

“PROGRAMACIÓN Y MODELO INFORMATIVO DEL CANAL 24 HORAS DE TVE EN EL CONTEXTO DE LAS CADENAS TEMÁTICAS TODO-NOTICIAS”

AUTOR: Dr. Michel D. SUÁREZ SIAN. Universidad Complutense.

Programación y modelo informativo del Canal 24 Horas de TVE en el contexto de las cadenas temáticas todo-noticias

**Programming and News Model
of Canal 24 Horas (TVE, Spain)
in the Context of All-News Channels**

RESUMEN

Este artículo analiza las características formales y conceptuales de la programación del Canal 24 Horas (Televisión Española), tomando como referencia las transformaciones producidas en las cadenas internacionales de información continua. La investigación se ha desarrollado mediante la aplicación de un análisis de contenido, con el objetivo de revelar los rasgos fundamentales de la parrilla del canal. También estudia las características sintácticas y argumentales del programa *La Noche en 24 Horas*, que se emite en horario *prime time*. El análisis, que se realiza a la luz de las transformaciones en las cadenas temáticas informativas, arroja algunas de las limitaciones que aún persisten en la parrilla de programación del Canal 24 Horas, entre ellas el exceso de ruedas informativas y el escaso peso del debate y la opinión.

Palabras clave: Televisión, canales de información continua, modelo informativo, programación

ABSTRACT

This article on programming and prime time of Canal 24 Horas (TVE, Spain) analyzes the formal and conceptual characteristics of an extraordinary phenomenon today: the all-news channels. The research was developed by applying content analysis. The objectives have been to reveal the fundamental features of the program schedule of Canal 24 Horas and the syntactic and argumental characteristics of the show La Noche en 24 Horas, which airs on prime time. The analysis, based on the changes of the all-news channels worldwide, reveals some of the limitations that still persist in the program schedule of Canal 24 Horas, including excess of newswheel and poor supply of debate and opinion programs.

Key Words: Television, all-news channels, news model, programming

1. Introducción

La creación de CNN en 1980 ha sido uno de los principales acontecimientos de la televisión. Ted Turner no inventó la información continua, porque ésta ya tenía un amplio recorrido en la radiodifusión internacional, pero sí contribuyó a la creación de un nuevo entorno mediático. Fue un reto audaz frente a las tres grandes cadenas norteamericanas (CBS, NBC y ABC) y una apuesta de futuro por la convergencia entre la tecnología del espacio y el desarrollo del cable (Whittemore, 1992). Tres décadas después, el modelo informativo de las cadenas de información continua ha experimentado profundas transformaciones por la intensidad de la competencia y por los avances tecnológicos, entre otros factores. Estos canales se han multiplicado en todos los ámbitos geográficos. Muchos de ellos han migrado del cable y el satélite a la televisión terrestre en abierto, con las implicaciones que ello conlleva.

En 1996 nació Fox News Channel, el canal informativo que entusiasmó a las audiencias y destronó a CNN. Su éxito ha radicado en la superación del viejo esquema de los todo-noticias, con una visión programática abierta y agresiva, y algunas transgresiones deontológicas muy cuestionables (Suárez, 2011). Roger Ailes, su presidente, pensó que la cadena tardaría por lo menos seis años en alcanzar a CNN, pero de hecho le tomó cinco: "Nos adelantamos a nuestros propios planes. Una vez que conseguimos bastante audiencia y distribución (...), empezamos a crecer y dominar" (Chaffin y Van Duyn, 2006).

Fox News se distingue por bloques compactos matutinos. Los programas *Fox News & Friends* y *America's Newsroom* ocupan toda la parrilla entre seis y once de la mañana (Fox News, 2010). Durante la tarde y la noche, el esquema privilegia los "programas de autor" de 60 minutos. Son las dos facetas del sistema de producción informativa que se opone al viejo modelo: los contenedores extensos y los programas de opinión y debate, sin excluir las ruedas informativas (Suárez, 2011).

Periodistas y directivos coinciden en señalar las ventajas dicho modelo frente a la sucesión de noticiarios. Vicente Vallés¹, ex subdirector del Canal 24 Horas, considera que así los programas tienen su propia personalidad, los presentadores son diferentes y las formas de tratamiento son distintas: "El camino es más bien éste. Es un tipo de cadena que requiere unos recursos humanos, técnicos y económicos mayores que los aquí (en España) estamos otorgándonos".

Estudios recientes muestran que la desaparecida cadena CNN+, investigada en la misma fecha, y con alcance similar a Canal 24 Horas, experimentó mayores transformaciones en el modelo: menos programas diarios y contenedores de gran extensión (de entre 120 y 240 minutos) para cubrir las franjas horarias fundamentales (Suárez, 2011).

El impacto de internet ha sido clave en dichos cambios. Christopher Crommet², vicepresidente senior de CNN, destaca que en un mundo saturado de opciones informativas "hace falta una personalidad o una opinión, un punto de vista, para romper la barrera de todo el ruido que hay, y entonces escuchar".

El fundador de Euronews y primer director del Canal 24 Horas, Pedro González Martín³, considera que actualmente es necesario un concepto de programación flexible: "El análisis descansa, flexibiliza y complementa la información. Inicialmente se decía que este tipo de televisión (de ruedas informativas) servía para que cualquiera, en cualquier momento del día, pinchara y estuviera informado; pero también hay gente que quiere pasar más tiempo, y más variedad. Los modelos van evolucionando".

El mercado español de información continua fue competitivo hasta finales de 2010, con la participación de empresas públicas (nacionales y autonómicas) y privadas (nacionales). La desaparición de una de las piezas del engranaje (CNN+) "desfavoreció el ya frágil equilibrio ideológico" (Suárez, 2011). La primera experiencia de este tipo la protagonizó Radio Televisión Española en 1997, con la puesta en marcha del Canal 24 Horas. Durante un año y medio fue la única de su tipo hasta la aparición de CNN+. La autonómica 3/24, de Televisión de Cataluña, fue la tercera opción en 2003.

Hasta el 28 de diciembre de 2010, tres canales 24/7 compitieron en el mercado digital terrestre nacional (TDT): Canal 24 Horas, CNN+ e Intereconomía TV. La primera es de titularidad pública, supuestamente sin identificación ideológica; la segunda, de centroizquierda, y la tercera es abiertamente conservadora. Las autonómicas 3/24 (Cataluña) y Canal Nou24 (Comunidad Valenciana) muestran sesgos más o menos nacionalistas, sobre todo la primera (Suárez, 2011). Estas dos últimas emiten en la TDT local.

2. Estrategia metodológica

Esta investigación busca analizar las características formales de la programación y del *prime time* del Canal 24 Horas. Para ello, acude al análisis de contenido, que es una de las técnicas más utilizadas en las Ciencias de la Información. También se auxilia de entrevistas a expertos para referenciar el marco teórico general. El análisis de contenido sirve para la descripción objetiva y sistemática del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson, 1952:18) y para formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, 1990:10). Ha sido un análisis cualitativo, incluso cuando se utilizan técnicas estadísticas para cuantificar (Piñuel y Gaitán, 1999). En este sentido, Krippendorff (1990:6) insiste en que esta técnica "procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos".

El análisis de contenido tiene una orientación fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva (Krippendorff, 1990). De acuerdo

¹ En entrevista el 19 de febrero de 2010.

² En entrevista el 29 de julio de 2009.

³ En entrevista el 11 de febrero de 2010.

con Piñuel y Gaitán (1998), sólo los análisis verificativos y explicativos pueden dar cuenta de inferencias sobre la naturaleza y el funcionamiento de los productos comunicativos. Como explican Casetti y De Chio (1999), el análisis de contenido comprende un conjunto de técnicas de investigación empírica, destinadas a estudiar los contenidos recurrentes de una determinada muestra de texto (en este caso, televisivos). Bardin (2002) considera que, salvo para usos simples y generalizados, esta técnica, "adecuada al campo y al objetivo perseguido, es necesaria inventarla cada vez, o casi".

Siguiendo a Krippendorff (1990), pueden establecerse los componentes del proceso:

- a) Formulación de los datos: Formulación de las unidades, muestreo y registro
- b) Reducción de los datos
- c) Inferencia
- d) Análisis

De forma auxiliar también hemos acudido a las entrevistas abiertas. Esta técnica brinda la posibilidad de confrontar las percepciones del investigador con las de los sujetos entrevistados (Gaitán y Piñuel, 1998). El criterio seguido ha sido el de la recopilación de información a través de directivos y periodistas vinculados a canales de información continua. Las entrevistas se celebraron de forma abierta, bajo la guía de un grupo de temas y preguntas elaboradas con anticipación.

2.1 Fundamentación del análisis de contenido

Para la aplicación del análisis se tuvo en cuenta la *población* de canales españoles de información continua en el momento de desarrollar la investigación: Canal 24 Horas, CNN+, Intereconomía TV, A3Noticias24, 3/24 y Canal Nou24. El objeto de estudio —el corpus— quedará limitado a la cadena más antigua y consolidada del mercado nacional: Canal 24 Horas. El análisis de contenido busca la representatividad en la construcción de la muestra, identificando aquellas tipologías de programas más significativas en relación con los problemas que afronta la investigación (Casetti y Di Chio, 1999).

Todo análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, es decir, mediante un proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje se transforman en unidades que permitan su descripción y análisis precisos (Hernández Sampieri et. al, 2003). Esta investigación, cuyo radio de acción se centra en el Canal 24 Horas, se plantea en dos direcciones: 1) la parrilla de programación y 2) el principal programa del *prime time*. En el primer caso, apunta al tipo de parrilla (según la semana-tipo), sus diferentes formatos y el modo en que se interrelacionan. En el segundo, a la producción informativa del *prime time* (sintaxis y estructura narrativa de los espacios, contenidos, géneros, presentadores, grafismo), entre las 22:30 y 23:59 horas.

La muestra seleccionada se corresponde con una semana-tipo. El estudio de dicha frecuencia permite evaluar tanto las características de un programa como las de la parrilla de un canal de televisión. Por lo general, las cadenas establecen modelos de lunes a viernes y de fin de semana, que se repiten cada semana, salvo excepciones. Los esquemas tienen su realización en la semana, que es la estructura temporal por excelencia de la programación audiovisual. En condiciones normales (sin hechos extraordinarios), el esquema de una semana se repite en las siguientes. Por tanto, una semana-tipo resulta suficiente para analizar una tendencia, siempre y cuando sea diaria la frecuencia del programa.

Para la recogida y la tabulación de datos se han establecido sendos modelos de fichas de análisis, según las direcciones de la investigación. Para comprobar la utilidad del instrumento se ha procedido a realizar un test con cada ficha (parrilla y *prime time* de Canal 24 Horas), con el objetivo de ajustar los ítems necesarios para evaluar los contenidos previstos.

2.2 Análisis de la estructura de la programación

Para la Dirección 1, relacionada con el esquema de programación, se ha planteado una categoría de análisis sobre la estructura. Como explica Cebrián Herreros (2003), la programación televisiva constituye una unidad discursiva por encima de las unidades particulares que la componen, que hilvana una complejidad de microdiscursos. Contreras y Palacio (2003), por su parte, consideran que la programación es un fenómeno complejo, unido a una cultura, a unas costumbres y a unos hábitos sociales. En tanto, Barroso (2002) señala que los programas son cada una de las unidades independientes (de contenido) que conforman la programación de una emisión.

Ítems de la categoría

- a) Cantidad promedio de programas diarios: Referido a los totales promediados, con vistas a analizar la relación cantidad/tiempo.
- b) Extensión promedio de los programas: Tiempo promedio.
- c) Tendencias de la parrilla: Características que denoten su tipología: fragmentaria, por bloques o mixta.
- d) Formatos y programas: Noticiarios, programas de debate y opinión, programas temáticos (economía, tecnología, sociedad, deportes) y otros programas.

2.3. Análisis del *prime time*

Para la Dirección 2, relacionada con la estructura narrativa y el contenido del *prime time*, se plantean las siguientes categorías de análisis:

2.3.1 Estructura narrativa

Como punto de partida de esta categoría, asumimos que una narración televisiva es un conjunto de acciones organizadas en unas determinadas coordenadas de tiempo y espacio, realizadas o emitidas a través de la televisión (Gordillo, 2009); una construcción narrativa que presenta una historia donde se integra una sucesión de acontecimientos de interés humano en la unidad de una misma acción (Peña Timón, 2006). Para Gordillo (2009), el análisis narrativo de un programa de televisión se basa en un conjunto de operaciones aplicadas sobre ese programa y consiste en su descomposición y en su sucesiva recomposición, para identificar mejor los componentes y sus relaciones, la estructura y su dinámica, es decir, los principios de construcción y el funcionamiento comunicativo del espacio.

Los ítems de esta categoría son exposición, desarrollo, cierre, puntos de giro y publicidad y/o autopromociones.

2.3.2 Géneros y recursos periodísticos

Los géneros periodísticos son formas de expresión adecuadas a unos estándares para el desarrollo de los objetivos de la profesión. Constituyen un vehículo de comunicación entre el profesional y el público. Sus clasificaciones son diversas, desde algunas muy fragmentarias hasta otras capaces de agrupar grandes tendencias. Siguiendo el hilo de esta investigación, el estudio de los géneros periodísticos en el *prime time* de Canal 24 Horas se ajusta a las siguientes modalidades: noticia, reportaje, entrevista y comentario, con los ítems correspondientes: géneros periodísticos, recursos periodísticos (entradillas, medianillas, colas, totales, piezas) y uso de directos.

2.3.3 Tiempo

Toda narración televisiva se desarrolla en el tiempo, pues ésta es una de las categorías esenciales de la narrativa audiovisual. Las relaciones temporales en el discurso televisivo se pueden estudiar en torno a tres coordenadas: ordenación, duración y frecuencia (Gordillo, 2009). Los ítems tenidos en cuenta fueron: extensión del programa y extensión de secciones o bloques.

2.3.4 Presentadores

En la locución recae la carga conceptual y explicativa de la noticia. En este sentido, el dinamismo informativo de la televisión ha superado la presencia de locutores-lectores de textos ajenos, y la categoría de locutor ha quedado muy desplazada para dar paso a la imagen y voz propia del periodista (Cebrián Herreros, 2003). En la última década, el papel de los presentadores ha sufrido transformaciones. Los tradicionales "bustos parlantes" de las ruedas informativas han cedido protagonismo a figuras carismáticas "creadoras de opinión". Los ítems del análisis de contenido fueron: cantidad de presentadores, papel y jerarquía de los presentadores en la puesta en escena y enfoques (informativo, opinativo, interpretativo, mixto).

2.3.5 Grafismo

La introducción de los gráficos electrónicos supuso una revolución en la presentación de informativos. Su objetivo es dotar al canal de una personalidad diferenciada, y en esto el informativo es un vehículo fundamental para su imagen (Hervás, 2002). El grafismo porta un conjunto amplio de posibilidades para la información televisiva. No se trata de meras ilustraciones, sino de un componente expresivo (Cebrián Herreros, 2003). Las cadenas 24/7 utilizan ampliamente el grafismo no sólo por razones de identidad corporativa, sino porque forma parte indisoluble de la producción informativa y del lenguaje audiovisual. Los ítems analizados fueron: uso de rótulos, tickers, mapas u otros recursos, uso de estudios reales (con o sin videowall) o virtuales, uso de cortinillas o separadores gráficos y uso de la música.

3. Aplicación del análisis de contenido

La investigación en torno a la estructura de la programación ha ofrecido resultados elocuentes sobre el tipo de parrilla de la cadena, sus programas y formatos. Mientras, la desarrollada sobre la producción informativa del *prime time* ha permitido conocer en profundidad acerca de la sintaxis, la estructura narrativa del espacio principal (*La Noche en 24 Horas*), la base de contenido, el uso de géneros y recursos periodísticos y el papel del grafismo, entre otros aspectos.

3.1 Esquema de programación: resultados

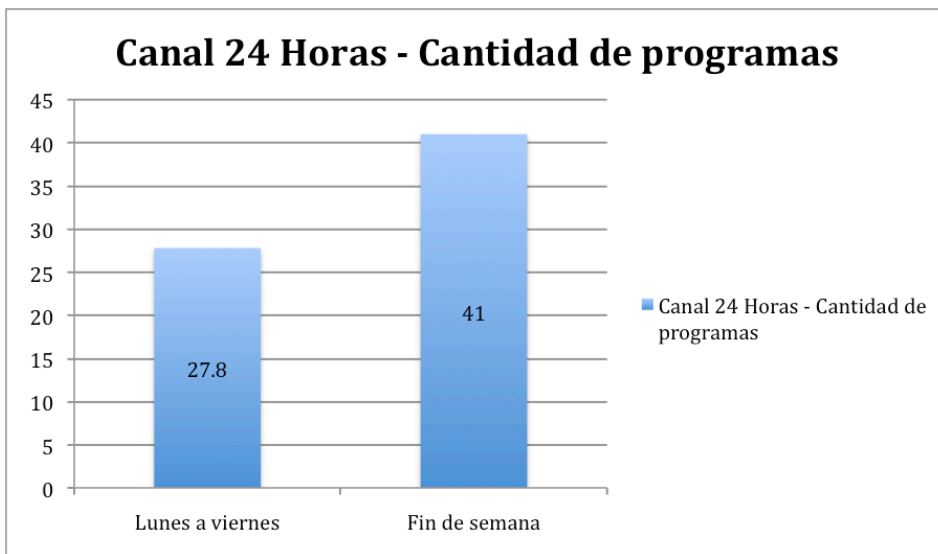
En cuanto a la Dirección 1 (Estructura de la programación), hemos aplicado la fichas de análisis en la semana del 4 al 10 de octubre de 2010, como parte del trabajo de campo de ésta y otras investigaciones correspondientes a una tesis doctoral. En su elección se tuvo en cuenta el concepto de semana-tipo (ya explicado anteriormente). Es decir, en condiciones normales de trabajo. La valoración se ha realizado sobre la base de la parrilla prevista, que nos sirve para sacar conclusiones sobre la filosofía y el concepto de

programación. De este modo, la investigación de la parrilla de Canal 24 Horas arroja las siguientes valoraciones:

En cuanto al tipo de parrilla, la programación se comporta de manera similar de lunes a viernes. Los fines de semana acude a otras fórmulas, con menos espacios en directo, más reposiciones y programas producidos originalmente para las cadenas generalistas de TVE. Los principales programas de cada franja se emiten los cinco días laborables de semana.

Entre lunes y viernes se emiten un promedio diario de 27,8 programas, mientras que el promedio del fin de semana es de 41. De lunes a viernes la cantidad es relativamente baja, y el fin de semana, alta.

Gráfico I. Número de programas de la parrilla.



La extensión promedio alcanza los 51,8 minutos por programa, de lunes a viernes, y los 35,1 minutos los fines de semana. En ninguno de los dos casos el promedio de minutos por programas llega a la hora de duración. Los días con mayor cantidad son martes, jueves, sábado y domingo, y el de menor, los lunes. Canal 24 Horas no basa su programación en grandes contenedores informativos, sino en ruedas noticiosas recurrentes. Esta política, tanto de lunes a viernes como el fin de semana, aumenta la cantidad promedio de programas y disminuye el tiempo promedio de emisión de cada uno.

Tendencia de la parrilla: La cantidad promedio de programas diarios da cuenta directamente de la filosofía del Canal 24 Horas. La tendencia estructural se establece sobre la base del enfoque: fragmentario (promedio de minutos por programa inferior a 40 minutos), mixto (promedio de minutos por programa entre 41 y 60 minutos) o por bloques (promedio de minutos por programa superior a 61 minutos).

La parrilla de lunes a viernes cuenta con una estructura mixta. El promedio de minutos por programa (51,8) ratifica el enfoque general: como tendencia, no prioriza los espacios de larga duración. Los estelares de la mañana, *Telediario Matinal* y *Los Desayunos de TVE*, sólo ocupan entre ambos un total de 165 minutos. En el *prime time* (21:30-00:00) se repite el *Telediario 2* (producido originalmente para La 1) y se emite *La Noche en 24 Horas*.

Gráfico II. Tiempo dedicado a los cuatro programas principales y al resto.



Canal 24 Horas no emite los fines de semana sus cuatro principales programas, por lo que la parrilla pasa de mixta a fragmentaria. El promedio de minutos por programa apenas rebasa la media hora. De 51,8 minutos promedio por programa de lunes a viernes, pasa a 35,1 los fines de semana, con una programación basada en ruedas informativas, espacios temáticos breves y repeticiones.

Formatos y programas: La apuesta fundamental de Canal 24 Horas son las ruedas informativas. El análisis de la parrilla refleja que, tanto de lunes a viernes como los fines de semana, predominan los noticiarios (56% y 58,36% de la programación, respectivamente), mientras los espacios de debate y opinión suman un cuarto de la parrilla entre semana (25,81%), y 4,66% el fin de semana.

Las ruedas informativas duran una media de treinta minutos y están distribuidas a lo largo de la parrilla, entre programas temáticos y de opinión. *Noticias 24H* es el informativo que articula la programación, con una media de siete ediciones diarias entre lunes y viernes, y de 14 los fines de semana. No es el único formato noticioso. *Telediario Internacional* (con emisiones de madrugada), *España en 24H* y *Semanal 24H* completan la oferta.

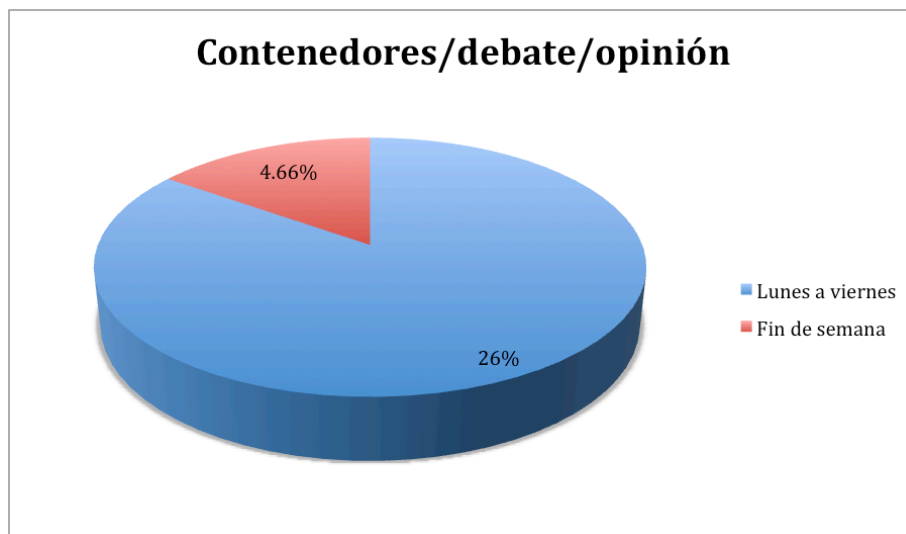
Los tres principales programas de opinión son contenedores informativos que dan cabida a la tertulia, los directos, la entrevista de actualidad y la interactividad con el espectador: *Los Desayunos de TVE* (producido para La 1 y retransmitido al unísono por Canal 24 Horas), *La Tarde en 24H* (17.00-19:45) y *La Noche en 24H* (22:30-23:59). En total, la cadena dedica a este tipo de contenedores, caracterizados por el debate y la opinión, el 25,81% de lunes a viernes y el 4,66% los fines de semana.

Los programas temáticos independientes suman el 6,90% de lunes a viernes y el 10,50% los fines de semana. Entre ellos aparecen *Agrosfera*, *El escarabajo verde*, *Zoom net*, *NCI Noticias*, *Página 2*, *Tres14*, *Cámara abierta 2.0* y *Redes*. Por otra parte, el grupo de "Otros programas de la parrilla" representa de lunes a viernes el 11,29% y los fines de semana el 26,49%. Entre ellos están los espacios de entrevistas y reportajes, sobre todo estos últimos, debido a la política de repeticiones de los programas *Informe Semanal* y *Fue Informe*, y a otros como *Repor*, *Crónicas* y *En Portada*.

Gráfico III. Noticiarios



Gráfico IV: Contenedores, opinión y debate



3.2 Análisis del 'prime time': resultados

Canal 24 Horas presentó en el *prime time* el programa *La Noche en 24 Horas*, liderado por Vicente Vallés entre 22:30 y 23:59 horas, de lunes a viernes. El análisis se ha practicado en las emisiones de los días 4, 5, 6, 7 y 8 de octubre de 2010, en respuesta al planteamiento inicial de semana-tipo. A través de las fichas correspondientes hemos estudiado la estructura narrativa, el uso de autopromociones, grafismo y publicidad, los géneros y recursos periodísticos empleados, el tiempo dedicado a cada tipo de contenido, el papel de los presentadores y otros recursos de producción informativa.

Las emisiones estudiadas hacen uso periodístico de las fases narrativas del relato. De este modo, su estructura narrativa está compuesta de exposición, desarrollo y cierre. En la exposición aparecen la cabecera, los titulares (en modo distendido), la sección "La primera imagen de la noche" (que incluye colas y totales), el estado del tiempo y la promoción de los foros del programa en Facebook. En la emisión del 4 de octubre se produjo además un avance del tema principal del día por parte de los tertulianos. En esta fase, *La Noche en 24 Horas* plantea sus objetivos, da a conocer los participantes y el escenario, y adelanta los temas más relevantes.

En cuatro de las cinco emisiones estudiadas el desarrollo se inicia con la entrevista principal y prosigue con la tertulia, con los asuntos más polémicos de la jornada. Una de ellas comenzó directamente con la tertulia. *La Noche en 24 Horas* articula su propuesta alrededor de la tertulia, hilvanando otras secciones y recursos periodísticos. Entre los segmentos están "Protagonistas de hoy", "Lo que hay que ver", "Titulares de la prensa de hoy".

El cierre está compuesto por los titulares de la prensa del día siguiente y un clip musical, alegórico a una efeméride o suceso. En las emisiones estudiadas no se produjeron rupturas del hilo narrativo mediante el uso del recurso de *breaking news*

Tabla II: Fases narrativas.

	Descripción	Tiempo ⁴
Exposición	a) Cabecera b) Titulares c) 'La primera imagen de la noche' d) Foros de Facebook e) Estado del Tiempo	6.30
Desarrollo	a) Entrevista b) Tertulia c) 'Protagonistas de hoy' d) 'Lo que hay que ver' e) 'Titulares de la prensa de hoy' f) Piezas grabadas	79
Cierre	a) 'Titulares de la prensa de mañana' b) Clip musical c) Despedida	5.10

La estructura de *La Noche en 24 Horas* simula una curva ondulante. Esto garantiza la dosificación de contenidos de alta y baja intensidad en todo el espacio. La tertulia y las entrevistas cubren la mayor parte del tiempo. Alrededor de los temas de tertulia se produce un amplio despliegue de recursos periodísticos que permiten el sostenimiento del interés, de principio a fin. Secciones como "Lo que hay que ver", el foro de Facebook o "La

⁴ Tiempo promedio diario. En minutos.

última imagen de la noche" tienen intensidad media o baja, con el objetivo de acompañar el desarrollo de la tertulia.

La Noche en 24 Horas no incluye publicidad comercial, por lo que todos los recursos visuales, utilizados en función estética o de relax, son autopromociones o cabeceras de secciones que se emiten como promedio una vez cada media hora.

Los géneros periodísticos más utilizados son la entrevista, la noticia y el comentario. La entrevista siempre es de actualidad. Las noticias son piezas grabadas, o colas y totales articulados frente a cámara mediante entradillas y medianillas. No tienen un orden fijo, sino que se programan en la misma medida en que se desarrollan los temas de la tertulia. El promedio de piezas grabadas por programa es de 2,4. Los comentarios se producen mediante breves intervenciones del presentador. En este sentido, sobresale el equilibrio político y la ponderación en el ejercicio de la opinión, a tono con los requerimientos de la televisión pública.

Los recursos periodísticos son de uso constante. De esta forma, los promedios diarios de 22,6 colas y 13,8 totales por programa, junto al uso constante de entradillas y medianillas, demuestran un estilo fragmentario y dinámico que busca informar, poner en contexto y opinar sobre los principales temas de la jornada informativa. La actividad principal está concentrada en el plató, con los participantes, pero depende de los materiales que se ofrecen como materia prima de la conversación y el debate. En ninguna de las emisiones estudiadas hubo conexiones en directo, aunque sí sonidos telefónicos en un par de ocasiones.

La duración de *La Noche en 24 Horas* es de 90 minutos promedio. Su tiempo se distribuye con destaque para las tertulias, la información y las entrevistas. Las tertulias duran un promedio diario de 39,4 minutos, con un pico de 45 minutos en la primera emisión estudiada (04/10/2010). Las entrevistas, 11 minutos de promedio diario, y otras secciones y contenidos varios, 39,4 minutos. En este último acápite se cuentan los recursos periodísticos utilizados, como colas, totales, llamadas telefónicas, entradillas, entre otros. La puesta en escena se materializa en cuatro sets: a) entrevistas, b) tertulias, c) secciones varias con presentadores secundarios y d) titulares de la prensa. En las tertulias participan tres periodistas y el moderador.

Tabla II: Minutos por contenidos diarios.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Promedio
Entrevistas	0	9	18	14	13	11
Tertulias	45	42	37	34	39	39,4
Boletines	0	0	0	0	0	0
Comentarios	2	0	0	0	0	0,4
Otras⁵	43	39	35	41	39	39,4

La Noche en 24 Horas está presentado por cinco locutores. Su filosofía se basa en un presentador principal, tres secundarios y una especialista en meteorología. En la puesta en escena, los presentadores leen noticias u otros materiales, entrevistan directamente, dialogan entre ellos, opinan sobre las noticias y muestran y explican mapas u otros recursos infográficos que aportan datos a la información. El principal presenta y conduce el programa, realiza las entrevistas, da paso a los segmentos, lee las colas, presenta los totales y modera la tertulia. Los secundarios presentan secciones, entre ellas las relacionadas con la interactividad con los espectadores, y reseñan los titulares de la prensa del día y del siguiente.

⁵ Se incluyen las colas, totales, llamadas telefónicas, entradillas, y otras secciones.

Los enfoques de presentación predominantes son el interpretativo (coloca las noticias y los temas en contexto) y el informativo, por ese orden. La opinión está contenida, equilibrada, y se ejerce mayoritariamente por los tertulianos y no por los presentadores. La intercalación de segmentos informativos o recursos periodísticos en las tertulias, como pie para el debate, conduce a un ritmo de presentación-realización dinámico y ágil.

Los principales recursos infográficos presentes son las cabeceras de las secciones, los rótulos ordinarios, las autopromociones y el tratamiento visual de estadísticas e informes. Además se utiliza el logotipo de la cadena. Los mapas se emplean a diario en el estado del tiempo, y los gráficos con estadísticas en la contextualización de temas que luego serán debatidos en las tertulias. El programa emplea cabeceras gráficas para delimitar las secciones. La música en segundo plano se utiliza en los titulares y como transición entre una sección y otra.

El set principal está compuesto por una mesa de debate rectangular en la que comparecen el presentador (a la cabeza) y los tertulianos. Las entrevistas y las secciones cuentan con otros sets. La escenografía del estudio es tradicional.

4. Conclusiones

Desde 1996, con la entrada al mercado de la cadena norteamericana Fox News, se han producido considerables cambios conceptuales en la producción informativa todo-noticias. Ya en los primeros años 2000, la reacción de las cadenas informativas a la masificación de internet se vio claramente representada por esta y otras opciones, que desarrollaron nuevos formatos de actualidad y opinión en detrimento de las tradicionales ruedas informativas.

Tomando como referencia el contexto programático internacional, el análisis revela las debilidades y fortalezas del modelo desarrollado por el Canal 24 Horas. Podemos considerarle una cadena con características *timeshift*, cuya programación ofrece segundas y terceras oportunidades a los espectadores, a partir de la producción propia y del resto de las cadenas del grupo RTVE. Además, apuesta por el concepto de ruedas informativas tradicionales y por otros programas más extensos.

Los datos obtenidos permiten concluir que la tendencia de programación del Canal 24 Horas se debate entre lo mixto y lo fragmentario. Sus programas no alcanzan los 60 minutos promedio de duración. La tendencia se orienta hacia los espacios breves y medianos en vez de grandes bloques. Si tomamos en consideración los cambios producidos en el modelo informativo de los canales 24/7, las emisiones estudiadas indican que el Canal 24 Horas persiste en la explotación de formatos mayoritariamente noticiosos. Esta recurrencia le aleja de otros modelos actuales que apelan a los contenedores informativos y a las tertulias y debates, como son los casos de las cadenas norteamericanas Fox News, CNN y MSNBC, que marcan tendencia.

El nuevo modelo programático no es un concepto absoluto. Sin embargo, el diagnóstico sobre la estructura de estos canales ofrece suficientes argumentos para el diseño de parrillas sencillas, con formatos personalizados y con una duración que permita rentabilizar adecuadamente los recursos técnicos y humanos.

El aspecto más positivo del análisis podemos encontrarlo en el programa *La Noche en 24 Horas*, uno de los que opera de forma similar al modelo de referencia bajo el que se ha desarrollado esta investigación. El espacio emplea predominantemente enfoques de presentación interpretativos e informativos. El ejercicio de la opinión es medido y se practica, sobre todo, por parte de tertulianos e invitados. Da prioridad a la tertulia y a las entrevistas, y utiliza una considerable cantidad de recursos periodísticos, como colas y totales, que imprimen agilidad al discurso informativo.

La extensión de este formato y la reconversión de la parrilla son elementos a tener en cuenta para la creación de valor añadido. Internet y las redes sociales han transformado el ecosistema de medios de comunicación, con el consiguiente cambio en las audiencias. Las nuevas tecnologías han incidido en el modo en que los ciudadanos se informan. Como han demostrado otras experiencias, la información contextualizada, el análisis y del debate son herramientas que la televisión todo-noticias debería explotar para convivir satisfactoriamente con las opciones más instantáneas.

Bibliografía

- BARDIN, Laurence: *Análisis de contenido*. Ediciones Akal, Madrid, 2002
- BARROSO GARCÍA, Jaime: *Realización de los géneros televisivos*. Editorial Síntesis, Madrid, 2002
- BERELSON, Bernard: *Content Analysis in Communication Research*. Free Press, Nueva York, 1952
- CASETTI, Francesco; DI CHIO, Federico: *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Editorial Síntesis, Madrid, 2003
- CHAFFIN, Joshua; VAN DUYN, Aline: "Interview transcript: Rupert Murdoch and Roger Ailes". *Financial Times*, Londres, 6 de octubre de 2006 [<http://www.ft.com/cms/s/2/5b77af92-548c-11db-901f-0000779e2340.html#axzz1AcuMGOP1>] (consultado el 29 de septiembre de 2010)
- CONTRERAS, José Miguel; PALACIO, Manuel: *La programación de televisión*, Editorial Síntesis, Madrid, 2003
- FOX NEWS: "Schedule Daytime" [<http://www.foxnews.com/fnctv/index.html>] (consultado el 23 de septiembre de 2010)
- GAITÁN, Juan A.; PIÑUEL, José L.: *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Editorial Síntesis, Madrid, 1998
- GORDILLO, Inmaculada: *Manual de narrativa televisiva*. Editorial Síntesis, Madrid, 2009.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto et. al: *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana, México DF, 2003
- HERVÁS IVARS, Christian: *El diseño gráfico en televisión: Técnica, lenguaje y arte*. Ediciones Cátedra. Madrid, 2002
- KRIPPENDORFF, Klaus: *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós. Barcelona, 1990
- PEÑA TIMÓN, Vicente: *Narración Audiovisual. Investigaciones*. Ediciones del Laberinto, Madrid, 2006
- SUÁREZ SIAN, Michel D.: *Canales de noticias en televisión. Contexto operativo, geopolítica y tecnología*. Editorial Fragua, Madrid, 2001
- WHITTEMORE, Hank: *Historia secreta de la CNN*. Fundesco, Madrid, 1992