

The background of the cover features a magnifying glass with a dark handle and a circular lens. The lens is positioned over a document with horizontal lines, suggesting a report or a list. In the lower-left quadrant of the lens, there is a stylized logo consisting of a circle with a vertical bar and a curved line, resembling a lowercase 'a' or a similar symbol. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Informe Media.cat

**Marc de referència als
Telenotícies de TV3**

Octubre 2009

Informe Media.cat

Marc de referència als Telenotícies de TV3

Roger Palà i Balanyà
Armelle Ibáñez i Daluzeau



Media.cat



grup de periodistes
Ramon Barnils

Introducció.....	2
Objectius	4
1. Metodologia	5
1.1. Contextualització	6
1.1.1. Període analitzat	6
1.1.2. Marc actualitat	6
1.2. Recollida de dades.....	7
1.3. Definició dels marcs de referència	8
1.3.1. Ubicació geogràfica.....	8
1.3.2. Fonts emprades	9
1.3.3. Dades emprades	9
2. Punts clau	10
2.1. Presència del marc català	11
2.2. Representació territorial dels Països Catalans	13
2.3. Presència de la producció cultural catalana	15
3. Desglossament de dades	18
3.1. Perspectiva general.....	19
3.1.1. Variacions temporals.....	19
3.1.2. Formats de les unitats informatives	20
3.2. Marc de referència i continguts	21
3.2.1. Marc de referència	21
3.2.2. Tipologia de continguts	22
3.2.3. Tipologia de continguts i marc referencial	23
3.2.4. Informacions d'àmbit esportiu	24
3.2.5. Informacions de l'àmbit de societat.....	26
3.2.6. Informacions d'àmbit cultural	27
3.2.7. Informacions d'àmbit internacional.....	32
3.3. Presència dels territoris dels Països Catalans	34
3.4. Prioritat de continguts al sumari	37
3.5. Llengua emprada per les fonts.....	39
3.5.1. Origen de les fonts	39
3.5.2. Llengua de les fonts en pantalla	39
3.5.3. Llengua de les fonts d'origen català.....	40
4. Conclusions i propostes	41
4.1. Conclusions.....	42
4.2. Propostes	43

Des de la seva fundació l'any 1983, Televisió de Catalunya ha jugat un paper central en la configuració de l'espai català de comunicació. La seva creació va respondre al procés de normalització global iniciat pel Govern català en el moment de l'assoliment de l'autonomia. Per aconseguir-ho, Catalunya havia de disposar de tots els elements que configuren una societat moderna, entre ells uns mitjans de comunicació propis. Així doncs, "ajudar a la consolidació i expansió de la llengua, la cultura, la identitat i la projecció internacional de Catalunya" va ser, i continua sent, un dels objectius principals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).¹ Al marge del seu paper cabdal en el procés de normalització lingüística, es tractava de construir un mitjà de comunicació públic que expliqués la realitat des d'un punt de vista català, cercant un estàndard de qualitat que la diferenciés de la resta d'oferta televisiva en llengua castellana. A més a més, aquests objectius només podien assolir-se si TV3 esdevenia capdavantera des del punt de vista de l'audiència.

La nova televisió havia d'esdevenir la punta de llança de la vertebració de l'espai català de comunicació, tal com el va definir el catedràtic Josep Gifreu ara fa 22 anys, un espai que no es limita geogràficament al Principat, sinó que comprèn tots els territoris de l'àmbit lingüístic, és a dir, els Països Catalans. Conscient d'aquest paper que molts sectors de la societat esperaven de l'ens, en la missió que es fixa la CCMA continua figurant com un dels objectius principals "reforçar la presència dels seus mitjans en tot el territori d'àmbit lingüístic català".¹

26 anys després de la seva arrencada, no hi ha dubte que Televisió de Catalunya ha esdevingut la referència de l'ecosistema comunicatiu català. Segons la darrera onada del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, corresponent al mes de juliol (dades any mòbil 2009), TV3 és líder a Catalunya (19,6) per sobre de Telecinco (16,7) i Antena 3 (16,5). En aquest procés de lideratge, hi han jugat un rol molt important els seus informatius. Buc insígnia de TV3 des de la seva fundació, el Telenotícies ha esdevingut la primera referència informativa del país. És el principal producte audiovisual informatiu diari produït per un mitjà català amb capacitat tècnica per arribar a les llars de tots els ciutadans del Principat de Catalunya i, fins fa pocs mesos, de tots els Països Catalans. Per això, els serveis informatius de TV3 sempre han tingut sobre les seves espatlles una gran càrrega de responsabilitat, més encara si tenim en compte la manca de solidesa d'un espai cada cop més més minoritzat respecte al sector estatal i internacional de la comunicació, i amenaçat per una penetració molt important dels grups mediàtics d'àmbit espanyol.

Fins a quin punt, però, TV3 i els seus informatius compleixen la seva funció com a vertebradors de l'imaginari col·lectiu català? El conseller de Cultura, Joan Manuel Tresserras, expressava en una entrevista a Tribuna.cat l'any 2007, pocs mesos després de prendre possessió del càrrec, que en molts aspectes TV3 tenia "un punt de vista colonitzat". Segons Tresserras, aquest fet "en cap cas és producte d'una activitat conscient de laboratori, sinó que és el reflex de fins a quin punt l'ecosistema colonitza la mirada i el punt de vista de molta gent, també d'alguns professionals de la comunicació". Aquest informe analitza amb detall el marc referencial de les

¹ Declaració extreta del web de la CCMA: http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_missio_cat.htm

informacions dels serveis informatius de Televisió de Catalunya, amb l'objectiu d'esbrinar fins a quin punt els afecta aquesta suposada "colonització".

Per assolir l'objectiu fixat, l'informe fa una foto fixa de l'estat actual del Telenotícies pel que fa al marc de referència que prioritza les informacions que hi apareixen diàriament, i s'ha fet emprant eines d'anàlisi merament quantitatives.

El principal objectiu de l'informe és, doncs, esbrinar fins a quin punt els informatius de TV3 són fidels als objectius que la van impulsar; en paraules de qui en va ser director general de 1984 a 1995, Joan Granados: "TV3 és una televisió feta i pensada des de Catalunya. Una televisió amb vocació nacional i universal, dimensionada per a un país i una cultura"; o en les de qui va integrar l'equip fundacional de Televisió de Catalunya, i que la va dirigir entre 1984 i 1989, Enric Canals: "La nostra televisió, la d'un país normalitzat, havia d'ésser equiparable des del seu naixement a la de les nacions del nostre entorn europeu, millorant-les si era possible".²

² Citats per Josep Gifreu a *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2007-2008*.

La motivació d'aquest informe és determinar en quina mesura els informatius de Televisió de Catalunya responen a un marc de referència català. No s'ha realitzat una anàlisi comparativa respecte a diferents períodes de la història del Telenotícies, sinó que s'ha realitzat una foto fixa d'un moment concret. En aquest cas, el període comprès entre els dies 9 de març i 9 d'abril de 2009. 32 dies que responen a 63 Telenotícies (migdia i vespre) i un total de 1.913 unitats informatives repartides en 42,4 hores d'emissió.

Els objectius a assolir són:

- Determinar quines informacions dels Telenotícies Migdia i Vespre de TV3 responen a un marc de referència català i quines responen a un marc de referència espanyol o internacional.
- Determinar en quins àmbits de la informació es prioritza el marc català i en quins altres no.
- Determinar el grau de presència dels diferents territoris dels Països Catalans en els informatius de TV3.
- Determinar el grau de presència de la producció de la indústria cultural catalana en les informacions d'àmbit cultural i l'atenció que presta el Telenotícies a la producció cultural en llengua catalana en àmbits com l'audiovisual, la música, les arts escèniques i la literatura.
- Determinar quin grau de presència té la llengua catalana en les fonts que s'expressen en pantalla en els Telenotícies.



1. Metodologia

1.1.1. Període analitzat

El període analitzat en aquest informe comprèn del dia 9 de març al dia 9 d'abril de 2009, ambdós inclosos. 32 dies que responen a 63 Telenotícies³ (32 TN Migdia i 31 TN Vespre) i un total de 1.913 unitats informatives repartides en 42,4 hores d'emissió. Per unitat informativa, s'entén cadascuna de les informacions emeses en el Telenotícies (peça, off conductor, etc.).

Període analitzat

		Dl	Dt	Dc	Dj	Dv	Ds	Dg		
2009	MARÇ							1		
		2	3	4	5	6	7	8		
		9	10	11	12	13	14	15		
		16	17	18	19	20	21	22		
		23	24	25	26	27	28	29		
		30	31							
				1	2	3	4	5		
		6	7	8	9	10	11	12		
		13	14	15	16	17	18	19		
		20	21	22	23	24	25	26		
		27	28	29	30	31				

1.1.2. Marc actualitat

Pel que fa a l'actualitat catalana, el període s'ha vist marcat principalment per dues qüestions: d'una banda, el context de crisi econòmica que ha motivat un bon gruix de notícies d'àmbit laboral; de l'altra, el succés que va acaparar més interès mediàtic en l'àmbit polític i social català, però, van ser les protestes contra el Pla Bolonya i el desallotjament dels estudiants que, des de feia dos mesos, ocupaven el rectorat de la UB. Aquest és el motiu principal pel qual les informacions d'ensenyament tenen una gran presència en els informatius analitzats. Des del punt de vista polític, es tracta d'un període en el qual la recollida de dades no s'ha vist alterada per cap campanya electoral: els comicis més pròxims en el temps s'havien celebrat a Euskadi el mes de febrer de 2009.

En l'àmbit de política internacional, un fet va acaparar gran atenció mediàtica: el terratrèmol de L'Àquila, a Itàlia, el 6 d'abril de 2009. És aquest un dels motius pels quals Itàlia apareix en segona posició en el rànquing de països de la secció d'internacional, per darrere dels Estats Units. Altres esdeveniments rellevants van ser la reunió del G-20 a Londres, la cimera de l'OTAN a Estrasburg o el fòrum de l'Aliança de Civilitzacions a Istanbul, esdeveniments en els quals participen actors multinacionals i que conformen el gros de les informacions de les quals no ha estat possible definir un marc de referència d'àmbit nacional.

³ No s'ha comptabilitzat el TN Vespre de dissabte 4 d'abril, realitzat enmig de l'emissió del partit de futbol.

1.2. Recollida de dades

Els TN del període d'estudi han estat enregistrats i posteriorment visualitzats per a la recollida de dades. La recollida de dades es duu a terme omplint una fitxa com la que es mostra per a cadascuna de les unitats informatives de tots els TN en estudi.

D'aquesta manera, per a cada unitat informativa es coneix:

- quin dia i en quin TN s'emet la notícia
- quin ordre té dins del TN
- si apareix o no en el sumari
- quina durada té
- en quin tipus de format es presenta (peça, plató punxat, apunt...)
- de quina temàtica tracta (política, societat, economia, esports...)
- en quin marc referencial s'engloba i, en el cas que sigui marc català, a quina regió dels Països Catalans fa referència
- si incorpora declaracions o no, l'origen de les fonts i la llengua en què es fa la declaració

Fitxa per a la recollida d'informació

data: ___ / ___ /09		<input type="checkbox"/> TN migdia		<input type="checkbox"/> TN vespre	
notícia: ___		sumari <input type="checkbox"/>		núm. ___	
inici: ___ min ___ s		fi: ___ min ___ s			
FORMAT <input type="checkbox"/> Peça <input type="checkbox"/> Off conductor <input type="checkbox"/> Apunt <input type="checkbox"/> Intro insert <input type="checkbox"/> Entrevista editada <input type="checkbox"/> Connexió en directe	TEMÀTICA GRAL. <input type="checkbox"/> Internacional <input type="checkbox"/> Política <input type="checkbox"/> Societat <input type="checkbox"/> Economia <input type="checkbox"/> Laboral <input type="checkbox"/> Esports <input type="checkbox"/> Cultura	SOCIETAT <input type="checkbox"/> Successos <input type="checkbox"/> Sanitat <input type="checkbox"/> Gènere <input type="checkbox"/> Immigració <input type="checkbox"/> Habitatge <input type="checkbox"/> Medi ambient <input type="checkbox"/> Comunicació <input type="checkbox"/> Ciència <input type="checkbox"/> Educació <input type="checkbox"/> Llengua <input type="checkbox"/> Infraestructures <input type="checkbox"/> Urbanisme <input type="checkbox"/> Trànsit <input type="checkbox"/> Religió <input type="checkbox"/> Món rural <input type="checkbox"/> Altres	ESPORTS <input type="checkbox"/> Futbol <input type="checkbox"/> Bàsquet <input type="checkbox"/> Motor <input type="checkbox"/> Tennis <input type="checkbox"/> Altres	CULTURA <input type="checkbox"/> Cinema i audiovisual <input type="checkbox"/> Música <input type="checkbox"/> Literatura <input type="checkbox"/> Arts escèniques <input type="checkbox"/> Altres ↓ MARC CULTURAL <input type="checkbox"/> Català <input type="checkbox"/> No català <input type="checkbox"/> No aplicable	MARC DE REFERÈNCIA <input type="checkbox"/> Països Catalans <input type="checkbox"/> Principat <input type="checkbox"/> País Valencià <input type="checkbox"/> Catalunya Nord <input type="checkbox"/> Illes Balears <input type="checkbox"/> Franja de Ponent <input type="checkbox"/> Andorra <input type="checkbox"/> Estat espanyol <input type="checkbox"/> Resta del món PAÍS: _____ <input type="checkbox"/> No definit
DECLARACIONS: LLENGUA 1a 2a 3a 4a 5a <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Català <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Castellà <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____		DECLARACIONS: ORIGEN 1a 2a 3a 4a 5a <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Països catalans <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Estat espanyol <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Altres			
OBSERVACIONS <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>					

Tota aquesta informació s'introdueix en un processador de càlcul i, posteriorment, s'analitza amb programari específic per a l'anàlisi estadística.

1.3. Definició dels marcs de referència

A cadascuna de les unitats informatives, se li atribueix un marc de referència. Aquest pot ser:

- marc català
- marc espanyol
- altres països
- no definit

En les informacions de marc català, també s'especifica a quin àmbit dels Països Catalans fa referència.

S'engloben dins de "no definit" aquelles informacions que tenen com a marc de referència dos països o més o bé tracten temàtiques d'àmbit global.

Per determinar si una unitat informativa té marc de referència català o no, s'empren tres indicadors:

- ubicació geogràfica
- fonts emprades
- dades emprades

Pot donar-se el cas que en una notícia es donin indicadors contradictoris (per exemple, una informació sobre l'atur amb dades espanyoles, però amb declaracions dels sindicats catalans). En aquests casos, Media.cat ha fet una valoració de la notícia d'acord amb el pes de cadascun dels indicadors per adjudicar-ne el marc. En les informacions en què el pes dels diferents elements està molt equilibrat, s'ha optat per ubicar la unitat informativa en la categoria "no definit".

1.3.1. Ubicació geogràfica

Una unitat informativa té marc referencial català quan fa referència a un esdeveniment que succeeix en l'àmbit geogràfic dels Països Catalans. Es considera notícia d'àmbit català qualsevol que s'esdevingui dins el territori del Principat de Catalunya, el País Valencià, les Illes Balears, Catalunya Nord, Andorra i la Franja de Ponent, encara que els protagonistes de la informació siguin personatges no catalans. Per exemple: es considera que una notícia sobre el concert d'U2 a Barcelona és una notícia amb marc referencial català, encara que els protagonistes de la peça siguin irlandesos.

1.3.2. Fonts emprades

Una unitat informativa té marc referencial català quan es prioritzen les fonts d'origen català. Es considera notícia d'àmbit català aquelles en què les fonts principals són catalanes, independentment de la llengua que emprin, l'àrea geogràfica on succeeix la informació i de si s'expressen o no en pantalla. Una notícia sobre una manifestació d'independentistes catalans a Brussel·les o una protesta dels empresaris catalans a Madrid es considera que té marc català. En canvi, una roda de premsa del president del PP espanyol, Mariano Rajoy, realitzada a Barcelona, valorant qüestions de política espanyola, es considera que té marc espanyol, independentment que el fet succeeixi a Catalunya.

1.3.3. Dades emprades

Una unitat informativa té marc referencial català quan les dades que s'ofereixen prenen com a marc de referència els Països Catalans o un dels seus territoris, independentment que les xifres vinguin d'un organisme oficial d'àmbit espanyol. Per exemple, es considera que una informació sobre el creixement de l'atur amb dades provinents del Ministeri de Treball té marc català, sempre que la notícia prioritzi informativament les xifres que facin referència a l'atur a Catalunya. En canvi, es considera que no té marc català, per exemple, una notícia elaborada a partir d'un informe de la patronal espanyola sobre la creació de llocs de treball a l'Estat espanyol.



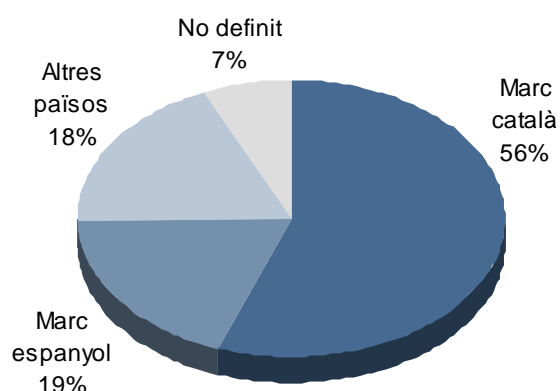
2. Punts clau

2.1. Presència del marc català

- Les informacions amb marc referencial català suposen el 56% del total del Telenotícies.
- Les notícies de política prioritzen el marc referencial espanyol (49%) per sobre del català (44%).
- Les notícies d'economia amb marc no català suposen el 55% del total d'informacions d'àmbit econòmic.
- La informació esportiva suposa el 28% del total de les notícies de l'informatiu, i poc més de la meitat (56%) té com a marc de referència els Països Catalans.

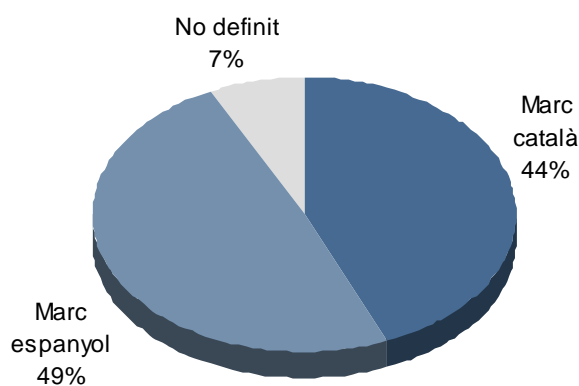
El 56% del total de les unitats informatives del TN tenen com a marc de referència els Països Catalans.

Distribució de les informacions per marc referencial



Analitzant els diferents àmbits temàtics del Telenotícies, s'arriba a la conclusió que en tots es prioritzen les informacions amb marc referencial català, a excepció de les d'àmbit polític. El 49% de les unitats informatives sobre política tenen com a referència el marc espanyol.

Distribució de les informacions de política per marc referencial



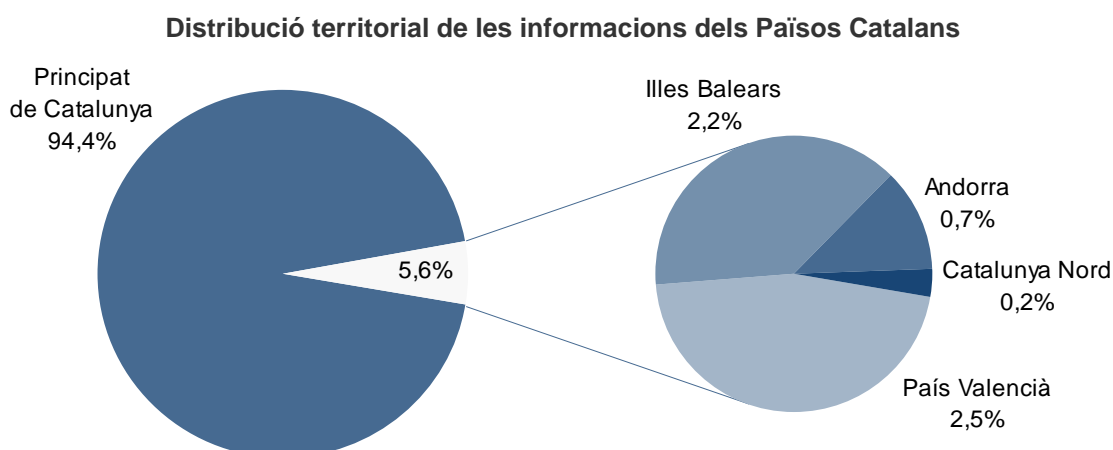
En el cas de les notícies d'àmbit econòmic, l'estadística està molt ajustada, amb el 45% d'informacions amb marc català i el 43% amb marc espanyol. Tanmateix, si se sumen totes les que no fan referència als Països Catalans, aquestes representen més de la meitat de les informacions (55%).

Una de cada quatre unitats informatives del Telenotícies és d'àmbit esportiu (28%). Del global de notícies esportives, el 56% tenen com a marc referencial els Països Catalans. De la resta d'informacions, el 21% prenen com a referència el marc espanyol, el 13% altres països i el 10% no tenen marc referencial delimitat.

2.2. Representació territorial dels Països Catalans

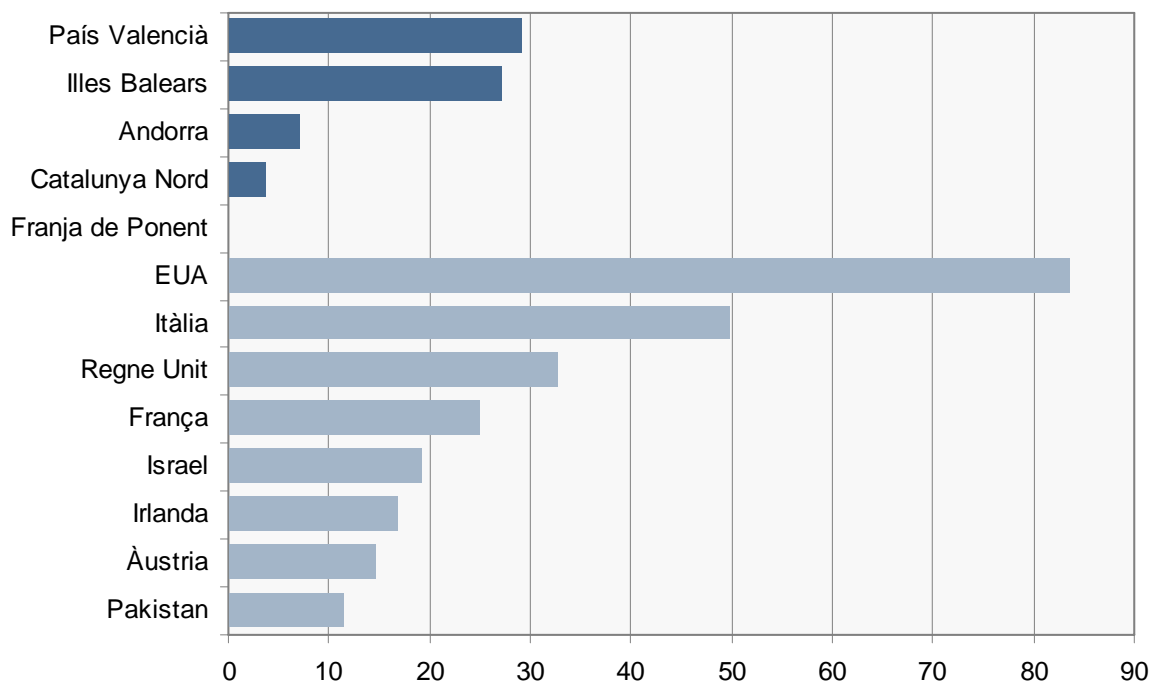
- Del total d'informacions amb marc referencial català, només el 5,6% fixa l'objectiu sobre els territoris que no són el Principat de Catalunya.
- El Telenotícies dedica més temps a parlar dels Estats Units, Itàlia o el Regne Unit que no pas del País Valencià i de les Illes Balears.
- Del País Valencià i les Illes Balears, es prioritzen les informacions sobre esports per sobre de les d'àmbit polític i cultural.

Del total d'informacions que tenen com a marc de referència els Països Catalans, el 94,4% estan centrades en el Principat de Catalunya, i el 5,6% en la resta dels territoris, a excepció de la Franja de Ponent, d'on no es va emetre cap informació durant el període analitzat.



Si es compara el temps que dedica el TN a informar sobre els territoris dels Països Catalans que no són el Principat de Catalunya amb el temps que dedica a informar sobre d'altres països a la secció d'internacional, durant el període analitzat l'informatiu de TV3 va dedicar més temps a parlar dels Estats Units (84 minuts), Itàlia (50 minuts) o el Regne Unit (33 minuts) que no al País Valencià (29 minuts) o les Illes Balears (27 minuts).

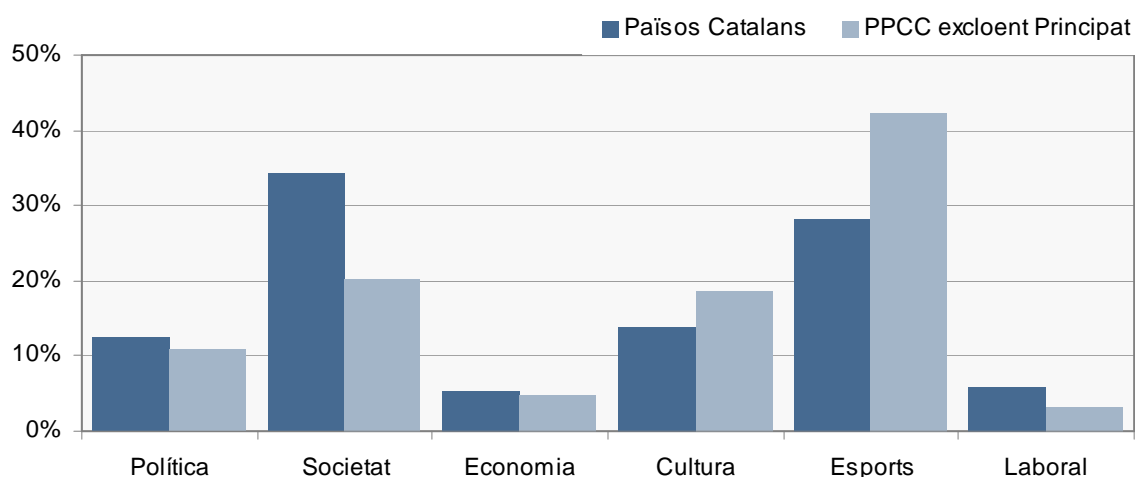
Total de minuts dedicats



Als territoris dels Països Catalans que no són el Principat de Catalunya, es prioritzen les informacions d'esports (42% respecte el total de temàtiques). En el cas del País Valencià, el 30% de les unitats informatives analitzades fa referència a competicions o esportistes. En el cas de les Illes Balears, la proporció encara és més elevada: 74%. D'aquestes, 3 de cada 4 són informacions referides al tenista Rafa Nadal.

S'obvien, en canvi, altres tipus d'informacions. A tall d'exemple, durant el període analitzat no es va informar sobre la negociació del finançament balear, l'aprovació del conveni de carreteres entre el Govern illenc i el Govern espanyol o l'aprovació del Pla de normalització lingüística de les Illes. Al País Valencià, no va informar-se de conflictes laborals, com el de Ford o Altadis (amb ERE que afecten 1.100 i 300 treballadors respectivament), o la convocatòria de vaga general a l'ensenyament valencià.

Distribució de les temàtiques en el marc català

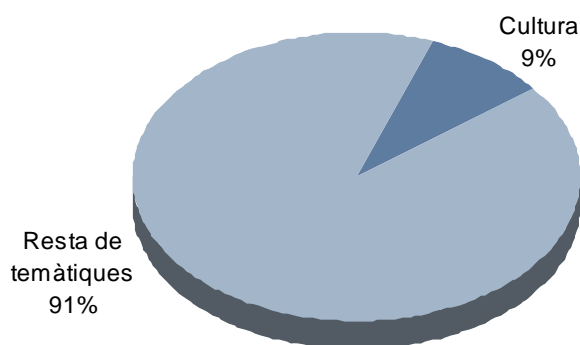


2.3. Presència de la producció cultural catalana

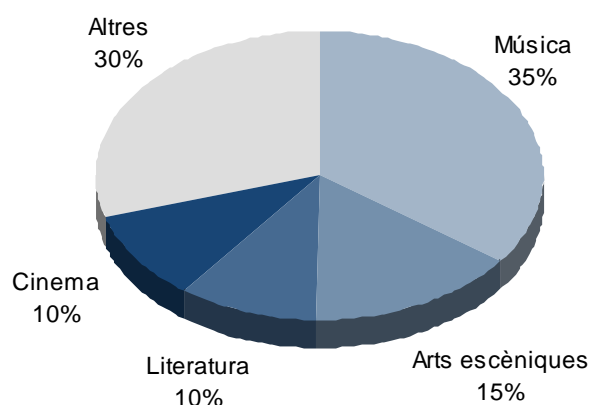
- Els informatius de TV3 destinen el 9% del seu espai a la cultura.
- El 53% de les informacions sobre cinema, literatura, música i arts escèniques estan centrades en la producció de la indústria cultural catalana.
- La literatura (62%) i les arts escèniques (74%) són els àmbits de la cultura en què la producció catalana té més presència als informatius. El cinema (27%) i la música (50%) són les àrees amb menys presència de productes culturals catalans.
- Les unitats informatives que fan referència a producció cultural en català són el 17% del total d'informacions sobre audiovisual, música, arts escèniques i literatura. Cinema (7%) i música (8%) són les àrees amb menys presència de la llengua catalana.

S'ha volgut parlar especial atenció al grau de presència de la indústria cultural catalana dins l'àrea de l'informatiu destinada a informacions culturals. Per fer-ho, s'han seleccionat, del total d'informacions d'àmbit cultural (el 9% del total), aquelles que estan centrades en els quatre sectors més habituals de la indústria de la cultura: el cinema i l'audiovisual, la música, les arts escèniques i la literatura. Això suposa el 70% de les informacions sobre cultura.

Presència de les informacions de cultura

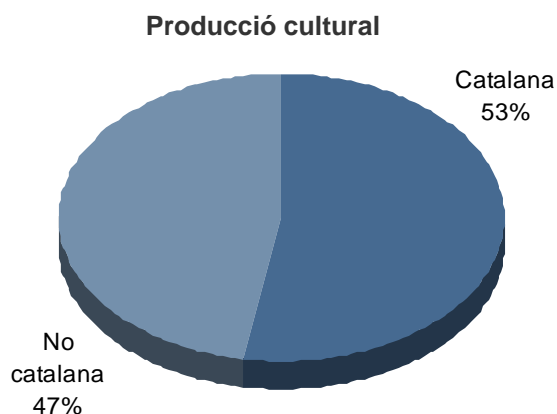


Distribució de les informacions de cultura



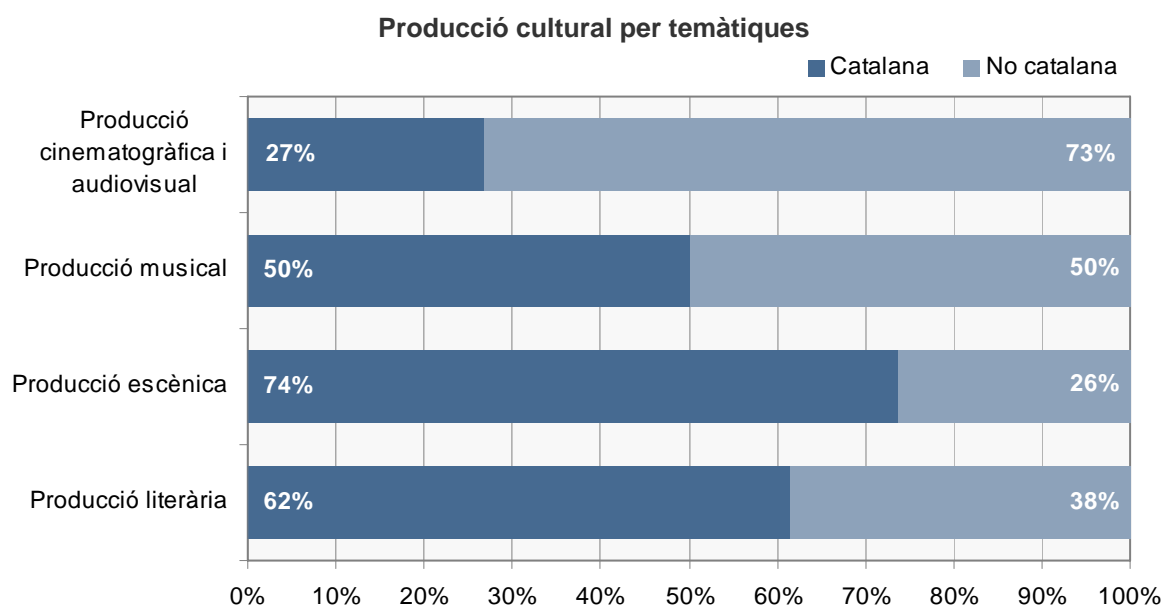
Per analitzar-ho més exactament, s'han seleccionat aquelles unitats informatives centrades a informar d'un producte cultural d'un autor concret. A l'hora de determinar què es considera un producte cultural català, s'ha tingut en compte tota la producció realitzada a Catalunya, independentment de la llengua que emprin els seus autors.

El resultat d'aquesta anàlisi és que el 53% de les informacions sobre producció cultural (cinema, música, arts escèniques i literatura) fan referència a actors del mercat cultural català, i el 47% restant estan protagonitzades per actors del mercat cultural espanyol o internacional.



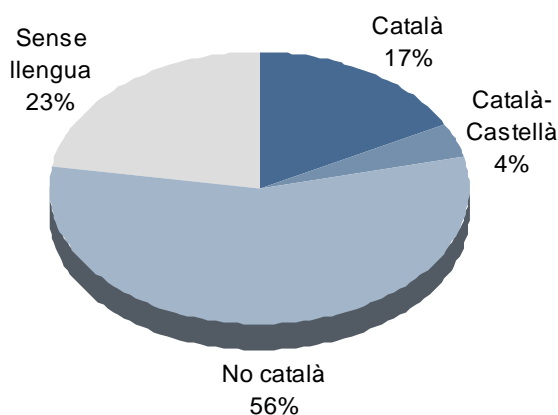
Les proporcions varien segons l'àrea temàtica analitzada:

- En el cas del cinema i l'audiovisual, són majoria les informacions que prioritzen productes culturals no catalans (73%).
- En l'àmbit musical, les proporcions estan igualades al 50%.
- Les àrees on la indústria cultural catalana té més presència són les arts escèniques (74%) i la literatura (62%).



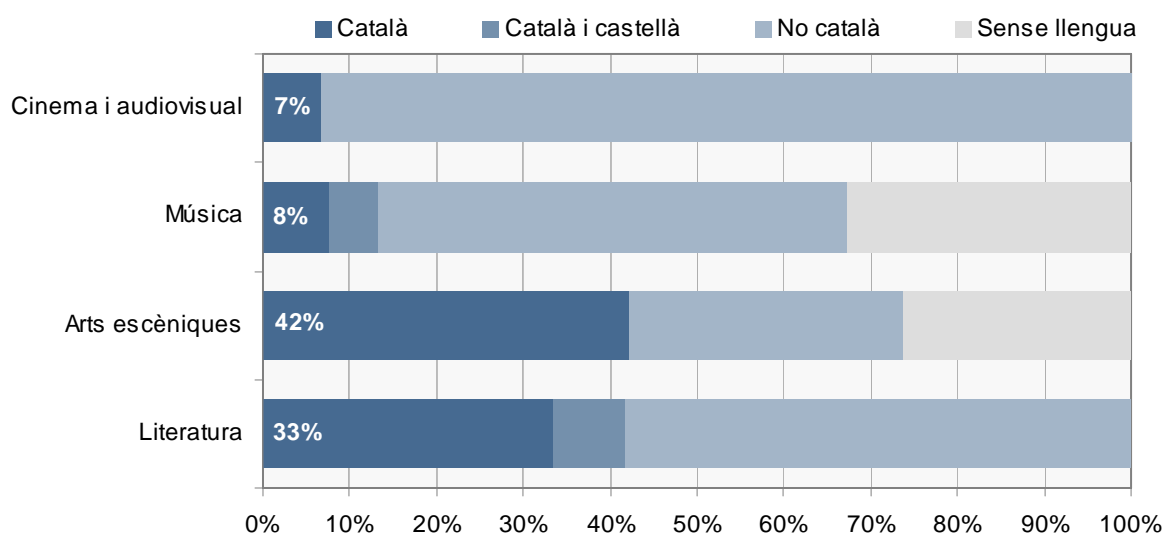
Paral·lelament, s'han classificat les notícies en funció de la llengua del producte cultural del qual estan informant. El resultat d'aquesta anàlisi és que el 17% de les informacions sobre producció cultural (cinema, música, arts escèniques i literatura) fan referència a productes en llengua catalana. El 4% són productes bilingües, el 56% són productes d'expressió no catalana i el 23% són productes sense llengua, ja sigui música clàssica o jazz (en el cas de la música) o dansa i teatre sense text (en el cas de les arts escèniques). Pel que fa a l'audiovisual i a la literatura, s'ha tingut en compte en tots els casos la llengua de l'original del producte i no les possibles versions traduïdes al català o castellà.

Distribució de les informacions sobre producció cultural segons la llengua



Les proporcions varien segons l'àrea temàtica analitzada. En el cas del cinema, de les 15 unitats informatives analitzades només n'hi ha 1 que faci referència a una pel·lícula en català (7% del total). En la música, la proporció és de 4 notícies d'artistes en llengua catalana per un total de 52 informacions (8%). En les arts escèniques, són 8 notícies d'un total de 19 (42%). I en el cas de la literatura, 4 d'un total de 12 (33%).

Distribució dels àmbits de producció cultural segons la llengua



A stack of several books is shown, with a curved metal handle visible on the left side. The books are stacked in a slightly offset manner, creating a sense of depth. The text is overlaid on the bottom right of the image.

3. Desglossament de dades

3.1.1. Variacions temporals

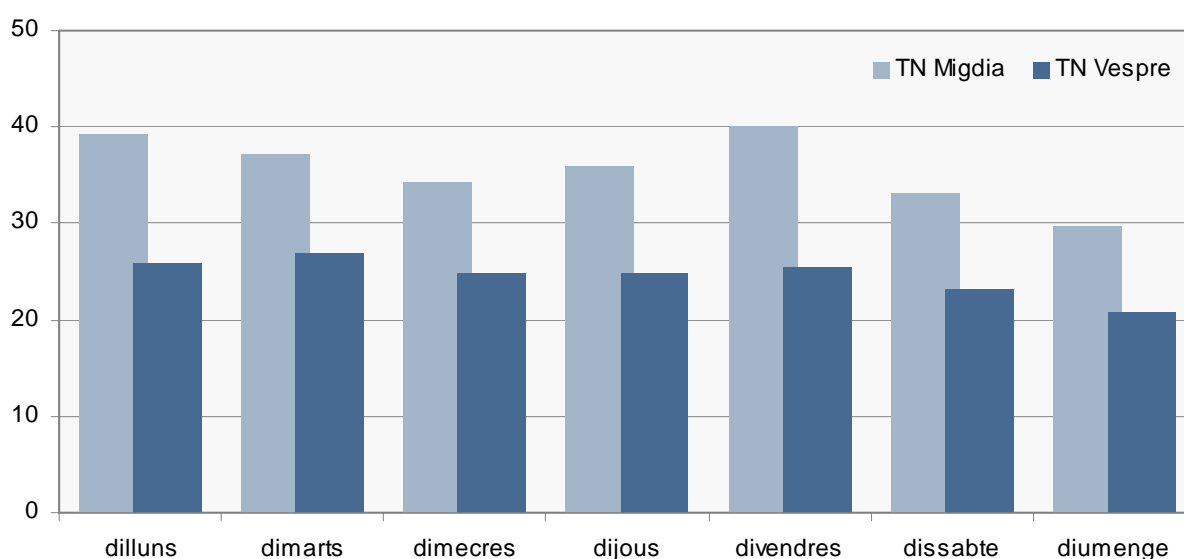
El volum d'informacions del Telenotícies canvia substancialment entre el TN Migdia i el TN Vespre. La mitjana d'unitats informatives del TN Migdia és de 36 per emissió, mentre que la mitjana del TN Vespre és de 25 per emissió. En conjunt, la mitjana d'unitats informatives per TN és de 30. Pel que fa al temps d'emissió, el TN Migdia té una durada mitjana de 51 minuts i el TN Vespre, una mitjana de 29 minuts.

Unitats informatives i minuts per TN

	Unitats informatives/TN	Minuts/TN
TN Migdia	36	51
TN Verspre	25	29
TN	30	40

Pel que fa a la distribució de continguts al llarg de la setmana, el volum varia substancialment entre els dies laborables i el cap de setmana. La mitjana d'unitats informatives del TN migdia varia entre les 34 i les 40 durant la setmana, i entre les 30 i les 33 durant el cap de setmana. Pel que fa al TN Vespre, la mitjana varia de les 25 a les 27 unitats informatives durant els dies laborables i entre les 21 i les 23 dissabtes i diumenges.

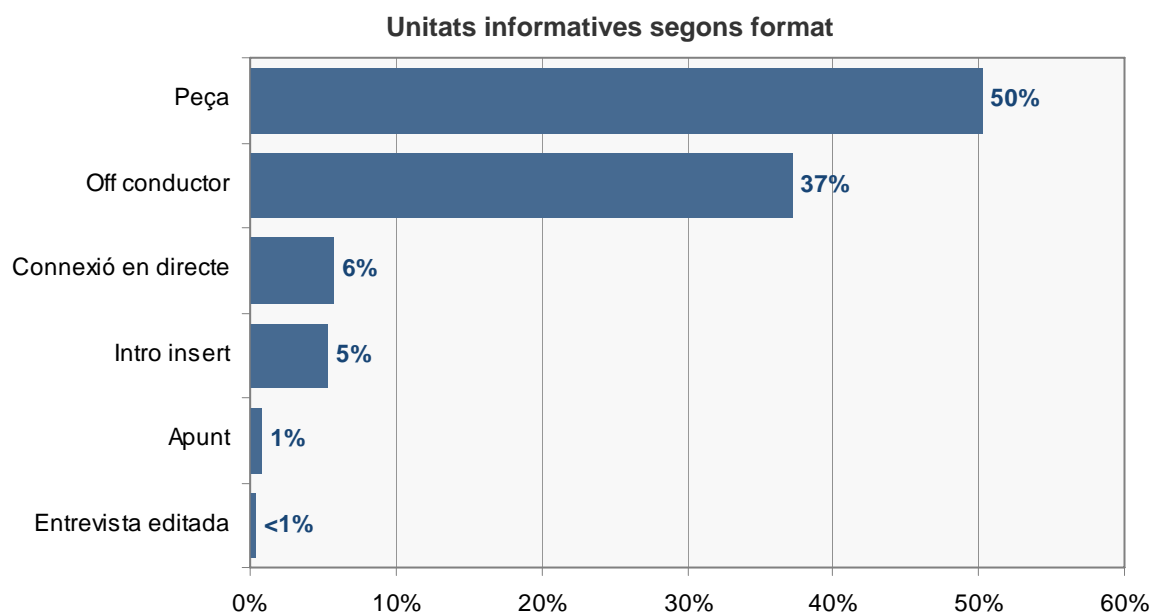
Mitjana de notícies per TN i dia de la setmana



3.1.2. Formats de les unitats informatives

Del total de les 1.913 unitats informatives analitzades:

- El 50% són notícies elaborades per la redacció amb format de peça editada amb veu en off, amb declaracions o sense.
- El 37% són off conductors (narracions del presentador de l'informatiu amb imatges editades per complementar la informació).
- El 6% són connexions en directe.
- El 5% són *intro insert* (introduccions del presentador que donen pas a alguna declaració d'interès informatiu).
- L'1% són apunts a càmera del propi presentador sense el suport d'imatges ni declaracions.
- Menys d'un 1% són entrevistes editades amb algun personatge d'interès.

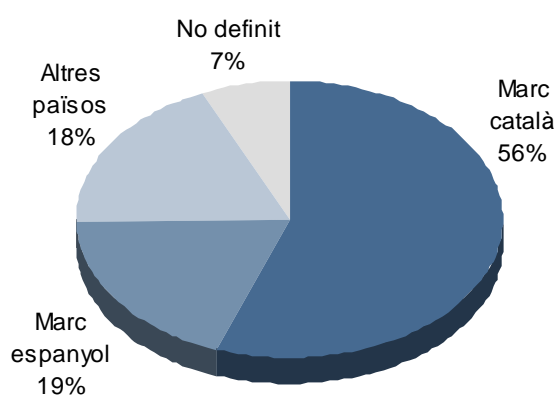


3.2. Marc de referència i continguts

3.2.1. Marc de referència

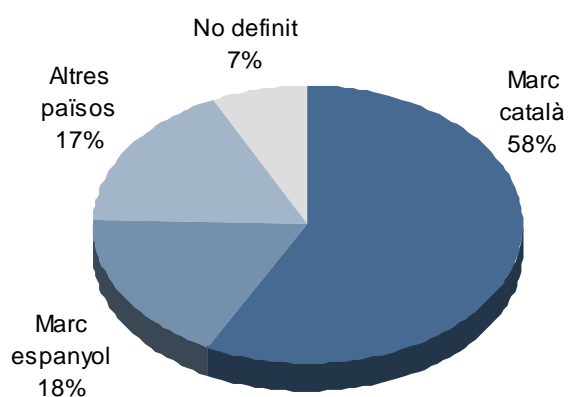
El 56% del total de les unitats informatives del TN tenen com a marc de referència els Països Catalans. Per ordre de presència, després de les notícies amb marc referencial català es troben les informacions amb marc Estat espanyol (19%), incloent-hi l'1% dedicat a Euskal Herria, les centrades en altres països (18%) i les que no tenen marc referencial definible (7%).

Distribució per unitats informatives



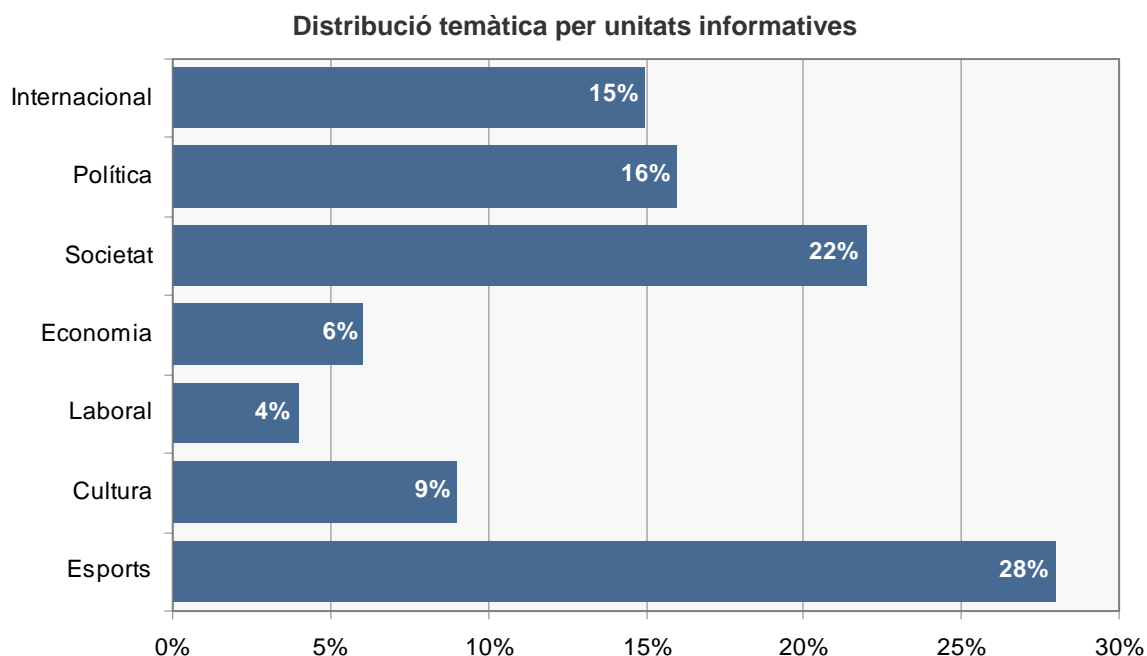
Pel que fa al temps d'emissió, el 58% del total dels TN analitzats estan conformats per unitats informatives que tenen marc referencial català. El 18% són informacions amb marc espanyol – incloent-hi l'1% destinat a informacions sobre Euskadi–, el 17% estan centrats en altres països i el 7% no són definibles.

Distribució per temps

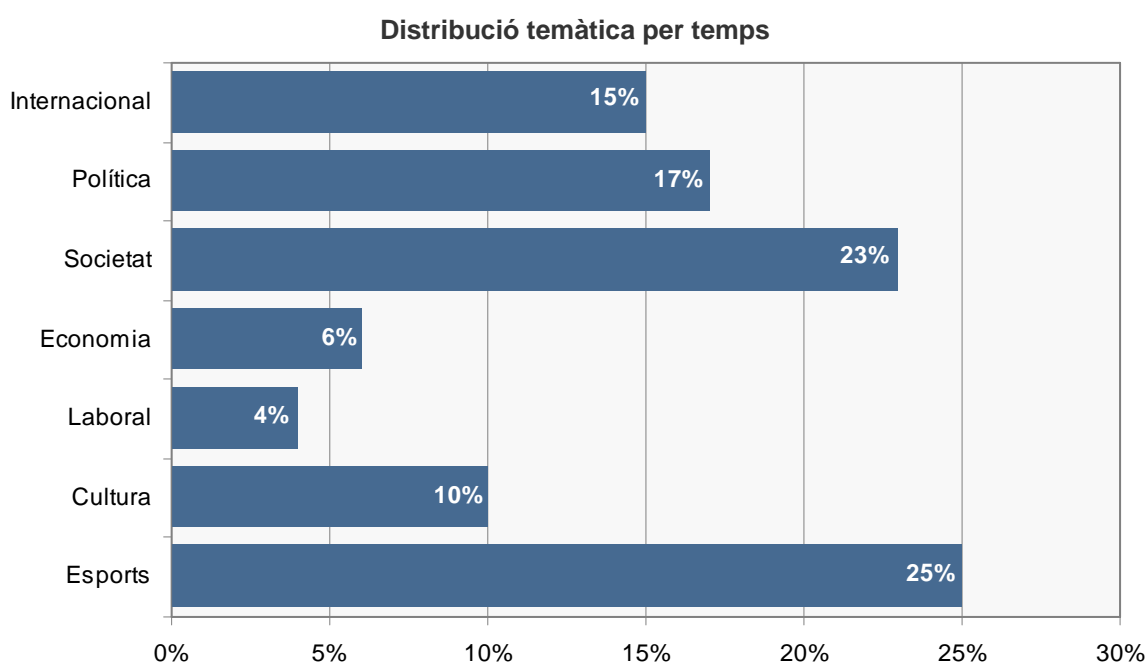


3.2.2. Tipologia de continguts

Pel que fa a la tipologia dels continguts del Telenotícies, durant el període analitzat són majoria les unitats informatives que fan referència a l'esport (28%) seguides de les informacions de societat (22%), política (16%), internacional (15%), cultura (9%), economia (6%) i laboral (4%).



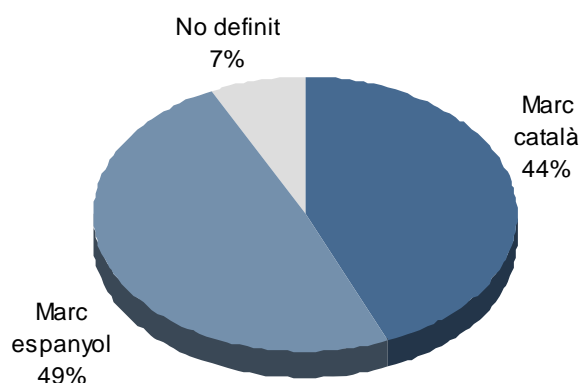
Pel que fa al temps destinat, els percentatges gairebé no varien: en primer lloc es troben les informacions esportives, que gaudeixen d'un quart del temps total del Telenotícies (més de 10 hores, el 25%), seguides de les informacions de societat (23%), política (17%), internacional (15%), cultura (10%), economia (6%) i laboral (4%).



3.2.3. Tipologia de continguts i marc referencial

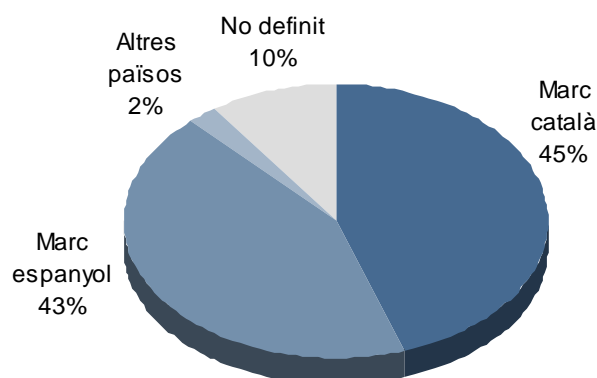
Analitzant les diferents tipologies informatives en relació amb el seu marc referencial –excepció feta de les informacions d'àmbit internacional–, s'arriba a la conclusió que en la majoria dels casos es prioritza el marc català. L'única excepció són les informacions polítiques, en què el 49% de les unitats informatives tenen com a referència el marc espanyol, el 44% tenen com a referència el marc català, i en el 7% d'ocasions tenen marc no definit. Cal tenir en compte que en el 49% d'informacions polítiques amb marc espanyol s'inclouen totes aquelles que fan referència a Euskal Herria (8% del total de les informacions de política).

Distribució de les informacions de política segons el marc referencial



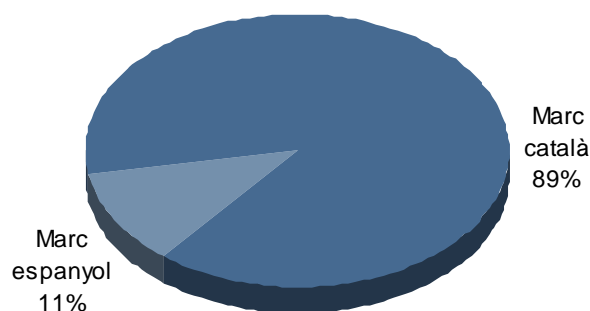
Pel que fa a les notícies d'economia, les unitats informatives amb marc referencial català són el 45% del total; amb marc espanyol, el 43% del total, i el 12% restant o bé no tenen marc definible o bé són informacions centrades en l'activitat econòmica d'estats que no són l'espanyol.

Distribució de les informacions d'economia segons el marc referencial



És en l'àmbit laboral on s'observa el major percentatge d'informacions amb marc referencial català (89%), per només l'11% d'informacions amb marc referencial espanyol.

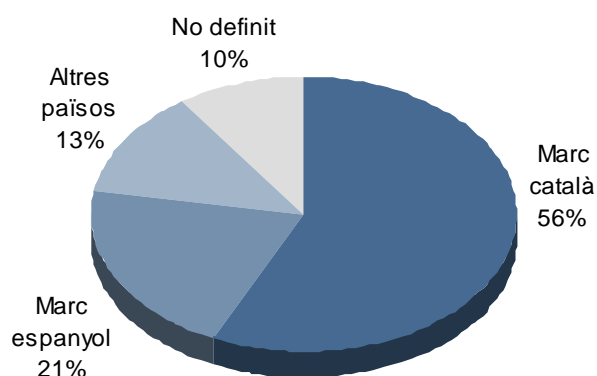
Distribució de les informacions d'àmbit laboral segons el marc referencial



3.2.4. Informacions d'àmbit esportiu

Les informacions esportives acaparen la quarta part del temps total d'emissió del Telenotícies. En el 56% dels casos, es tracta d'unitats informatives que tenen com a referència el marc català. La resta d'informacions tenen com a referència el marc espanyol (21%), altres països (13%) o no tenen marc definible (10%).

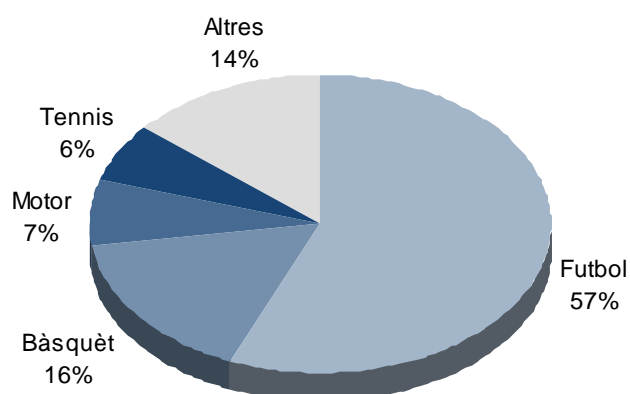
Distribució de les informacions esportives segons el marc referencial



Pel que fa a les informacions esportives amb marc referencial català, el 57% fan referència al futbol, el 16% al bàsquet, el 7% al món del motor, el 6% al tennis i el 14% a altres modalitats esportives.

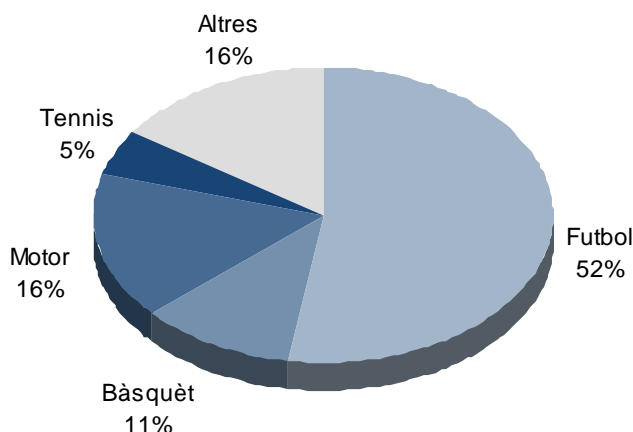
La presència del Barça és molt important al Telenotícies. Les notícies sobre futbol català suposen el 57% del total de les informacions esportives amb marc referencial català (169 unitats informatives). A tall d'exemple, si excloguéssim les informacions sobre futbol català de l'estadística general, les notícies globals amb marc referencial català baixarien del 56% al 51%.

Distribució de les informacions esportives amb marc català segons l'esport



En analitzar el tractament que reben els diferents àmbits de l'esport sense tenir en compte la limitació del marc referencial català, s'observa que la proporció canvia: el futbol segueix sent l'esport rei, amb el 52% del total de les informacions esportives, però en segon lloc es troben les notícies de motor (16%), seguides del bàsquet (11%) i el tennis (5%).

Distribució de les informacions esportives segons l'esport

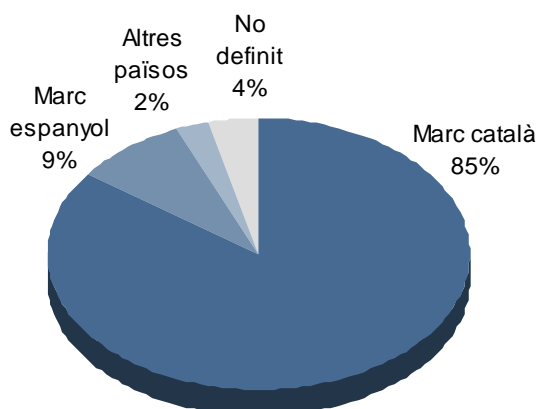


Pel que fa a l'espanyolització de les informacions esportives, juga un paper important la presència de notícies relacionades amb el món del motor (principalment, el seguiment que fan els informatius de pilots no catalans com Fernando Alonso). Les informacions sobre Fórmula 1 o motociclisme suposen el 16% del total de la informació esportiva. De les 85 notícies de motor emeses durant el període analitzat, només 21 (25%) tenien com a marc de referència els Països Catalans, i la resta tenien com a referència el marc espanyol.

3.2.5. Informacions de l'àmbit de societat

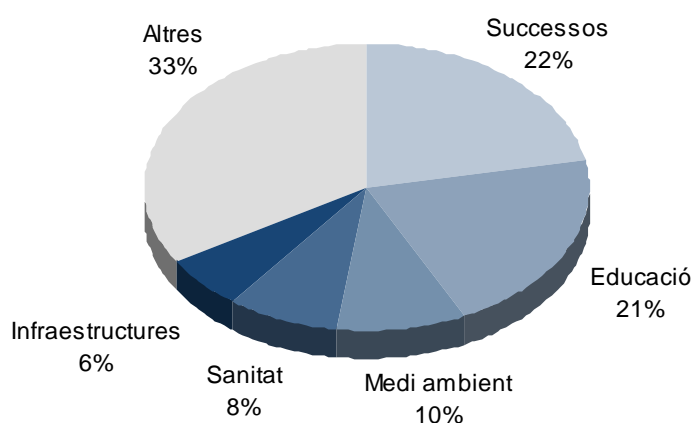
En l'àmbit de societat, el 85% del total de les unitats informatives tenen com a marc de referència els Països Catalans. Amb menys pes, es troben les informacions amb marc Estat espanyol (9%), les que no tenen marc referencial definible (4%) i les centrades en altres països (2%).

Distribució de les informacions de societat segons el marc referencial



S'analitzen de forma desglossada les diferents matèries d'aquest àmbit amb marc referencial català. El rànquing de societat l'encapçalen les notícies de successos (22%) i d'educació (21%),⁴ seguides per les notícies de medi ambient (10%), sanitat (8%) i infraestructures (6%). El 33% de les notícies restants de societat abasten àmbits com la comunicació, el trànsit, la immigració, el gènere...

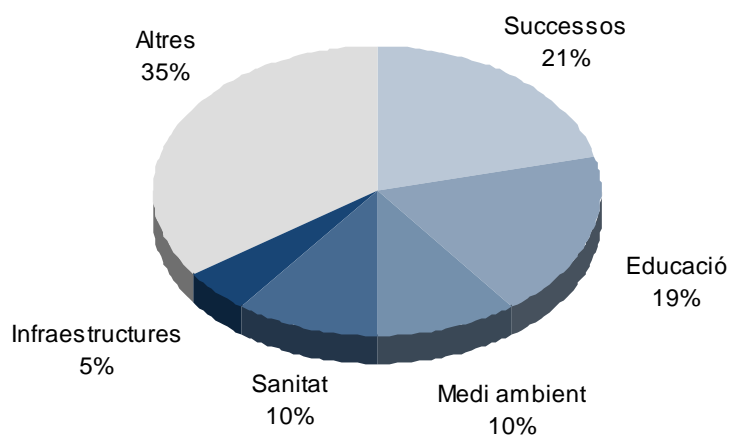
Distribució de les informacions de societat amb marc català



⁴ Cal tenir en compte que en el període analitzat van esdevenir-se nombroses mobilitzacions contra el Pla Bolonya.

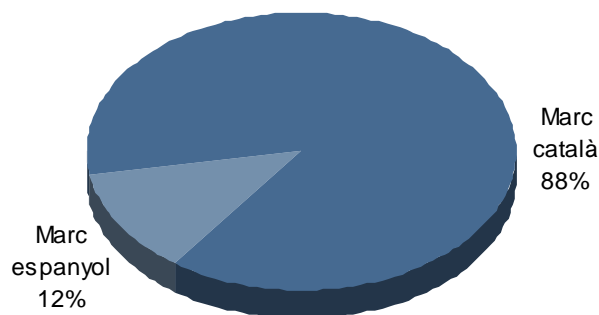
Si s'analitzen totes les notícies de societat independentment del seu marc referencial, la proporció segueix sent la mateixa. Successos en primer lloc (21%), seguits de prop per educació (19%) i seguidament medi ambient i sanitat (10% ambdós) i infraestructures (5%).

Distribució de les informacions de societat



S'analitzen també les informacions de successos, que són el principal contingut de l'àrea de societat. El 88% del total d'aquestes informacions té marc referencial català, i el 12% té marc referencial espanyol. Cal aclarir que informacions d'aquesta tipologia succeïdes als Estats Units o Àustria (com un tiroteig en un institut dels EUA o el judici a l'anomenat "Monstre d'Amsteten") han estat referenciades dins l'àmbit internacional.

Distribució de les informacions de successos



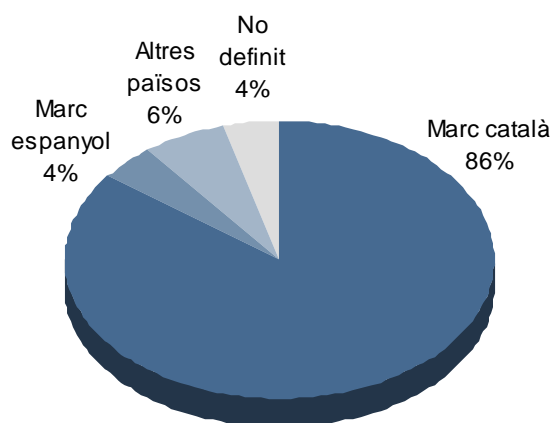
3.2.6. Informacions d'àmbit cultural

Les informacions d'àmbit cultural representen el 9% del Telenotícies. La gran majoria (86%) prenen com a marc de referència els Països Catalans. Cal tenir en compte que en aquest epígraf s'inclouen, per exemple, tots els concerts d'artistes no catalans que es fan als Països Catalans, així com totes aquelles presentacions literàries, exposicions o desfilades de moda amb protagonistes d'origen no català realitzades en territori català. Es considera que aquestes informacions prenen com a marc de referència els Països Catalans perquè, malgrat informar

sobre productes culturals no catalans, tenen el seu espai a l'informatiu, ja que s'esdevenen dins del marc territorial català.

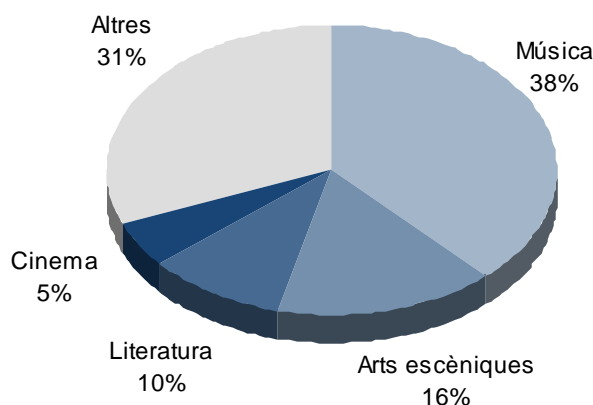
A continuació, es troben les informacions que tenen com a marc de referència altres països (6%) seguides de les que tenen marc de referència espanyol (4%) i marc indefinit (4%).

Distribució de les informacions de cultura segons el marc referencial



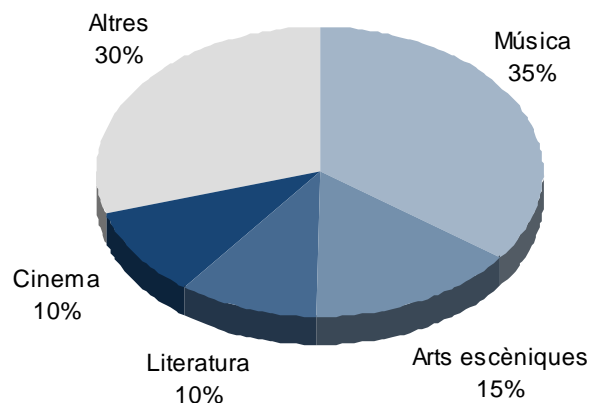
Pel que fa a les informacions culturals amb marc referencial català, el Telenotícies prioritza les informacions relacionades amb la música (38%), seguides de les arts escèniques (16%), la literatura (10%) i el cinema i l'audiovisual (5%). El 31% d'informacions restants abasten disciplines com l'arquitectura, les arts plàstiques, instal·lacions i *performances*, activitats de cultura popular o disseny i moda.

Distribució de les informacions de cultura amb marc català



En analitzar totes les notícies de cultura independentment del seu marc referencial, l'ordre segueix sent el mateix: música en primer lloc (35%), seguida per les arts escèniques (15%), la literatura i el cinema (10% ambdós) i altres informacions culturals (30%).

Distribució de les informacions de cultura

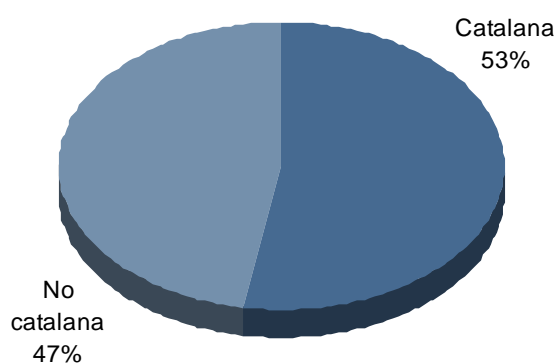


Per analitzar el grau de presència de la producció de la indústria cultural catalana dins de l'àrea de l'informatiu destinada a informacions d'àmbit cultural, s'han seleccionat aquelles unitats informatives centrades a informar d'un producte cultural d'un autor concret. A l'hora de determinar què es considera un producte cultural català, s'ha tingut en compte tota la producció realitzada a Catalunya independentment de la llengua que emprin els seus autors.

Aquesta anàlisi s'ha dut a terme per les informacions d'àmbit cultural centrades en els quatre sectors més habituals de la indústria de la cultura: el cinema i l'audiovisual, la música, les arts escèniques i la literatura. Això suposa el 70% del total de les informacions sobre cultura.

El resultat d'aquesta anàlisi és que el 53% de les informacions sobre producció cultural (cinema, música, arts escèniques i literatura) fan referència a actors del mercat cultural català, i el 47% restant estan protagonitzades per actors del mercat cultural espanyol o internacional.

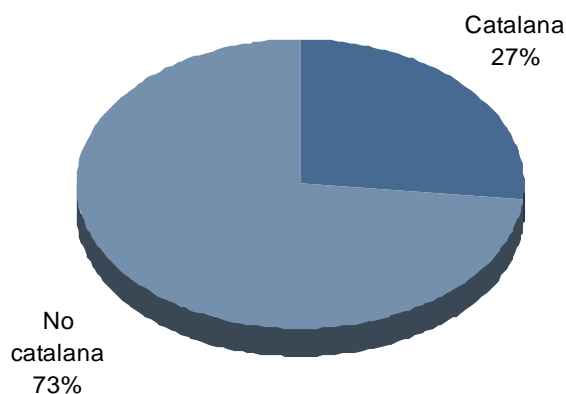
Producció cultural



Les proporcions varien depenent de l'àrea temàtica analitzada.

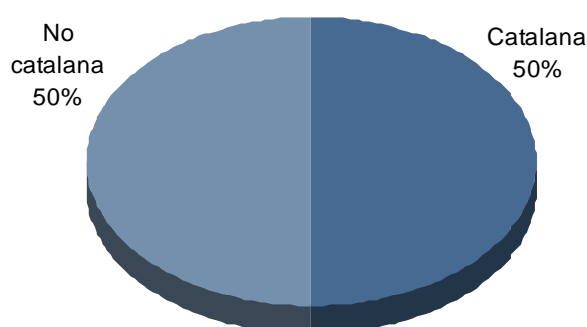
En el cas del cinema i l'audiovisual, són majoria les informacions que prioritzen productes culturals no catalans (73%) per sobre dels productes culturals catalans (27%). En aquesta estadística, s'inclouen des de les ressenyes d'estrenes cinematogràfiques fins a entrevistes a directors de cinema que exposen les seves darreres novetats.

Producció cinematogràfica i audiovisual



En el cas de la música, les proporcions estan igualades al 50%. En aquest registre, s'han inclòs totes les unitats informatives que feien referència a música en directe, novetats discogràfiques o entrevistes realitzades a músics.

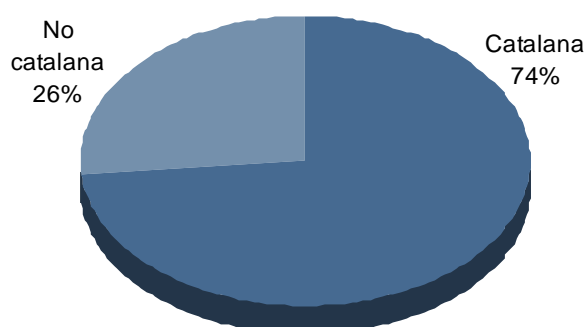
Producció musical



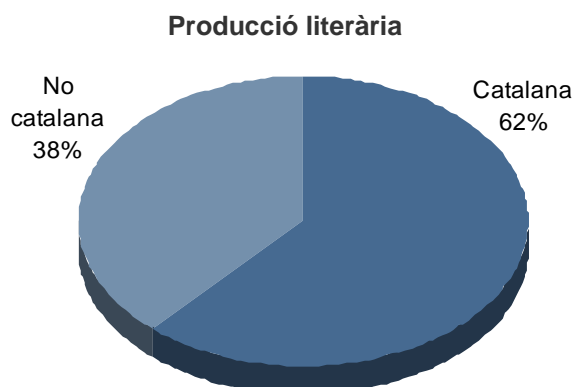
Les àrees on la indústria cultural catalana té més presència són les arts escèniques i la literatura.

Pel que fa al primer àmbit, que inclou disciplines artístiques com el teatre, la dansa o el circ, el 74% de les unitats informatives estan centrades en productes culturals catalans. El 26% de les informacions restants estan centrades en productes no catalans.

Producció escènica

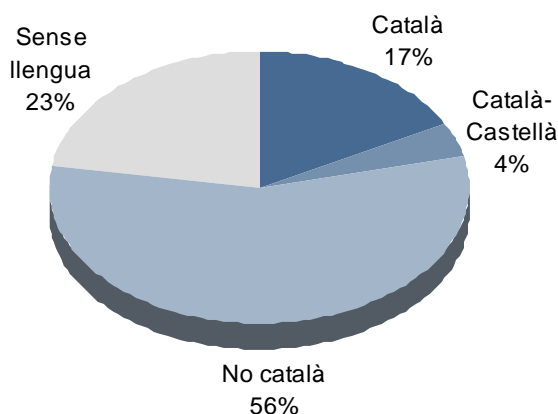


Pel que fa a la literatura, el 62% de les informacions estan destinades a informar sobre producció catalana, ja sigui a partir de l'aparició de novetats literàries, entrevistes a escriptors o premis literaris. El 38% restant estan centrades en productes no catalans.



Ara bé: les coses canvien si es pren en consideració la producció cultural segons la llengua emprada. En aquest cas, el 17% de les informacions (cinema, música, arts escèniques i literatura) fan referència a productes en llengua catalana. El 4% són productes bilingües, el 56% són productes d'expressió no catalana i el 23% són productes sense llengua, ja sigui música clàssica o jazz (en el cas de la música) o dansa i teatre sense text (en el cas de les arts escèniques). A l'hora de quantificar audiovisual i literatura, s'ha tingut en compte sempre la llengua original del producte i no les possibles versions traduïdes al català o castellà.

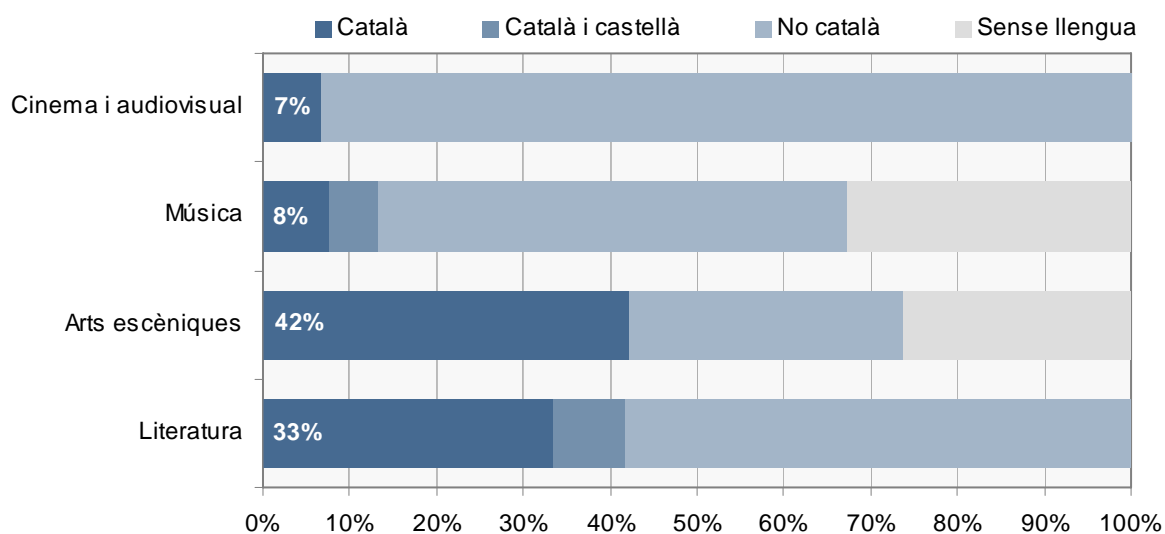
Distribució de les informacions sobre producció cultural segons la llengua



Les proporcions varien segons l'àrea temàtica analitzada. En el cas del cinema, de les 15 unitats informatives analitzades només n'hi ha 1 que faci referència a una pel·lícula en català (7% del total). Es tracta d'un film de Pere Portabella. En el cas de la música, la proporció és de 4 notícies per un total de 52 informacions (8%). En aquest sentit, a tall d'exemple, cal fer constar que només la informació prèvia sobre el concert que el grup U2 va realitzar a Barcelona el passat mes de juliol de 2009 va merèixer en el mateix període 6 notícies diferents.

En el cas de les arts escèniques, són 8 notícies d'un total de 19 (42%), i en el cas de la literatura, 4 d'un total de 12 (33%).

Distribució dels àmbits de producció cultural segons la llengua



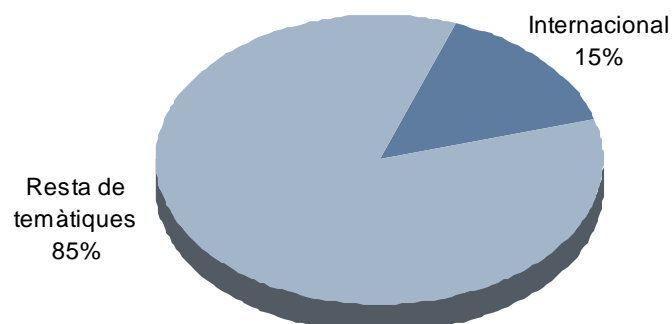
Distribució de les informacions de producció cultural segons l'àmbit i la llengua

	Cinema i audiovisual		Música		Arts escèniques		Literatura		Total
	Notícies	%	Notícies	%	Notícies	%	Notícies	%	
Català	1	7%	4	8%	8	42%	4	33%	17
Català i castellà	-	-	3	6%	-	0%	1	8%	4
No català	14	93%	28	53%	6	32%	7	59%	55
Sense llengua	-	-	17	33%	5	26%	-	0%	22
SUMA	15	100%	52	100%	19	100%	12	100%	98

3.2.7. Informacions d'àmbit internacional

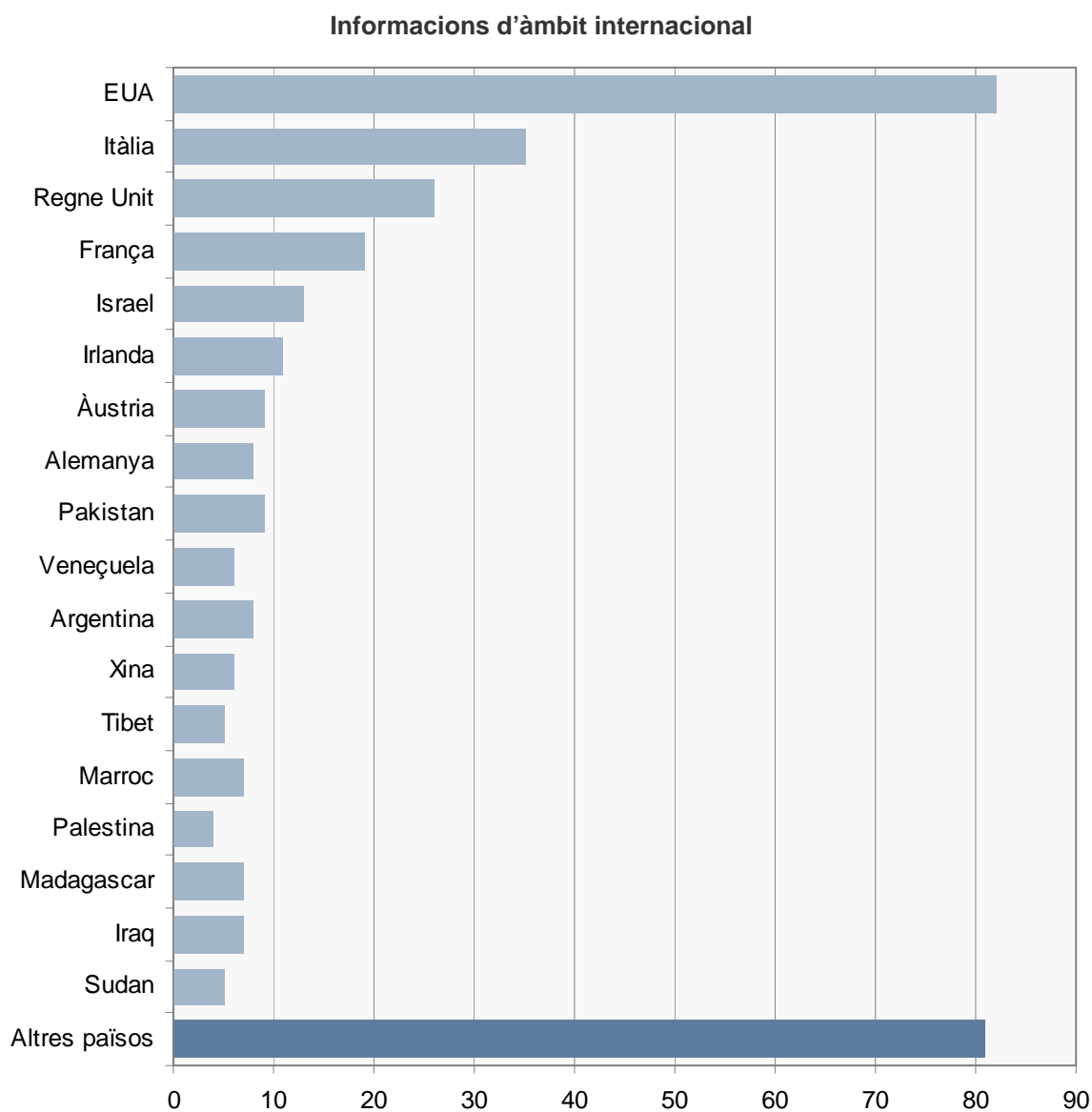
Les informacions d'àmbit internacional representen el 15% del total de l'informatiu.

Presència de les informacions d'àmbit internacional



Les notícies d'àmbit internacional estan encapçalades de forma molt clara per aquelles que fan referència als Estats Units (24%), seguides d'Itàlia (10%), la Gran Bretanya (7%) i l'Estat francès (5%). Aquesta important presència de notícies sobre Itàlia és conseqüència del terratrèmol de L'Àquila, que va acaparar l'atenció informativa durant diversos dies.

En total, al llarg del període analitzat, el Telenotícies va fer referència a 63 països diferents.



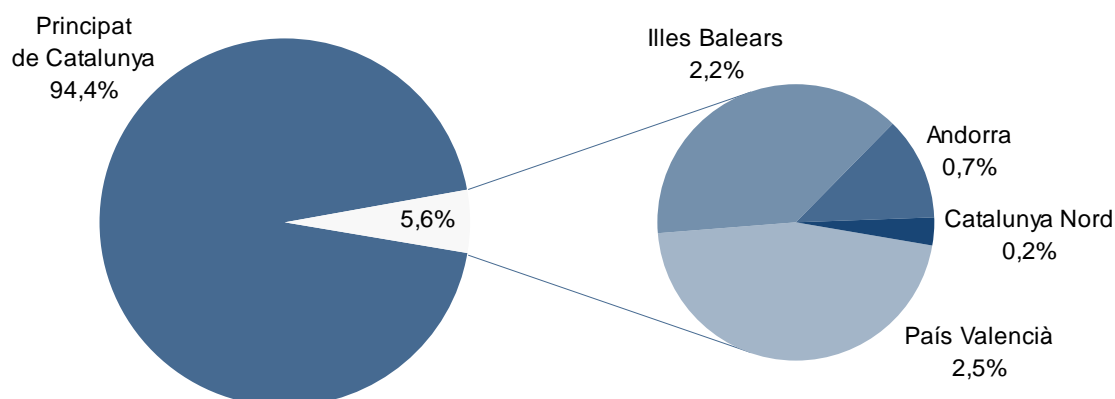
El 7% del total d'informacions d'àmbit internacional tenen marc no definit perquè fan referència a diversos països alhora o a accions d'organismes supranacionals com Nacions Unides o la Unió Europea.

3.3. Presència dels territoris dels Països Catalans

Del total d'informacions que tenen com a marc de referència els Països Catalans, el 94,4% estan centrades en el Principat de Catalunya i el 5,6% en la resta dels territoris. Si es desglossa, la llista l'encapçala el País Valencià (2,5%), seguit per les Illes Balears (2,2%), Andorra (0,7%) i Catalunya Nord (0,2%). Durant tot el període analitzat, el TN no va emetre cap unitat informativa que tingués com a referència la Franja de Ponent.

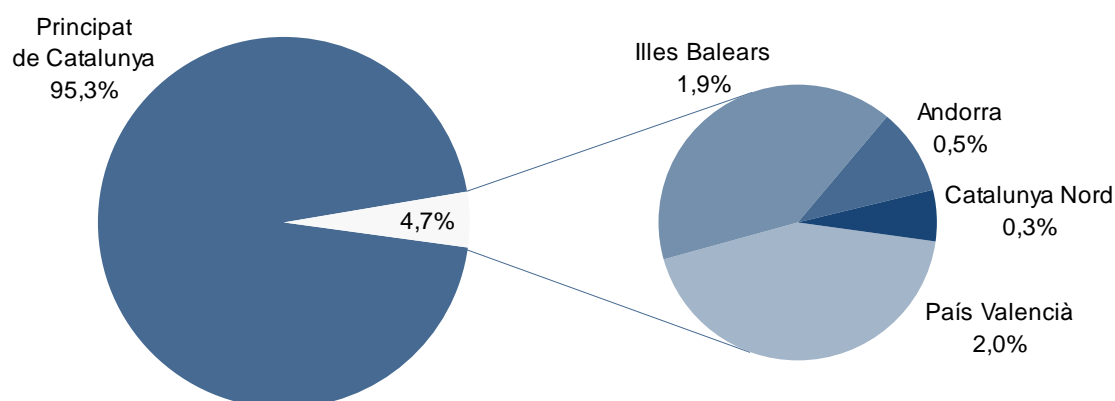
Es dona el cas de 4 notícies que fan referència a més d'un dels territoris dels Països Catalans: 2 peces sobre la presentació del programa "L'Ànima" del 33 (visible a tot el territori català), els premis Serra d'Or –amb presència d'escriptors de tots els Països Catalans– i una informació de motor amb presència de pilots de Catalunya i les Illes Balears.

Distribució territorial de les informacions dels Països Catalans

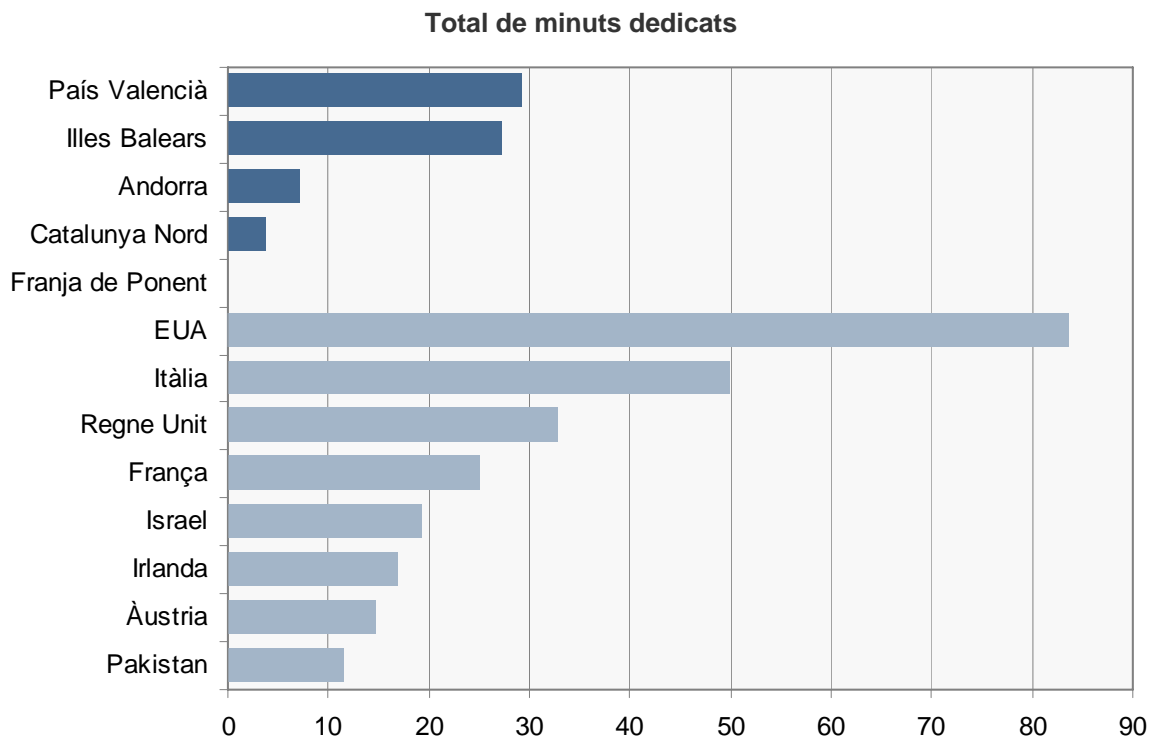


Des del punt de vista del temps d'emissió, es redueix encara més la diversitat territorial. El 95,3% del total de temps amb marc referencial català (23 hores d'emissió) està centrat en el Principat de Catalunya. El País Valencià compta amb el 2% del temps d'emissió, seguit de les Illes Balears (1,9%), Andorra (0,5%) i Catalunya Nord (0,3%).

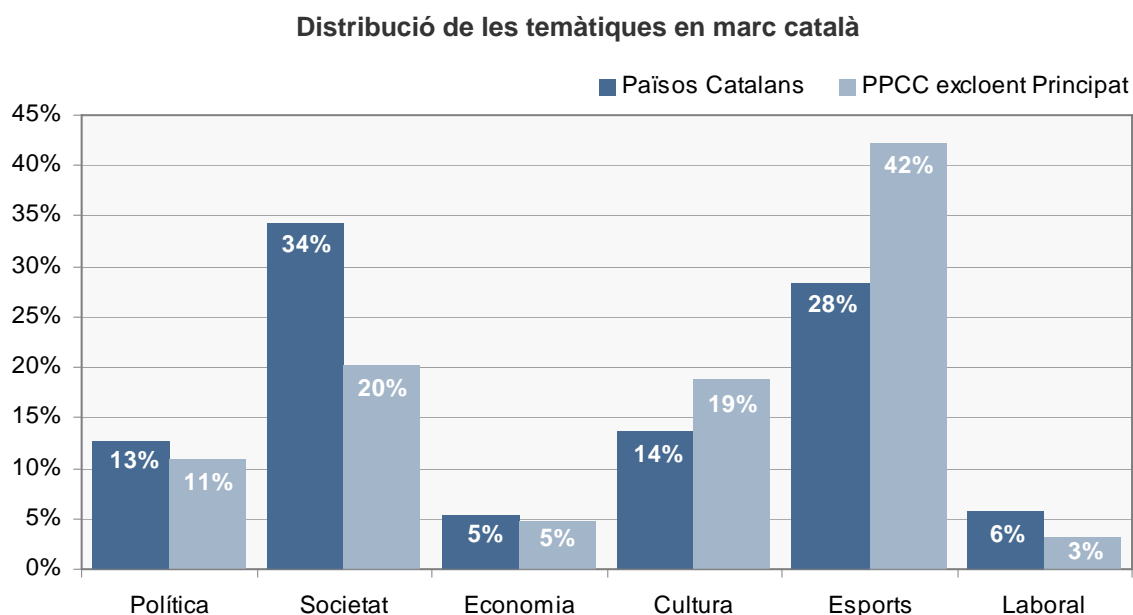
Distribució temporal de les informacions dels Països Catalans



Si es compara el temps que dedica el TN a informar sobre els territoris dels Països Catalans que no són el Principat de Catalunya amb el temps que dedica a informar sobre altres països a la secció d'internacional, s'observa que durant el període analitzat l'informatiu de TV3 va dedicar més temps a parlar dels Estats Units (84 minuts), Itàlia (50 minuts) o el Regne Unit (33 minuts) que no del País Valencià (29 minuts) o les Illes Balears (27 minuts).



Pel que fa a la tipologia de les informacions que fan referència als territoris dels Països Catalans que no són el Principat de Catalunya, es prioritzen les informacions d'esports. El 42% del total de les informacions amb marc referencial català que no fan referència al Principat estan centrades en aquest àmbit de l'actualitat.



En el cas del País Valencià, de les 27 unitats informatives analitzades 8 fan referència a competicions o esportistes (el 30%), i en el cas de les Illes Balears, la proporció encara és més elevada: 17 de les 23 analitzades (74%). D'aquestes 17, 13 són informacions referides al tenista Rafa Nadal.

En el cas de les Illes, més de la meitat del temps que es destina a l'informatiu (15 minuts sobre 27 totals) està dedicat als esports.

Informacions de marc català no referides al Principat de Catalunya⁵

	Societat	Esports	Cultura	Altres	Total
País Valencià	6	8	7	6	27
Illes Balears	1	17	2	3	23
Andorra	3	-	1	3	7
Catalunya Nord	1	-	1	-	2
SUMA	11	25	11	12	59

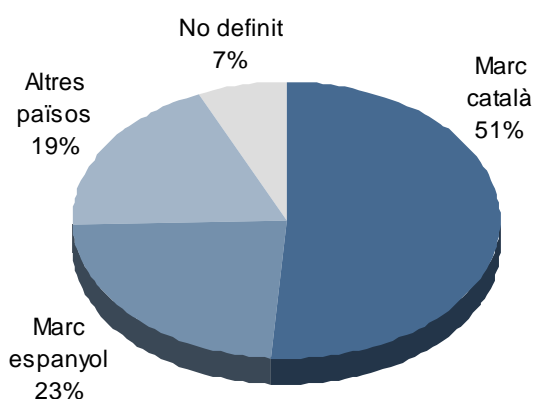
Pel que fa a la Catalunya Nord i Andorra, la representació d'ambdós territoris és pràcticament anecdòtica. Sobre la Catalunya Nord, apareixen dues notícies: una sobre el projecte de TAV entre Girona i Perpinyà i una altra sobre un acord entre els responsables de polítiques teatrals de la ciutat de Perpinyà amb les autoritats del Principat de Catalunya. Sobre Andorra, apareixen 7 notícies, de les quals 3 fan referència a la desaparició de diversos excursionistes catalans en territori andorrà.

⁵ No s'han inclòs les 4 notícies que fan referència a més d'un dels territoris dels Països Catalans.

3.4. Prioritat de continguts al sumari

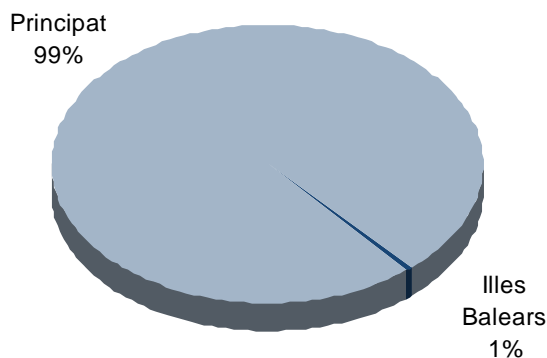
De les informacions del TN seleccionades per aparèixer al sumari de l'informatiu, en el 51% d'ocasions es tracta de notícies amb marc referencial català. De la resta, el 23% són notícies amb marc referencial espanyol –incloses el 2% de notícies centrades en Euskal Herria–, el 19% són informacions internacionals i el 7% restant són informacions sense marc de referència definit.

Informacions que apareixen al sumari



En desglossar les informacions de sumari amb marc referencial català en relació amb els diferents territoris dels Països Catalans, s'observa que en la immensa majoria de les ocasions (99%) es tracta d'informacions que fan referència al Principat de Catalunya. Només en una ocasió es fa referència al sumari a una informació de política esdevinguda a les Illes Balears. Es tracta d'una notícia en relació amb la dimissió del conseller d'Obres Públiques del Govern balear.

Informacions que apareixen al sumari amb marc català



Pel que fa a la temàtica de les notícies amb marc referencial català destacades a sumari, la major part són notícies de societat (80), principalment de l'àmbit d'educació (20). Cal tenir en

compte que en el període analitzat es van produir nombroses mobilitzacions estudiantils contra el Pla Bolonya. Per darrere de les informacions de societat, i sempre considerant que es tracta de notícies amb marc referencial català, es destaquen les notícies d'esports (30), les de política (24), les de laboral (15), les de cultura (9) i les d'economia (8).

Informacions de sumari amb marc català

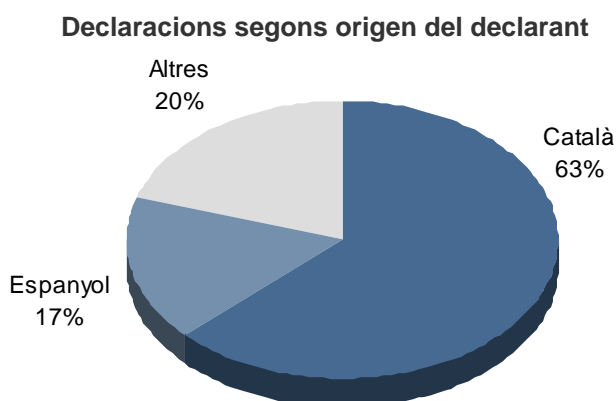
	Societat	Esports	Cultura	Altres	Total
Principat de Catalunya	20 educació	25 futbol	3 música	24 política	
	18 successos	5 bàsquet	2 teatre	15 laboral	
	7 sanitat		1 cinema	8 economia	
	7 infraestructures		3 altres		
	6 medi ambient				
	5 trànsit				
	17 altres				
SUMA	80	30	9	47	166
Illes Balears				1 política	
SUMA				1	1

3.5. Llengua emprada per les fonts

3.5.1. Origen de les fonts

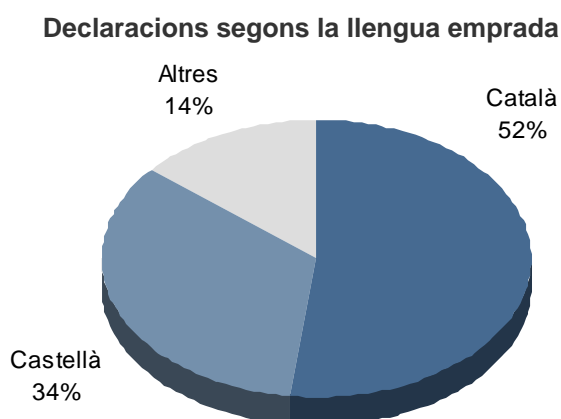
La major part de les fonts que apareixen en pantalla durant el període analitzat són fonts d'origen català (63%). Ara bé, malgrat aquesta prioritat de les fonts catalanes, només en el 52% de les ocasions la llengua emprada per la persona que s'expressa en pantalla és el català.

Del total de declaracions inserides en les diferents unitats informatives durant el període analitzat, el 63% són d'origen català, el 17% són d'origen espanyol i el 20% tenen altres orígens.



3.5.2. Llengua de les fonts en pantalla

El català és, per només dos punts, la llengua predominant en els talls de veu. L'empren el 52% de les fonts que apareixen en pantalla. La segueix la llengua castellana, utilitzada en el 34% d'ocasions. En el 14% restant de les declaracions, la llengua que s'empra no és ni el castellà ni el català.

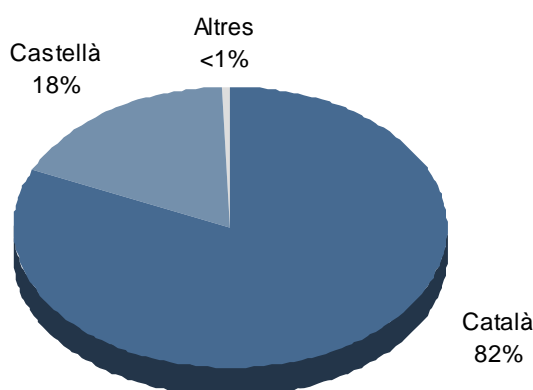


Pel que fa a aquest darrer percentatge, l'única llengua amb presència significativa és l'anglès (3% del total, emprada en 106 unitats informatives). El francès apareix en un total de 24 unitats informatives (0,6% del total) i l'italià en un total de 17 informacions (cal tenir en compte que durant el període analitzat es va produir el terratrèmol de L'Àquila).

3.5.3. Llengua de les fonts d'origen català


Pel que fa a les declaracions realitzades per fonts catalanes, en la gran majoria de les ocasions (82%) aquestes s'expressen en llengua catalana. El 18% de les vegades ho fan en llengua castellana, i en menys d'un 1% de les ocasions ho fan en altres llengües, com l'àrab o l'urdú.

Llengua emprada en les declaracions de catalans



Declaracions segons la llengua emprada i l'origen del declarant

	Parla en català		Parla en castellà		Parla en altres llengües		Total
	Freqüència	%Total	Freqüència	%Total	Freqüència	%Total	
Català	978	82%	212	18%	7	<1%	1.197
Espanyol	2	<1%	322	99%	3	1%	327
Altres	2	<1%	110	29%	266	71%	378



4. Conclusions i propostes

4.1. Conclusions

A partir de l'estudi dels Telenotícies de TV3 al llarg d'un mes, i d'acord amb els objectius assenyalats al principi de l'informe, les conclusions que s'extreuen de l'anàlisi de les informacions són les següents:

- El Telenotícies de TV3 prioritza el marc de referència català respecte als altres marcs de referència (espanyol i internacional), però ho fa per un percentatge que supera de poc la meitat de les notícies emeses (56% del total). Aquest no és el percentatge que podem trobar en els informatius de les televisions públiques d'àmbit nacional d'altres països.
- Quan s'analitzen els marcs de referència segons la temàtica de les notícies, s'observa que en les notícies de política (44%) i economia (45%), que són les seccions amb més pes ideològic de l'informatiu, el marc de referència prioritari no és el català. Sí que ho és, en canvi, en les notícies d'esports (56%), societat (85%), laboral (89%) i cultura (86%).
- La presència al Telenotícies dels territoris dels Països Catalans que no són el Principat de Catalunya és ridícula (5,6% de les informacions amb marc referencial català). A més, les poques vegades que s'esmenten aquests territoris (País Valencià, Illes Balears, Catalunya Nord, Andorra i Franja de Ponent) són sobretot en la secció d'esports, i s'obvien informacions de política, economia o societat.
- Si bé la gran majoria de les informacions d'àmbit cultural tenen com a marc de referència els Països Catalans (86%), les informacions sobre la producció de la indústria cultural catalana presenten un percentatge més baix. Gairebé la meitat de les notícies sobre producció cultural (cinema, música, literatura i arts escèniques) no fan referència a la indústria cultural catalana (47%).
- La producció cultural en llengua catalana està infrarepresentada. La presència de cinema en català (7%) i música (8%) és pràcticament simbòlica, i resulta especialment preocupant que els productes literaris d'expressió no catalana (59%) tinguin més presència que els productes en llengua catalana (33%).
- La presència de la llengua catalana en les declaracions de les fonts que s'expressen en pantalla és majoritària (52%) en el global de l'informatiu. A més, pel que fa a les fonts d'origen català, el 82% s'expressen en llengua catalana. Les declaracions d'expressió castellana (34%) es concentren sobretot en les informacions de política i economia.

Per tal de satisfer, doncs, els objectius assenyalats anteriorment, i d'acord amb els principis que van impulsar la creació de TVC, es fan les propostes següents:

- El Telenotícies hauria de donar més pes a informacions d'àmbit polític i econòmic que prenguessin com a marc de referència els Països Catalans i no l'Estat espanyol.
- Perquè TV3 exerceixi de pal de paller de l'espai català de comunicació, cal incrementar la presència d'informacions d'altres territoris dels Països Catalans al Telenotícies, especialment davant de l'interès mostrat reiteradament per rebre TV3 en aquests territoris des dels anys vuitanta, que s'ha manifestat a través de la instal·lació popular de repetidors per rebre TV3 o la campanya actual "Televisió sense Fronteres".
- Caldria incrementar la presència de la producció cultural catalana als Telenotícies. En aquest sentit, és imprescindible que es visibilitzi en més mesura la producció cultural en llengua catalana en totes les disciplines (audiovisual, música, arts escèniques i literatura). El Telenotícies és un dels únics espais televisius de difusió massiva per a la indústria cultural del país i, per tant, juga un paper cabdal en la seva consolidació i el seu creixement.