio atribuible a las áreas intencionales respectivas. Especialmente relevante es el caso español por su total falta de referencias a los estados latinoamericanos y, de forma muy especial, por su ausencia de atención hacia su vecino portugués: por ejemplo, mientras RTP1 hacía un seguimiento intenso de la visita del Primer Ministro portugués a la Comunidad Autónoma de Galicia, de lengua y cultura cercanas a la cultura portuguesa, TVE1 silenciaba absolutamente esta visita.

3) Los noticiarios televisivos como instrumentos de un espacio particular de comunicación

Los informativos no sólo contribuyen a aportar una percepción estructurada a sus públicos sobre la actualidad del mundo. En realidad los noticiarios televisivos contribuyen de forma decisiva a la constitución de los espacios de comunicación que dan presencia pública a las formas de identidad más propias de nuestro tiempo. Los noticiarios televisivos intervienen de forma dialéctica y dialógica en la misma estructuración de los públicos a través de la creación de espacios de intercomunicación entre los grupos sociales y políticos significativos, siempre en el marco de un área geopolítica presupuesta sobreentendida.

Tanto las estrategias informativas (criterios de selección o de jerarquización de las noticias), como las enunciativas (marcas de canal emisor, omnipresencia del conductor y de otras formas de locución, etcétera), como las argumentativas (comentaristas, entrevistas, declaraciones, etcétera), están orientadas a crear la sensación de un espacio próximo y conocido de intercomunicación.

La aplicación más clara y rotunda de esta tendencia de los noticiarios es la que tiene como interés primordial la comunicación política. La presencia de los políticos y de los diversos personajes en los diferentes papeles de la gestión política y administrativa sirven a esta causa: la conversión de los noticiarios televisivos en el lugar habitual y privilegiado de la circularidad comunicativa (Luhmann) que es requerida para el funcionamiento de nuestras sociedades complejas. Y en la medida en que los procesos de legitimación política y de administración de las políticas tienen un marco soberano que es el Estado, los noticiarios televisivos tienden a establecer equivalencias entre su área de difusión y el área geopolítica dada por supuesta.

Los políticos son los auténticos protagonistas de los NT con una presencia hegemónica en su totalidad. Solamente en

los noticiarios belgas tienen una presencia discreta (28% a RTBF1 y 29'96% en VTM). En cambio, su hegemonía es del todo patente en ZDF (81%), RAI1 (70%) y TVE1 (67'2%). El resto de los telediaros registran una media del 40%. Esta constatación acaba de hacer patente con datos los papeles institucionales que ocupan los actores de los noticiarios. Dentro de la política destacan las actividades de los políticos que protagonizan los gobiernos centrales (con una media del 17%) y los políticos internacionales con representación a nivel estatal.

Tabla 1:

Porcentaje de la presencia de los personajes políticos dentro de los noticiarios televisivos expresados por las unidades informativas (*). Porcentaje de los personajes políticos de los gobiernos centrales ().**

%	BBC	RAI1	RTBF1	RTP	STV ITV	TF1	TVC TV3	TVE	VTM	ZDF
*	39'8	70	28	42'7	32'1	34'8	42'6	67'2	29'9	81
**	16'1	50	6	22'3	5'9	10'4	4'8	27'8	3'22	27

Tabla 2:

Porcentaje de la presencia de los roles institucionales correspondientes a la política.

BBC1	RAI1	RTBF1	RTP1	STV ITV	TF1	TVC TV3	TVE1	VTM	ZDF
61,5	41,1	36,6	57,3	37,2	29,7	57,9	51,4	40,4	64,9

Sin embargo, la tendencia a la creación de un espacio de comunicación particular no se limita, aunque se puede subordinar, a las exigencias de la comunicación política. Tenemos suficientes datos a partir de la muestra como para sugerir que las pretensiones de los noticiarios televisivos son totalizantes, y no sólo de orden político. En su esfuerzo de estructurar la percepción de la actualidad, los informativos han de hacer un esfuerzo similar y renovado --aunque a menudo de forma no explícita-- por centrar su punto de anclaje o punto de vista preferente respecto a la globalidad. Este esfuerzo se impone en política, pero también en muchos otros ámbitos de la actividad humana. Por ejemplo, los noticiarios televisivos sometidos a análisis tienen una presencia relativamente elevada de personajes representantes de los deportes y representantes espontáneos de los acontecimientos.

Por otro lado, la lengua del canal es ya un factor identificador y un factor discriminatorio de primera magnitud en la definición de las estrategias fundamentales de la institución: remite a la adscripción nacional de origen, marca automáticamente un espacio lingüístico susceptible de convertirse en un espacio de comunicación mediático, delimita un área de difusión intencional de las emisiones condicionada por los usos lingüísticos, pone en marcha un conjunto de competencias discursivas y comunicativas vinculadas a la lengua, etcétera. En la muestra, algunos noticiarios se diferencian entre sí básicamente a partir de la lengua "institucional" de la entidad emisora. El caso más evidente es el de las dos cadenas belgas, una en lengua neerlandesa (VTM) y otra en francés (RTBF1). La lengua de un NT nada más es objeto de discusión si la lengua no tiene estatuto oficial definido; por el contrario, en todos los casos examinados, las lenguas "institucionales" gozan de un estatuto propio, aunque en algunos casos sin Estado (caso de TVC-TV3).

4) La presencia informativa de Europa en los noticiarios televisivos

De la observación de la presencia de las grandes áreas mundiales en los noticiarios se desprende una evidencia indiscutible: un predominio abrumador de la información relativa al área propia de la Unión Europea. Del resto de áreas, solamente Norteamérica y la ex Yugoslavia obtienen una presencia significativa y recurrente en el discurso informativo de la muestra.

En efecto, la totalidad de las cadenas analizadas dedican un mínimo de dos tercios de sus noticias a informaciones situadas en el interior de la Unión Europea, tal como se puede comprobar en la siguiente tabla:

Tabla 3:

Las grandes áreas geopolíticas dentro de la información de los NT (en % de unidades informativas)

Áreas geopolíticas	BBC1	RAI1	RTBF1	RTP1	STV-ITV	TF1	TVC-TV3	TVE1	VTM	ZDF
África Negra	3 ' 4	0	3 ' 3	8 ' 6	0	1 ' 3	0 ' 6	0	2 ' 3	0
América del Norte	12 ' 8	9 ' 6	12 ' 3	7 ' 0	0	10 ' 5	7 ' 0	4 ' 1	9 ' 8	14 ' 7
América Central y Caribe	0	0	0	0	0	0 ' 7	0	0	0	0
Asia	0	0	0	0	0	0	0	0	0 ' 8	0
Australia	1 ' 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comunidad Europea	66 ' 2	76	67 ' 2	78 ' 1	94 ' 3	73 ' 7	85 ' 4	88 ' 5	68 ' 2	64 ' 7
Europa del Este	4 ' 6	3 ' 2	1 ' 6	1 ' 6	1 ' 4	1 ' 3	1 ' 9	1 ' 6	3 ' 0	2 ' 0
Ex Yugoslavia	9 ' 3	9 ' 6	9 ' 0	3 ' 1	4 ' 3	6 ' 6	5 ' 0	5 ' 7	9 ' 8	10 ' 8
Magreb	0	0	0	0	0	2 ' 0	0	0	0	1 ' 0
Israel	0	0	2 ' 5	0 ' 8	0	2 ' 6	0	0	2 ' 3	3 ' 9
Países Nórdicos	0	0 ' 8	1 ' 6	0	0	0	0	0	0	0
Sudamérica	0	0	0	0	0	0	0	0	0 ' 8	0
Sudáfrica	2 ' 3	0	1 ' 6	0 ' 8	0	0	0	0	1 ' 5	1 ' 0
Suiza	0	0 ' 8	0 ' 8	0	0	1 ' 3	0	0	1 ' 5	2 ' 0

Si el mínimo de atención informativa a la Comunidad se sitúa en la ZDF alemana con un considerable 64'7%, el máximo se encuentra en la STV-ITV escocesa con un 94'3% y a la TVE1 con un 88'5%.

Sin embargo, estos porcentajes exigen una matización severa y urgente, que ofrece la tabla 4: la razón del alto porcentaje no viene dada por el interés informativo de los noticiarios por la realidad "europea" o "comunitaria" (entendida como área geopolítica). En realidad, hacen referencia en su casi totalidad --más de un 80% e incluso más de un 90% (¡en seis canales!)-- a la actualidad informativa propia del Estado o de la región que constituyen el área intencional de difusión de las cadenas televisivas.

Países de la Comunidad Europea	BBC1	RAI1	RTBF1	RTP1	STV-ITV	TF1	TVC-TV3	TVE1	VTM	ZDF
Alemania	0	1 ' 0	4 ' 8	0	0	0	0	1 ' 8	2 ' 2	90 ' 9
Bélgica	0	0	82 ' 9	0	3 ' 0	0	3 ' 0	0	81 ' 3	0
Dinamarca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
España	0	0	2 ' 4	4	1 ' 5	2 ' 7	84 ' 4	86 ' 1	3 ' 3	3 ' 0
Francia	0	2 ' 1	6 ' 1	0	1 ' 5	92 ' 9	5 ' 2	4 ' 6	5 ' 5	1 ' 5
Reino Unido	96 ' 5	0	1 ' 2	1	93 ' 9	1 ' 8	2 ' 2	0 ' 9	4 ' 4	3 ' 0
Grecia	0	0	0	0	0	0	0	0	1 ' 1	0
Holanda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Irlanda	1 ' 7	0	0	0	0	0	0	0	1 ' 1	0
Italia	1 ' 7	96 ' 8	2 ' 4	2	0	2 ' 7	3 ' 0	2 ' 8	1 ' 1	1 ' 5
Luxemburgo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	93	0	0	2 ' 2	3 ' 7	0	0

Por otro lado, resulta especialmente significativo el hecho de que las mayores presencias de la realidad informativa europea se encuentren en los noticiarios de ámbito subestatal o regional, y muy especialmente en RTBF1, VTM y TVC-TV3.

En conclusión y de forma paradójica, parece que los canales más "europeístas" son los de ámbito de difusión no estatal. Es decir, que Europa, y más concretamente la Unión Europea y sus instituciones, no son materia informativa ni preferente ni interesante para el conjunto de los noticiarios informativos analizados. Si tenemos en cuenta que la semana de la muestra

--primera semana del mes de marzo de 1993-- fue seleccionada a causa de su normalidad, dado que fue una semana informativamente no afectada por ningún acontecimiento trascendente para la Unión Europea, la constatación del escaso interés de los noticiarios por Europa resulta más significativa todavía. Habría que contrastar estos resultados con otras muestras para acabar de precisar esta tendencia, pero de entrada la constatación no deja de ser preocupante en vista del proceso de integración europea. Todo ello reafirma a la vez la hipótesis ampliamente admitida según la cual en la Europa actual, el ámbito básico de referencias políticas y culturales y el ámbito central de los procesos de la comunicación política se circunscriben a los de los Estados respectivos, con algunas excepciones: las correspondientes a culturas nacionales subestatales (casos de Flandes y de Valonia, en Bélgica y de Cataluña en España).

NOTAS

1 La investigación originaria, titulada *La televisión y la transformación de los espacios públicos en Europa: Estudio comparativo de 10 telediarios televisivos de la Unión Europea* contó con una ayuda inicial del Programme de Recherche sur les Sciences de la Communication de CNRS. Fue realizada en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y financiada por la Fundació La Caixa de Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA

AGOSTINI, A. (1984) "La tematizzazione. Selezione e memoria dell'informazione giornalistica". En *Problemi dell'Informazione IX/4*.

AGOSTINI, A.; Fenati, B.; Wolf, M. (1989) Fatti nostri e fatti loro. Le notizie dall'estero nei telegiornali francesi, svizzeri e italiani. Torino. ERI. (RAI-VPQT, 94).

AGOSTINI, R.; Sigiani, M. M. (1981) Telegiornali e quotidiani. Tre modelli de confronto, Torino. 2 vol. ERI. (RAI-VQPT, 29 i 30).

ALTHEIDE D.; SNOW, R. (1979) Media Logic. Beverly Hills (California). Sage.

GANS, H. (1979) Deciding what's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. Nova York: Pantheon.

GIFREU, J.; SAPERAS, E. (1993) La televisió i la transformació dels espais públics nacionals a Europa. Primera part: el noticiari televisiu a Espanya. Barcelona: UPF/Fundació Cultural "La Caixa".

GRANDI, R. (1988) TG fatti così. Analisi del formato dei telegiornali. Torino. ERI. (RAI-VQPT, 87).

MANCINI, P. (1985) Videopolitica. Telegiornali in Italia e in USA. Torino. ERI. (RAI-VQPT).

ROSITI, F. (1982) I modi dell'argomentazione e l'opinione pubblica. Torino: ERI.

WOLTON, D. (1990) Éloge du grand public. París: Flammarion.

FORMATS

f o r m a t s