

Trabajo Fin de Grado

La renovación del formato del informativo de televisión en España: el caso del Telediario de La 1 de Televisión Española y Antena 3 Noticias (2010-2020)

The renewal of the television news format in Spain: the case of the Spanish public television newscast and Antena 3 Noticias (2010-2020)

Autor

Miguel Nadal Barón

Directora

Miriam Sánchez Sánchez

Facultad de Filosofía y Letras

2020

RESUMEN

El informativo de televisión es una de las principales fuentes de información de actualidad para el ciudadano y uno de los buques insignias de toda cadena generalista. El presente trabajo estudia la renovación del formato a nivel nacional centrándose en los casos del Telediario de La 1 de Televisión Española (TVE) y Antena 3 Noticias. Para ello, se analizan los cambios acontecidos en sus ediciones en los últimos diez años, se inspeccionan los motivos de la renovación, y se relacionan con los nuevos modos de consumo que han traído las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Por último, se reflexiona sobre el presente y el futuro del formato a través de la visión de varios académicos especializados en el estudio de este histórico programa de televisión.

Palabras clave

Televisión, informativo, noticias, renovación, Antena 3, Telediario, Televisión Española.

ABSTRACT

The televisión newscast is one of the main sources of today's information for the citizens and one the flagships of every generalist channel. This project studies the renewal of the national format focusing in the cases of the first channel of the Spanish public televisión (TVE) newscast and Antena 3 Noticias, a private channel. To do this, the project analices the changes implemented in its editions in the last ten years, inspects the reasons of the renovation, and links them to the new ways of consumption that the new information and communications technologies have brought. Lastly, the work reflects about the present and the future of the format through the vision of various academics specialized in the study of this historic television program.

Key words

Television, newscast, news, renewal, Antena 3, Telediario, Televisión Española.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Justificación	4
1.2 Objetivos.....	5
1.3 Metodología	5
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Nacimiento y desarrollo del informativo de televisión español	7
2.2 El modelo público y privado del informativo	10
2.3 Las características del informativo de televisión	11
2.4 La influencia de las NTIC en los informativos de televisión	13
2.5 Evolución del consumo televisivo en la última década.....	14
2.6 La puesta en escena del informativo. La importancia de la forma	18
3. CASO: EL INFORMATIVO DEL TELEDIARIO DE TELEVISIÓN ESPAÑOLA Y ANTENA 3 NOTICIAS (2010-2020).....	22
3.1 Estudio de la muestra	22
3.1 Análisis de los resultados.....	38
3.3 La visión de los expertos.....	47
4. CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA	53

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

¿Cómo vemos las noticias en televisión? Basta con visionar un informativo durante un par de minutos para comprobar que ya no es igual que hasta hace unos años. El formato experimenta una renovación, un cambio de piel, y todo en medio de la no tan reciente irrupción de nuevas formas de leer, ver o escuchar las noticias u otro tipo de contenidos de entretenimiento en la red. Este trabajo académico busca realizar un análisis de dicha renovación y de los motivos que han llevado a la misma.

La elección del tema parte de la necesidad de estudiar un formato tan clásico como es el informativo de televisión y examinar cómo se está adaptando a los cambios tecnológicos y a los nuevos modos de comunicación de los que dispone la sociedad actual. Los informativos constituyen una de las vías principales por la que los ciudadanos tienen acceso a la información y al periodismo en televisión. Por ello, resulta interesante desentrañar el momento en el que se encuentra y qué posibilidades tiene como formato televisivo.

Tampoco pasa desapercibido cómo la irrupción de plataformas de contenido en *streaming* y las redes sociales están cambiando la forma de visionar un producto audiovisual que anteriormente se hubiera consumido de manera prioritaria en televisión. Más allá del propio programa emitido a diario en el televisor, ¿se está adaptando el formato a estos nuevos recursos digitales? Si es así, ¿de qué manera?

La elección de Antena 3 Noticias y el Telediario de la 1 de Televisión Española para el análisis de caso no es trivial. En lo que respecta a Antena 3 Noticias, fue el primer informativo de una cadena generalista española en replantear las narrativas del formato. Lo hizo en 2011 y desde entonces no ha dejado de innovar e incluir novedades temporada a temporada. En el caso del Telediario de Televisión Española, se trata del modelo público del informativo de televisión, y el más longevo de la historia de la televisión española. De este modo se obtiene una radiografía tanto del modelo privado como del público.

Son numerosos los análisis del contenido de las noticias de televisión. Sin embargo, también es imprescindible estudiar cómo se cuentan esas noticias a los ciudadanos y

qué recursos se utilizan para captar su atención, facilitar la comprensión de determinadas cuestiones y resultar atractivo en el estilo utilizado. Asimismo, resulta conveniente para un profesional de la información identificar estos cambios con el objeto de comprender mejor el ecosistema de medios y redes existente en la sociedad de hoy en día, así como para conocer la vanguardia informativa.

1.2 Objetivos

Los objetivos con los que parte este trabajo académico son los siguientes:

En primer lugar, analizar los cambios acontecidos en el formato de los informativos de televisión en los últimos diez años en la televisión española generalista (2010-2020). En concreto, se analizará el Telediario de la 1 de Televisión Española y Antena 3 Noticias.

En segundo lugar, estudiar a qué se deben esos cambios y determinar si existe una conexión entre estos y los nuevos modos de consumo que han traído las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Por último, estudiar cuál es el futuro del formato del informativo de televisión. ¿Hacia dónde se dirige el informativo?

1.3 Metodología

La metodología empleada en este trabajo combina técnicas cualitativas para el análisis de estructuras, contenidos y lenguajes, y la realización de entrevistas, así como cuantitativas para calcular los tiempos de los contenidos y sus proporciones.

Respecto al análisis de los contenidos, la muestra corresponde a un total de doce informativos de televisión entre el Telediario de La 1 de Televisión Española y Antena 3 Noticias. Seis de los informativos corresponden a 2010 y los otros seis a 2020. Con ello se realiza el análisis comparativo de los formatos. De cada uno de los programas se analizan los contenidos, la estructura, la realización, la puesta en escena, el lenguaje, las duraciones, la figura del presentador o presentadores y los grafismos. El estudio se realiza a través de tablas comparativas y, a continuación, se calculan las proporciones. Posteriormente, se presentan y se analizan los resultados obtenidos. Los informativos seleccionados son los siguientes:

- Telediario de TVE. 17 de marzo de 2010, edición 21 horas.

- Telediario de TVE. 10 de abril de 2010, edición del fin de semana.
- Telediario de TVE. 28 de mayo de 2010, edición 15 horas.
- Telediario de TVE. 9 de febrero de 2020, edición del fin de semana.
- Telediario de TVE. 11 de febrero de 2020, edición 15 horas.
- Telediario de TVE. 12 de febrero de 2020, edición 21 horas.
- Antena 3 Noticias. 9 de abril de 2010, edición del fin de semana.
- Antena 3 Noticias. 31 de mayo de 2010, edición 15 horas.
- Antena 3 Noticias. 3 de junio de 2010, edición 21 horas.
- Antena 3 Noticias 1 de febrero de 2020, edición 15 horas.
- Antena 3 Noticias. 2 de febrero de 2020, edición 21 horas.
- Antena 3 Noticias. 9 de febrero de 2020, edición del fin de semana.

El análisis se realiza desde el comienzo del informativo hasta el final. No obstante, se ha decidido prescindir de la sección de deportes, pues, aunque en La 1 de Televisión Española forma parte del mismo formato, en Antena 3 se presenta como un programa separado de los informativos. Ante esta discordancia se ha optado por omitir la sección de deportes para que la muestra sea equitativa. Por otro lado, a través de un seguimiento del uso de internet y de las redes sociales en ambos informativos en el mes de febrero de 2020 se obtiene una muestra de la continuidad del formato en la red.

La visión de los expertos especializados en informativos de televisión y en comunicación audiovisual también forma parte del estudio. Su opinión, que se ha obtenido a través de entrevistas individuales, se ha utilizado para abordar los motivos de la renovación de los informativos de televisión y su futuro como formato. Los perfiles son los siguientes:

- Susana Díaz Pérez, investigadora del grupo TECMERIN (Televisión-cine: memoria, representación e industria) de la Universidad Carlos III de Madrid.
- Daniel Aparicio González, director del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión en la Universidad Complutense de Madrid.
- Luis Miguel Pedrero Esteban, investigador del grupo Media and Audiovisual Culture de la Universidad Pontificia de Salamanca.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Nacimiento y desarrollo del informativo de televisión español

Marín (2017) señala que la televisión nació con una función de entretenimiento, no informativa: para esto último ya existía la radio, caracterizada por la inmediatez. No obstante, el desarrollo tecnológico propició su evolución como soporte referente y creíble para la audiencia. De ahí que, como apunta Marín, la conocida frase de “lo han dicho por la tele” todavía siga siendo sinónimo de verdad o autenticidad. En esta línea, Cebrián (2004, pág. 15) afirma que “la televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos ocurridos en la sociedad. No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condicionantes, intereses y objetivos”.

En cuanto al término específico utilizado para hablar del formato del informativo de televisión, la Real Academia Española (2001, pág. web) recoge las palabras *telediario* y *noticiario*. Se refiere al *telediario* como un vocablo acrónimo de televisión y diario, y lo considera un “programa informativo de televisión destinado a las noticias del día”. Respecto al *noticiario*, en su primera acepción lo define como un “programa de radio, cine o televisión en que se dan, generalmente ilustradas, noticias de actualidad”.

Los informativos representan “el reflejo de la sociedad” (Marín, 2017, pág. 15), y esa función conduce a la concepción del noticiario como el buque insignia de toda cadena generalista. Así lo comprenden también Vicente-Mariño & Monclús (2009, pág. 84), quienes consideran que “uno de los principales componentes de la imagen corporativa de la cadena descansa sobre estos espacios”. Por ello -indican- no es casualidad que los informativos de televisión se ubiquen a las puertas de entrada de las franjas horarias con mayor número de espectadores del día, el *prime time* y la sobremesa.

McCombs (2006) señala la gran importancia que tienen todos los medios informativos, pues son los que en su función de retratar el mundo establecen la agenda del público. El autor toma las ideas de Lippman (1922) e igualmente considera que los medios de difusión contribuyen a configurar las imágenes que los ciudadanos se hacen del mundo en su cabeza. Por lo tanto, los medios tienen el poder de impactar en la opinión pública. No obstante, McCombs (2006, pág. 102) se pregunta si tanto la prensa

como el telediario tienen la misma influencia en la opinión pública, a lo que concluye que en líneas generales no hay una diferencia remarcable entre ambos. Aun así, subraya que “los telediarios se parecen más a las primeras páginas del periódico”, pues es posible que en el grueso del periódico se encuentren temas que todavía no hayan llegado a la agenda de los telediarios o nunca lleguen a hacerlo.

Remontándonos al nacimiento de la televisión en España, este se enmarca en el contexto histórico-político de la dictadura franquista de mediados de los años 50, y al igual que en el expuesto contexto general, surgió como un medio de entretenimiento donde la información era secundaria. El Telediario de Radio Televisión Española, cuya primera edición se emitió el 15 de septiembre de 1957, es considerado el primer informativo español de televisión (Baget, 1993). García Avilés (2007) señala que en España la consolidación del formato del informativo tuvo lugar en los años 70, cuando el Telediario del ente público comenzó a tomar como modelo los noticiarios estadounidenses. Así, Vicente-Mariño & Monclús (2009) subrayan que, una vez consolidado, el formato se mantuvo inalterable hasta la aparición de la oferta privada.

A partir de los años 90, el sistema televisivo español pasó de ser un monopolio dirigido por la cadena pública a comenzar a incorporar una amplia oferta de nuevos canales en favor de un “ecosistema audiovisual diversificado”. Los espectadores pasaron de contar con un informativo a una variada oferta. Hacia mediados de los 80 ya se había aprobado e iniciado la emisión de canales autonómicos, que constituyeron la FORTA. En 1990, Antena 3 y Telecinco fueron los dos primeros canales privados en sumarse a la oferta de televisión nacional en abierto, mientras que Canal+ nació como la primera cadena de pago (Vicente-Mariño & Monclús, 2009, pág. 1).

Mateos (2014, pág. 70) señala que la aparición de la oferta privada supuso un “cambio de ciclo televisivo”: varió la oferta televisiva, afectó a la estructura empresarial de los medios españoles, segmentó el mercado publicitario y fragmentó audiencias. Además, supuso un cambio en la manera de percibir al espectador, que dejó de ser un ciudadano con derecho a la información a un cliente en un mercado. El autor aclara que este nuevo modelo competitivo no solo lo adoptaron las cadenas privadas, sino que la televisión pública también se vio arrastrado a él. Así se inició una lucha por las audiencias con el objetivo de conseguir el máximo beneficio que se mantiene hasta hoy. Es en ese

momento de liberalización cuando nace el concepto de contraprogramar o desprogramar una emisión y se organiza la programación en franjas horarias: matinal, sobremesa, tarde, *prime time* y *late night* o madrugada.

Los informativos no resultaron ajenos al fin del monopolio televisivo. Con el comienzo de las emisiones de Antena 3 y Telecinco en 1990, sus respectivos informativos probaron distintas iniciativas innovadoras en un intento por atraer a una parte de los espectadores fieles a la cadena pública. Ambas apostaron por incorporar los informativos de autor, que integraban opinión e incluso humor. Este tipo de informativo se basó en la tradición estadounidense y centró la oferta en la sólida personalidad de sus conductores: Olga Viza, Fernando Ónega y José María Carrascal. Se mantuvieron hasta finales de los años 90, cuando las cadenas comprobaron que no habían tenido los resultados de audiencia esperados (Vicente-Mariño & Monclús, 2009).

De hecho, relacionado con experimentaciones como esta, Mateos (2014, pág. 72) afirma que la liberalización creó un fenómeno de “mímesis”: si un programa, modelo o formato obtenía éxito, el resto de cadenas lo imitaba. El resultado fue la homogeneización de la oferta televisiva; más oferta no se tradujo en mayor diversidad.

Las últimas adiciones a la televisión nacional generalista fueron Cuatro y La Sexta, que comenzaron a emitir en la temporada 2005-2006 (Vicente-Mariño & Monclús, 2009). Ante el crecimiento de la oferta y la consecuente fragmentación de audiencias, Mateos (2014) indica que estas dos últimas cadenas tuvieron que buscar un posicionamiento distinto, enfocándose hacia la telerrealidad y el reporterismo televisivo con programas como Supernanny, Generación Ni-Ni o Callejeros. Como ocurrió en los años 90, el autor expresa que la televisión generalista sufrió una redefinición de los contenidos: dados los buenos datos de audiencia de estos formatos, el resto de cadenas comenzaron a producir programas similares.

Desde la temporada 2005-2006, tras la llegada de Cuatro y La Sexta, la televisión generalista española sumó dos nuevos informativos. Cuatro colocó al frente de su Noticias Cuatro a Iñaki Gabilondo, una cara reconocida por el público, sello de prestigio del periodismo español; y La Sexta a Mamen Mendizábal en La Sexta Noticias. Así, la oferta informativa volvió a variar y se reabrió el proceso de reparto de audiencias

(Vicente-Mariño & Monclús, 2009). Este estatus se vio modificado con la absorción de Cuatro por Telecinco en 2009 y de La Sexta por Antena 3 en 2011, constituyéndose los grupos Mediaset y Atresmedia (García-Santamaría, 2013). A pesar de la firme apuesta inicial por los informativos en Cuatro, después de la fusión perdieron peso en detrimento de los de La Sexta. Este último fue creciendo como referente informativo a la vez que el Telediario de Televisión Española perdía espectadores fruto de una crisis de credibilidad. En consecuencia, la corporación pública inició un replanteamiento de sus programas informativos (Terán, 2017). En suma, la televisión generalista contó con cinco informativos hasta el cierre de los de Cuatro en febrero de 2019 (Noticias Cuatro, 2019). Paolo Vasile, Consejero delegado de Mediaset, achacó la clausura a la necesidad de “evolucionar al ritmo que marcan los intereses del público” (La Vanguardia, 2019, pág. web).

2.2 EL MODELO PÚBLICO Y PRIVADO DEL INFORMATIVO

Marín (2017) detecta las diferencias entre la misión de los informativos de una cadena pública y los de una empresa privada. El objetivo de un informativo de la televisión pública es “generar servicio público por encima de todo” (pág. 27). En consecuencia, todos los telespectadores y los distintos colectivos tienen que verse reflejados en las informaciones. Los informativos de las cadenas privadas disponen de una concesión administrativa otorgada por el Estado que les autoriza emitir el formato. A diferencia del modelo público, el autor explica que los intereses del modelo privado son empresariales y económicos, por lo que los contenidos varían según su mercado objetivo y sus telespectadores.

Marín (2017) también remarca cómo los informativos públicos, en los que se incluye el Telediario de Televisión Española, siempre son cuestionados por su rigor informativo. El Congreso de los Diputados (o el parlamento de cada comunidad en el caso de las televisiones autonómicas) elige a los cargos del Consejo de Administración de las cadenas públicas, y casi siempre en nuestro país se ha hecho sin un consenso entre partidos. Esto se traduce en presiones y directrices ideológicas que acaban afectando a la labor del formato. Los políticos son conscientes de las buenas audiencias de los informativos y de su influencia, por eso quieren tener su control. Así, Marín (2017, pág.

29) habla de una “lucha por la imparcialidad” en las cadenas públicas como una batalla siempre presente pero que nunca acaba de ganarse.

Esta batalla ha conducido a varias modificaciones de la normativa para aprobar el Consejo de Administración de Radio Televisión Española. En 2006 el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero impuso como requerimiento el respaldo de dos tercios de la cámara en una primera votación. En 2012 el Gobierno de Mariano Rajoy cambió el reglamento y redujo la exigencia a una mayoría absoluta. En 2017 se volvió a la fórmula de 2006 de los dos tercios, que salió adelante con los votos del Partido Socialista, Unidos Podemos y Ciudadanos (RTVE, 2017).

El debate que aborda Marín tiene relación con la situación actual en la que se halla el ente público. El País (2019) informa que desde 2018 Radio Televisión Española se mantiene en una situación de interinidad y parálisis que inevitablemente está afectando al funcionamiento de la corporación. La compañía carece de un presidente y de un Consejo de Administración, y desde julio de 2018 cuenta con una administradora única impuesta por el Gobierno del país. En ese año, la administración puso en marcha el primer concurso público de la historia del ente para elegir al presidente de la corporación, un proceso que sigue paralizado ante la incapacidad de los partidos políticos de llegar a un acuerdo. Bluper (2020) informa que la visible inestabilidad ha acabado afectando a los datos de la corporación, que en 2019 registró su mínimo histórico anual con un 9,4% de cuota de pantalla.

2.3 LAS CARACTERÍSTICAS DEL INFORMATIVO DE TELEVISIÓN

Cebrián (1998) expone que la duración de los informativos de las cadenas generalistas españolas oscila entre los 30 y los 60 minutos, e identifica cuatro partes claramente definibles:

1. El arranque, en el que se destaca el tema de la jornada y se emiten las imágenes más impactantes.
2. Los sumarios o titulares, que recopilan los asuntos más importantes que se van a abordar en el informativo. En ocasiones también se incluyen sumarios en la mitad del noticiario para avanzar qué temas se van a tratar a continuación.

3. El desarrollo, en el que se emiten las noticias agrupadas por bloques o secciones. Esta agrupación puede responder a criterios geográficos (nacional, internacional...) o temáticos (política, economía, cultura, deportes...).
4. El cierre, breve y enfocado a enlazar a la audiencia al siguiente espacio.

Marín (2017, pág. 28) puntualiza que los informativos privados tienen un ritmo más “trepidante”. Frente al compendio de noticias estructuradas por temas del modelo público, el privado se entiende como un programa guionizado con una estructura de planteamiento, nudo y desenlace. Asimismo, los informativos de las cadenas públicas tienen una mayor duración que los privados porque las noticias suelen ser más extensas. En el Telediario de Televisión Española esto se debe a la ausencia de publicidad.

Por otro lado, Saperas y Gifreu (1995) hablan del presentador o conductor como una pieza clave del informativo de televisión para conseguir captar la atención del espectador y fidelizarlo. A esto, Vicente-Mariño & Monclús (2009) añaden que en España su rol se ha modificado a lo largo de las décadas. Ponen como ejemplo los ya mencionados informativos de autor de Antena 3 Noticias. Estos se centraron en remarcar la personalidad del conductor frente a la neutralidad expositiva por la que siempre ha apostado el Telediario de Televisión Española, y a la que Antena 3 retornó a finales de la década de los 90.

Marín (2017) detecta los elementos que caracterizan, y a la vez diferencian, los informativos generalistas en sus distintas ediciones:

- El informativo matinal, emitido de lunes a viernes entre las 6 y las 9 de la mañana.
- El informativo de la tarde, emitido entre las 14 y las 16 horas. Es el que “marca el pulso informativo de la jornada” (pág. 37).
- El informativo de la noche, emitido entre las 20 y las 22 horas. Es el que considera el más pausado de la jornada, en el que “pierde fuerza la intensidad de la noticia, pero gana en profundidad y en peso de la misma” (pág. 38). Se repiten los temas de la edición de tarde, pero actualizados con nuevos datos y reacciones.
- El informativo del fin de semana, emitido en las mismas franjas horarias que entre semana a excepción del matinal, que se suprime. La carga informativa

suele ser menor, por lo que hay un importante volumen de noticias repetidas entre ediciones con apenas cambios.

2.4 LA INFLUENCIA DE LAS NTIC EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN

Antes de analizar los cambios acontecidos en el estudio de caso en cuestión, resulta necesario inspeccionar cuál es la razón por la que se ha producido y se está llevando a cabo esa metamorfosis en el formato del informativo de televisión.

Barlovento Comunicación (2020, pág. 11) avisa en su informe televisivo anual que “la televisión tiene que reinventarse en tiempos digitales con una oferta innovadora que realmente sorprenda e interese a la audiencia con el fin de mantener su posición de dominio”. Sambrook & Nielsen (2016, pág. 7) determinan que los noticiarios de televisión deben invertir en innovación y experimentar si quieren seguir siendo relevantes y llegar a un público joven. El clásico formato del informativo de televisión evoluciona buscando “agregar un valor añadido”, pues gran parte de su audiencia ya conoce los principales titulares antes de ver el espacio.

La publicación de marketing y publicidad CTRL (2019, pág. web) señala que los medios plantean nuevas narrativas, nuevos modos de contar las noticias, con el objeto de llegar mejor a una “audiencia hiperestimulada” por la transformación digital y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Moreno y Martínez (2015) también abordan el concepto de audiencia hiperestimulada. Ambas señalan que el consumo global ha traído consigo el hiperindividualismo y la conectividad, lo que produce una hiperestimulación en los usuarios. Igualmente, de Amo y García-Roca (2019, pág. 3) hablan de “usuarios hiperestimulados por los dispositivos electrónicos”. Por su parte, Arias Romero (2019) apunta que los informativos de televisión están transformando sus narrativas para adaptarse a una audiencia hiperestimulada cada vez más habituada a los ritmos acelerados.

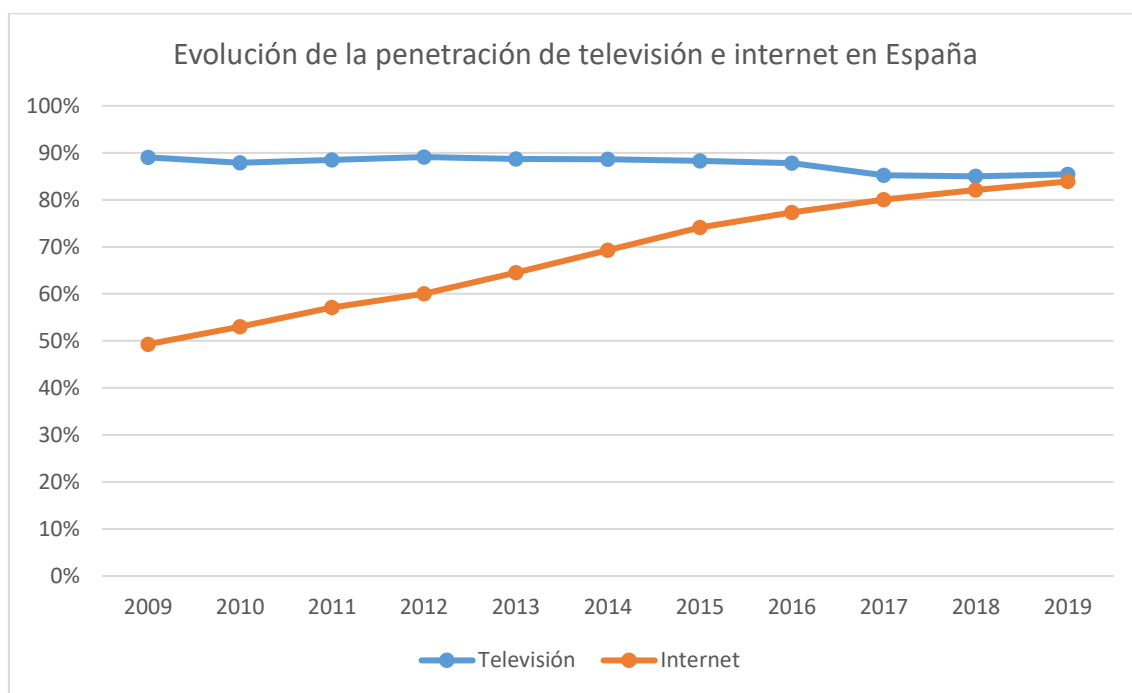
En lo que se refiere a ese concepto de hiperestimulación, Klinber (2009) lo aborda como un fenómeno cognitivo favorecido por las nuevas tecnologías. El autor lo posiciona como una de las consecuencias que sufre el ciudadano al estar conectado de manera frecuente a los dispositivos, percibiendo una cantidad de estímulos mucho mayor que

antes. Aplicado a la publicidad, Bermejo (2013, pág. 158) sugiere que ese “contexto multiestimular” supone nuevas formas de movilizar la atención del público.

En conclusión, el contexto tecnológico e hiperestimular conduce al cambio, a la actualización y a la renovación de formatos.

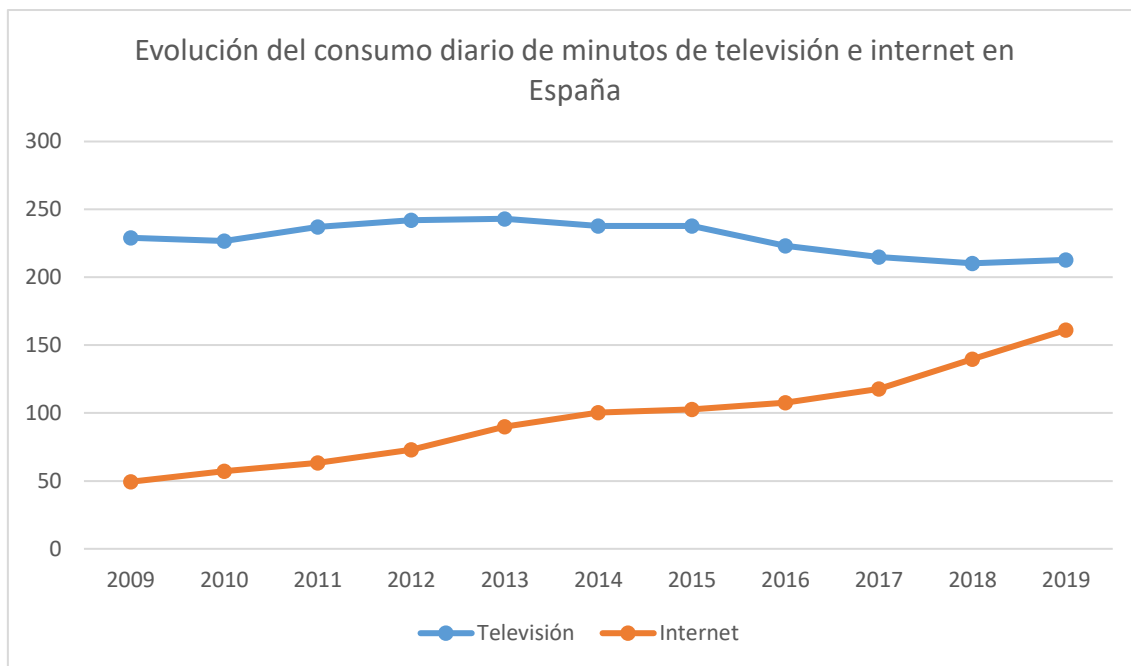
2.5 EVOLUCIÓN DEL CONSUMO TELEVISIVO EN LA ÚLTIMA DÉCADA

A lo expuesto anteriormente resulta útil agregar un estudio sobre el consumo televisivo en general y de los informativos de televisión en particular en nuestro país.



Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2020. Elaboración propia.

En 2009, un 89% de los hogares españoles tenían televisión en su casa. En 2012 subió al 89,1%, y desde entonces experimenta un ligero descenso año a año. A fecha de 2019 el dato es de un 85,4%. Frente a este descenso se observa el crecimiento progresivo de hogares con internet, que en 2009 fue de un 53% y en 2019 de un 83,9% (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2020).



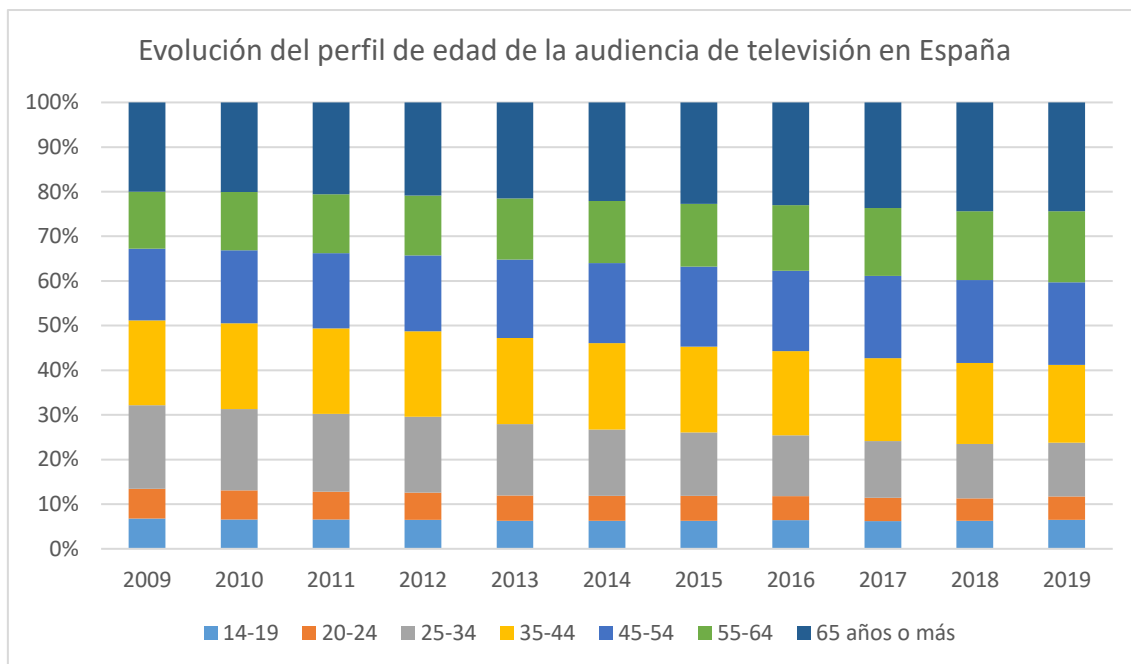
Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2020. Elaboración propia.

En lo que respecta al consumo diario de televisión por persona, en 2009 se hallaba en 229 minutos. Creció hasta situarse en los 243,1 en 2013. Desde entonces la tendencia fue de descenso. En 2018 el dato fue de 210,3 minutos y en 2019 creció ligeramente por primera vez en seis años hasta situarse en los 213 minutos. En cambio, el consumo diario de minutos de internet lleva creciendo anualmente desde 2009, pasando de los 49,4 minutos de ese año a los 161 en 2019 (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2020).



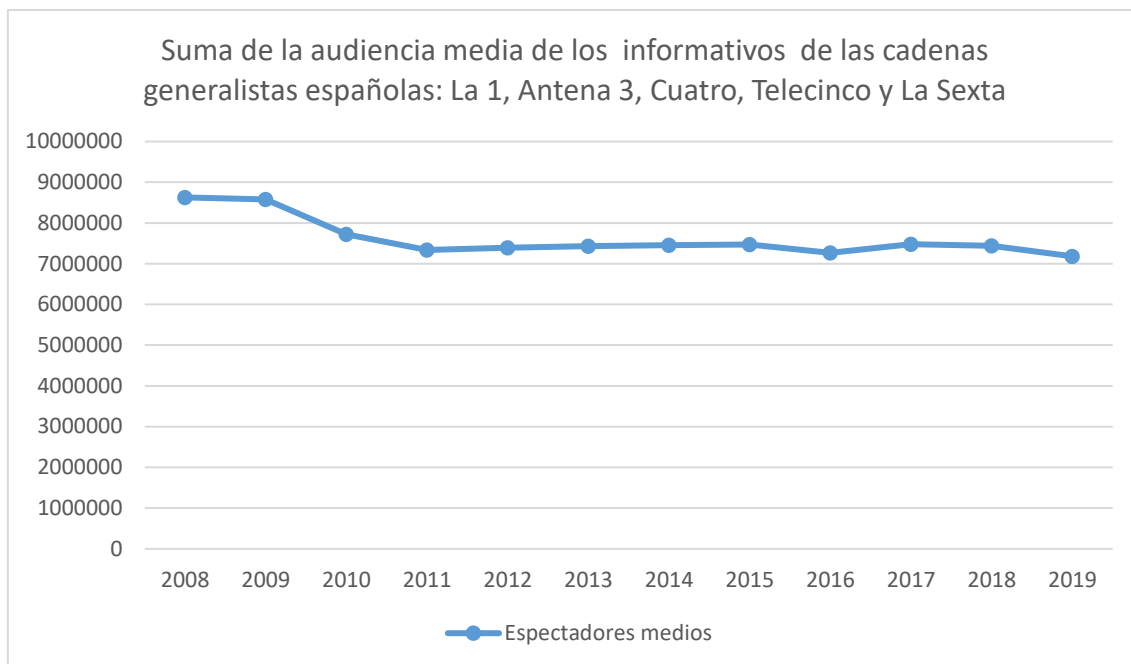
Fuente: Barlovento Comunicación, 2016-2020. Elaboración propia.

Observando únicamente el consumo de minutos de televisión en diferido, se aprecia que las cifras son bajas. Este consumo se realiza a través de internet y plataformas de televisión en *streaming*. En el primer año de su medición, 2015, la media fue de tres minutos, mientras que en 2019 de seis. Estos números corresponden al contenido visionado hasta los siete días desde su emisión lineal (Barlovento Comunicación 2016-2020).



Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2010-2020. Elaboración propia.

La evolución del perfil de audiencia en los últimos años muestra una evidente tendencia de envejecimiento. En 2009 el grupo de entre los 20 y 24 años suponía el 6,7% de la audiencia. Este dato ha descendido anualmente hasta ubicarse en el 5,2% en 2019. Misma situación ha ocurrido con el grupo de 25 a 34 años, que ha bajado 6,6 puntos desde 2009 hasta situarse en el 12,1% en 2019. Igualmente, el grupo de 35 a 44 años ha caído 1,6 puntos desde 2009. Por el contrario, el perfil de audiencia de espectadores a partir de los 45 años ha crecido anualmente. El más destacado, el perfil a partir de los 65 años, que ha crecido 4,4 puntos en diez años (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2010-2020).



Fuente: Barlovento Comunicación, 2009-2020. Elaboración propia.

Centrándonos exclusivamente en los informativos de televisión, los datos de audiencia muestran que en diez años el número medio de espectadores de este formato ha caído en más de un millón. En 2009 la audiencia media total de los informativos de las cadenas generalistas fue de 8.627.000 espectadores y en 2019 de 7.181.000. Fue entre 2009 y 2011 cuando experimentó ese gran descenso, de 1,2 millones. Desde entonces se mantiene en cifras similares, siendo el de 2019 el dato de espectadores mínimo de los últimos diez años (Barlovento Comunicación 2009-2020).

En suma, se observa una tendencia de descenso del consumo de televisión en España, así como una bajada en el número de espectadores de los informativos de televisión nacionales. Todo ante el imparable incremento del consumo de contenidos en la red. Además, el perfil de edad que consume televisión es cada vez mayor y las cifras de visionado de televisión en diferido no son voluminosas.

2.6 LA PUESTA EN ESCENA DEL INFORMATIVO. LA IMPORTANCIA DE LA FORMA

“El éxito de un programa está, más o menos, en la comunicación y en la persuasión”, determina Millerson (2008, pág. 13) al escribir sobre televisión. El autor evidencia que en ese proceso de comunicación y persuasión la realización, la puesta en escena e incluso los grafismos son recursos primordiales. Es así como se capta la atención del espectador, se desarrolla su interés y se estimulan las emociones.

La realización abarca todo el lenguaje audiovisual del informativo. El equipo de realización controla la calidad de las imágenes y del sonido, la iluminación, introduce los grafismos y organiza los planos que toman las cámaras. En pocas palabras, se encarga de revisar todo lo que va a aparecer en la pantalla de televisión (Marín, 2017).

En cuanto a la escenografía, puede ser desde un fondo a un gran decorado, pero lo fundamental es que cuente con un diseño eficaz. Su objetivo es crear o resaltar determinados efectos visuales. Es frecuente que los colores de la escenografía sean acordes a la imagen corporativa del canal. El elemento principal del decorado es la mesa central, que puede tener desde formas rectangulares o circulares hasta otras más irregulares (Millerson G. , 1987). En ese sentido, Marín (2017) contempla las pantallas o el *videowall* como una parte más de la escenografía, y las imágenes que aparecen en ellas cuando los conductores introducen una noticia son seleccionadas por los realizadores.

Valero Sancho (2009, pág. 180) tampoco se olvida de los recursos visuales, indicando que el grafismo tiene cada vez mayor importancia en los informativos dadas sus propiedades didácticas, estéticas y versátiles. El autor afirma que los grafismos clarifican, “cubren deficiencias” de imagen, “enfatan, subrayan o ilustran contenidos”, y enlazan o comparan sucesos.

Millerson (2008) identifica los principales componentes de la línea gráfica de un informativo:

- La cabecera, con una animación visual y una sintonía vivas con las que el espectador reconoce el comienzo del espacio.
- Las ráfagas, breves cortinillas animadas que separan grandes bloques dentro del formato.
- Los rótulos, que aportan información complementaria al espectador.

Hervás (2002) defiende que, siendo el informativo el programa más representativo de la cadena, su identidad gráfica no debe pasar inadvertida. Millerson (2008, pág. 553) también lo refleja como un aspecto crucial porque "las primeras impresiones son importantes. Y las primeras impresiones que el público recibe de una producción provienen de los rótulos de presentación o cabecera".

La historia de la escenografía de los informativos españoles comienza con el primer Telediario de Televisión Española, en 1957, con escasos recursos: varias máquinas de escribir y un teletipo. Únicamente contaba con un plató de unos cien metros cuadrados. La escenografía era muy sencilla, una simple mesa y una cortina de fondo, pero ya desde el comienzo se utilizaban mapas y dibujos para ilustrar las noticias. Los redactores trabajaban desde la mesa, sin salir a la calle, a partir de recortes de prensa y contenido de Radio Nacional. Ni siquiera había imágenes de archivo, por lo que el equipo recurría a fotografías o filmaciones de cine si lo necesitaba (Lab RTVE, 2014).

En 1964 las grabaciones se trasladaron a los recién creados estudios de Prado Del Rey, con platós más grandes que permitieron mejoras en la escenografía. Precisamente en ese año se estableció el formato de 3 ediciones diarias que perdura hasta la actualidad. A partir de los años 70 el trabajo de la redacción se fue profesionalizando: las cámaras salieron a la calle a grabar las historias (Lab RTVE, 2014).

En los años 80, tras la llegada del color a la tele, la estética adquirió importancia. El desarrollo tecnológico permitió incorporar varias señales de imagen en una misma pantalla y las cortinillas, encabezados y fundidos se hicieron habituales. El plató incorporó el *chroma-key*, que permitió proyectar imágenes detrás del presentador. La novedad tecnológica dio lugar a un barroquismo en la pantalla que se fue regulando hacia la moderación con el paso de los años. A mitad de la década llegó el teleprónter, que permitió al conductor contar las noticias a cámara sin bajar la vista. En este periodo también se produjo la implantación de las corresponsalías, que se mantienen hasta hoy. Desde estas oficinas del informativo ubicadas en distintas ciudades del mundo el corresponsal cubre la información del país (Lab RTVE, 2014).

Los años 90 supusieron el fin definitivo de las estridencias visuales para el Telediario, coincidiendo con la aparición de la competencia privada. Los tonos oscuros de la escenografía se fueron sustituyendo por colores más claros. La cabecera, que inicialmente duraba unos 25 segundos, se vio reducida a 15 para captar la atención del espectador más rápido. Asimismo, las sintonías, orquestales, se sustituyeron por otras de música electrónica. El decorado se modernizó y se convirtió en parte del mensaje: se trataron de esconder las herramientas del conductor, como el teléfono y los micrófonos, y se dejó de fumar en plató (Lab RTVE, 2014).

La década de los 2000 fueron continuistas de la etapa anterior en cuanto a escenografía. Los avances tecnológicos implementados en esos años mejoraron las posibilidades de contar los hechos y dieron mayor libertad a los reporteros. Además, las pantallas de los decorados fueron aumentando su tamaño y cobrando paulatinamente mayor importancia (Lab RTVE, 2014).

3. CASO: EL INFORMATIVO DEL TELEDIARIO DE TELEVISIÓN ESPAÑOLA Y ANTENA 3 NOTICIAS (2010-2020)

3.1 ESTUDIO DE LA MUESTRA

Telediario TVE Edición 15 Horas

28/05/2010	min	12/02/20	min
ARRANQUE	0:00:00-0:02:10		0:00:00 - 0:01:53
Abre cabecera + sintonía	0:00:00-0:00:10	Abre noticia de la jornada	0:00:00-0:00:25
Noticia de la jornada	0:00:11-0:01:15	Enlaza entrada presentadora Sentada en la mesa	0:00:25-0:01:37
Enlaza entrada presentadora Sentada en la mesa Plano estático en plató Fondo decorado de pequeñas pantallas	0:01:16-0:01:40	Plano estático en plató Delante de una gran pantalla doble en forma de esquina	
2ª noticia destacada	0:01:41-0:02:10	2ª noticia destacada	0:01:37-0:01:53
TITULARES	0:02:11-0:04:26		0:01:54-0:06:33-
Sección marcada con un rótulo en la pantalla.	0:02:11-0:04:26	Se difumina su distinción de la noticia de arranque. No se señala específicamente el apartado de sumario.	0:01:54-0:06:33-
Transición visual y sonora entre noticia y noticia		Transición visual y sonora entre noticia y noticia.	
Sucesión continua de temas		Sucesión continua de temas	
No vemos a la presentadora, solo la escuchamos		No vemos a la presentadora, solo la escuchamos	
DESARROLLO	0:04:27-1:02:38		0:06:33-00:58:46
Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductora sentada. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto de la conductora.		Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductora sentada. Planos medio cortos estáticos y también planos más largos y en movimiento de <i>steady cam</i> o grúa en movimiento De manera puntual, Ana Blanco adquiere una función de realizar análisis de lo que cuenta y no solo ser un mero hilo conductor entre una noticia y otra. En ese caso realiza un análisis de distintas cuestiones de pie frente a la gran pantalla. Suele apoyarse de infografías en pantalla	

El conductor presenta el bloque de deportes sentado desde la mesa		El bloque de deportes se presenta de pie	
CIERRE	1:02:38-1:02:55		00:58:47-00:59:42
Conductora cierra desde mesa Plano general del plató		Conductora de pie desde gran pantalla Entra imagen	

Despiece del desarrollo:

28/05/2010			12/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Directo 1	52"	Economía	Cola 1	15"	Economía
Noticia 1	1' 08"	Economía	Directo 1	40"	Economía
Noticia 2	1' 35"	Política	Cola 2	20"	Economía
Directo 2	40"	Economía	Directo 2	20"	Economía
Noticia 3	1' 13"	Economía	Noticia 1	1' 25"	Economía
Cola 1	18"	Política	Directo 3	39"	Economía
Cola 2	30"	Economía	Directo 4	1' 15"	Economía
Noticia 4	1' 14"	Economía	Noticia 2	1' 59"	Economía
Noticia 5	1' 07"	Empleo	Análisis plató 1	58"	Salud
Cola 3	25"	Empleo	Noticia 3	1' 32"	Salud
Cola 4	27"	Economía	Noticia 4	1' 20"	Salud
Noticia 5	1' 42"	Corrupción	Cola 3	15"	Política
Noticia 6	1' 12"	Internacional	Directo 3	37"	Política
Directo 3	1' 18"	Internacional	Noticia 5	2' 10"	Política
Cola 5	30"	Internacional	Noticia 6	1' 08"	Internacional
Noticia 7	1' 24"	Internacional	Directo 4	39"	Política
Falso directo 1	43"	Internacional	Noticia 7	1' 16"	Política
Noticia 8	1' 32"	Internacional	Cola 4	33"	Política
Noticia 9	1' 19"	Internacional	Cola 5	29"	Tribunales
Cola 6	26"	Sucesos	Análisis plató 2	1' 02"	Economía
Noticia 10	1' 18"	Política	Noticia 8	1' 43"	Economía
Noticia 11	1' 46"	Educación	Cola 6	40"	Internacional
Cola 7	30"	Festividades	Noticia 9	1' 24"	Internacional
Noticia 12	1' 18"	Seguridad	Directo 5	1' 34"	Internacional
Cola 8	48"	Salud	Noticia 10	1' 22"	Salud
Noticia 13	1' 35"	Salud	Cola 7	25"	Salud
Noticia 14	1' 22"	Tecnología	Noticia 11	1' 04"	Sucesos
Cola 9	40"	Tecnología	Cola 8	20"	Sucesos
Noticia 15	1' 06"	Cultura	Cola 9	26"	Tiempo

Directo 4	45"	Cultura	Directo 6	1'	Tiempo
Noticia 16	1' 25"	Cultura	Cola 10	20"	Historia
Cola 10	45"	Cultura	Noticia 12	1' 40"	Historia
Cola 11	17"	Cultura	Cola 11	25"	Seguridad
Noticia 17	1' 14"	Cultura	Noticia 13	1' 20"	Sucesos
Cola 12	17"	Cultura	Noticia 14	1' 26"	Cultura
(Deportes)			Cola 12	17"	Cultura
Noticia 18	54"	Cultura	Noticia 15	1, 20"	Cultura
			Cola 13	23"	Cultura
			(Deportes)		

Telediario TVE Edición 21 horas

17/03/10	min	12/02/20	min
ARRANQUE	0:00:00-0:02:13		0:00:00 - 0:02:04
Abre cabecera + sintonía	0:00:00-0:00:10	Abre sintonía en plano general del plató	0:00:00-0:00:04
Noticia de la jornada	0:00:11-0:00:53	Entrada presentador Sentado en la mesa	0:00:04-0:02:04
Enlaza entrada presentadora Sentada en la mesa Plano estático en plató Fondo decorado de pequeñas pantallas	0:00:53-0:01:27	Planos en plató dinámicos. <i>Steady cam</i> Delante de una gran pantalla doble en forma de esquina	
2ª noticia destacada	0:01:28-0:02:13		
TITULARES	0:02:14-0:04:00		0:02:04-0:06:48-
Sección marcada con un rótulo en la pantalla.	0:02:14-0:04:00	Se difumina su distinción de la noticia de arranque. No se señala específicamente el apartado de sumario.	0:02:04-0:06:48-
Transición visual y sonora entre noticia y noticia		Transición visual y sonora entre noticia y noticia.	
Sucesión continua de temas		Existe interrupciones de plató entre sucesión de titulares.	
No vemos a la presentadora, solo la escuchamos		Para presentar algunos titulares el presentador aparece de pie delante de la gran pantalla, apoyándose en infografías si es necesario. Planos de cámara dinámicos con <i>steady cam</i> . La cámara acompaña al presentador en su movimiento por el plató	
DESARROLLO	0:04:00-1:02:43		0:06:49-00:57:05

Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductora sentada. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto de la conductora.		<p>Alterna entradillas sentadas en la mesa con otras de pie delante de la gran pantalla. Se introducen infografías tanto cualitativas como cuantitativas en las pantallas durante las entradillas si es necesario. El presentador adquiere así en ocasiones una función de realizar análisis de lo que cuenta y no solo ser un mero hilo conductor entre una noticia y otra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entradillas de pie: Planos generales, medios y americanos. Planos en movimiento mediante <i>steady cam</i>. • Entradillas desde la mesa: Planos medio cortos estáticos y también planos más largos y en movimiento de <i>steady cam</i> o grúa en movimiento 	
El conductor presenta el bloque de deportes sentado desde la mesa		El bloque de deportes se presenta de pie	
CIERRE	1:02:43-1:03:46		00:57:06-00:57:22
Conductora cierra desde mesa Entra imagen		Conductor cierra sentado desde la mesa Plano general plató	

Despiece del desarrollo:

17/03/2010			11/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Cola 1	25"	Sucesos	Directo 1	41"	Política
Directo 1	1' 05"	Sucesos	Noticia 1	1' 30"	Política
Noticia 1	1' 20"	Sucesos	Noticia 2	1' 18"	Política
Cola 2	30"	Sucesos	Noticia 3	2'	Sucesos
Directo 2	45"	Sucesos	Falso directo 1	32"	Política
Noticia 2	1' 20"	Sucesos	Falso directo 2	30"	Política
Cola 3	37"	Sucesos	Cola 1	50"	Política

Falso directo 1	27"	Sucesos	Cola 2	30"	Política
Cola 4	34"	Tribunales	Cola 3	23"	Corrupción
Directo 3	39"	Corrupción	Noticia 4	1' 07"	Corrupción
Cola 5	18"	Corrupción	Análisis en plató 1	1' 08"	Economía
Cola 6	28"	Corrupción	Noticia 5	1' 20"	Política
Cola 7	30"	Política	Cola 4	21"	Sucesos
Noticia 3	1' 14"	Economía	Noticia 6	1' 29"	Sucesos
Cola 8	24"	Economía	Falso directo 3	50"	Sucesos
Cola 9	25"	Economía	Cola 5	20"	Sucesos
Cola 10	30"	Economía	Directo 2	45"	Sucesos
Noticia 4	1' 20"	Economía	Noticia 7	1' 30"	Sucesos
Cola 11	30"	Economía	Noticia 8	1' 12"	Empleo
Noticia 5	1' 22"	Economía	Noticia 9	1' 12"	Empleo
Cola 12	30"	Economía	Directo 3	55"	Internacional
Cola 13	27"	Economía	Noticia 10	1' 10"	Internacional
Noticia 6	1'	Economía	Noticia 11	1' 05"	Internacional
Cola 14	20"	Internacional	Noticia 12	1' 25"	Internacional
Directo 4	52"	Internacional	Noticia 13	50"	Internacional
Noticia 7	1' 30"	Internacional	Cola 6	22"	Internacional
Directo 5	1'23"	Internacional	Cola 7	15"	Tiempo
Noticia 8	1' 11"	Internacional	Directo 4	44"	Tiempo
Cola 15	30"	Internacional	Cola 8	25"	Tribunales
Noticia 9	1' 03"	Internacional	Noticia 14	1' 14"	Sociedad
Noticia 10	1' 55"	Sucesos	Cola 9	40"	Política
Cola 16	30"	Sucesos	Cola 10	22"	Política
(Deportes)			Noticia 15	1' 15"	Cultura
Noticia 11	1' 10"	Política	Noticia 16	1' 24"	Cultura
Noticia 12	1' 46"	Salud	(Deportes)		
Reportaje 1	2' 37"	Salud			
Noticia 13	1' 31"	Comunicaciones			
Noticia 14	1' 19"	Política			
Cola 18	28"	Política			
Noticia 15	1' 20"	Cultura			
Noticia 16	1' 20"	Cultura			
Noticia 17	1' 40"	Cultura			
Noticia 18	1'35"	Cultura			

Telediario TVE edición Fin de semana

10/04/2010	min	09/02/2020	min
ARRANQUE	0:00:00-0:03:50		0:00:00 - 0:01:07
Abre cabecera + sintonía	0:00:00-0:00:10	Abre cabecera + sintonía	0:00:00-0:00:04
Noticia de la jornada	0:00:11-0:00:44	Noticia de la jornada	0:00:04-0:00:34

Enlaza entrada presentadora Sentada en la mesa Plano estático en plató Fondo decorado de pequeñas pantallas	0:00:45: 0:03:50	Enlaza entrada presentadores De pie Planos en plató dinámicos con <i>steady cam</i> . Delante de una gran pantalla doble en forma de esquina	0:00:34- 0:01:07
TITULARES	0:03:50- 0:04:57		0:01:08- 0:04:41-
Sección marcada con un rótulo en la pantalla.	0:03:50- 0:04:57	Se difumina su distinción de la noticia de arranque. No se señala específicamente el apartado de sumario.	0:02:04- 0:04:41-
Transición visual y sonora entre noticia y noticia		Transición visual y sonora entre noticia y noticia.	
Sucesión continua de temas		Existe interrupciones de plató entre sucesión de titulares.	
No vemos a la presentadora, solo la escuchamos		Para presentar algunos titulares los conductores aparecen de pie delante de la gran pantalla, apoyándose en infografías si es necesario. Planos de cámara dinámicos con <i>steady cam</i> . La cámara acompaña al presentador en su movimiento por el plató.	
DESARROLLO	0:04:58- 0:37:00		0:04:42- 00:48:48
Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductora sentada. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto de la conductora.		<p>Alterna entradillas sentadas en la mesa con otras de pie delante de la gran pantalla. Se introducen infografías tanto cualitativas como cuantitativas en las pantallas durante las entradillas si es necesario. El presentador adquiere así en ocasiones una función de realizar análisis de lo que cuenta y no solo ser un mero hilo conductor entre una noticia y otra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entradillas de pie: Planos generales, medios y americanos. Planos en movimiento. <i>Steady cam</i>. • Entradillas desde la mesa: Planos medio cortos estáticos y 	

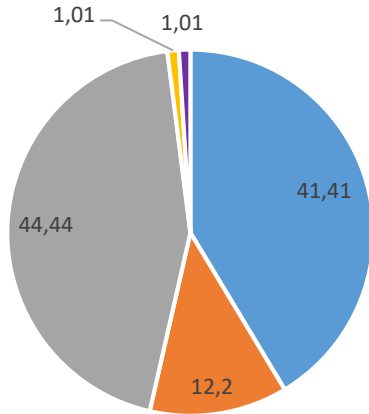
		también planos más largos y en movimiento de <i>steady cam</i> o grúa en movimiento	
El conductor presenta el bloque de deportes sentado desde la mesa		El bloque de deportes se presenta de pie	
CIERRE	0:37:01-0:37:50		00:48:49-00:50:00
Conductora cierra desde mesa Entran imágenes		Conductores cierran de pie desde la gran pantalla Entran imágenes	

Despiece del desarrollo:

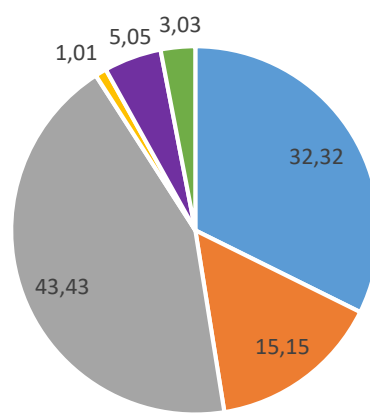
10/04/2010			09/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Directo 1	1' 10"	Internacional	Directo 1	51"	Sucesos
Noticia 1	1'	Internacional	Noticia 1	1' 33"	Sucesos
Cola 1	24"	Internacional	Directo 2	28"	Sucesos
Directo 2	1'	Internacional	Directo 3	56"	Sucesos
Noticia 2	1' 06"	Internacional	Análisis plató 1	30"	Sucesos
Cola 2	40"	Internacional	Falso directo 1	40"	Sucesos
Noticia 3	1' 23"	Internacional	Noticia 2	1' 15"	Sucesos
Noticia 4	1' 20"	Internacional	Cola 1	15"	Internacional
Cola 3	20"	Internacional	Noticia 3	1' 18"	Internacional
Cola 4	30"	Internacional	Cola 2	10"	Tiempo
Directo 3	55"	Internacional	Noticia 4	1' 15"	Tiempo
Noticia 5	1' 02"	Tribunales	Falso directo 2	25"	Tiempo
Cola 5	30"	Tribunales	Noticia 5	1' 11"	Sucesos
Cola 6	50"	Corrupción	Noticia 6	57"	Sucesos
Cola 7	22"	Política	Cola 3	12"	Política
Noticia 6	1' 17"	Sucesos	Noticia 7	1' 30"	Política
Cola 8	22"	Sucesos	Cola 4	39"	Sucesos
Noticia 7	1' 36"	Educación	Noticia 8	1' 28"	Sucesos
Cola 9	25"	Ciencia	Cola 5	14"	Sucesos
(Deportes)			Cola 6	21"	Sucesos
Cola 10	16"	Cultura	Cola 7	17"	Sucesos
Noticia 8	1' 04"	Cultura	Cola 8	15"	Festividades
Cola 11	35"	Cultura	Directo 4	34"	Festividades
			Reportaje 1	2' 50"	Cultura
			Directo 5	51"	Cultura
			Noticia 9	1' 13"	Cultura
			Noticia 10	1' 15"	Cultura
			Noticia 11	1' 43"	Cultura

			Noticia 12	50"	Cultura
			Cola 9	13"	Cultura
			(Deportes)		

Contenidos muestra 2010 (%)



Contenidos muestra 2020 (%)



■ Colas ■ Directos ■ Noticias ■ Reportajes ■ Falsos directos ■ Análisis en plató

Antena 3 Noticias Edición 15 Horas

31/05/2010	min	01/02/2020	min
ARRANQUE	0:00:00-0:01:40		
Abre noticia de la jornada	0:00:00-0:00:51	Abre noticia de la jornada	0:00:00-0:00:16
Enlaza entrada presentadora Sentada en la mesa Plano estático en plató Fondo de la redacción	0:00:52-0:01:40	Enlaza entrada presentadora De pie, delante de la mesa Plano en movimiento Fondo es una pantalla doble en esquina. Entrada de un segundo conductor, separado, e individual, que profundiza desde plató brevemente en una cuestión del tema del día.	0:00:17-0:01:40
TITULARES	0:01:41-0:04:56		0:01:41-0:04:37
Sección no diferenciada del arranque	0:01:41-0:04:51	Sección diferenciada del arranque. Se indica que comienzan los sumarios	0:01:41-0:04:30
Transición visual y sonora entre titulares		Transición sonora entre titulares	
Sucesión continua de temas		Sucesión continua de temas	
Vemos a la presentadora entre algún tema. Plano medio corto, estático.		Puntualmente vemos a la presentadora, que sigue de pie. Planos medios, estáticos.	
Fin titulares Plano general picado del plató + entra sintonía	0:04:51-0:04:56-	Fin titulares Entra cabecera con sintonía	0:04:31-0:04:37
DESARROLLO	0:04:57-0:50:39		0:04:38-0:41:22
Entradillas de noticias de manera estática. Conductora sentada. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto de la conductora. 2 modalidades de encuadre: fondo de plasma con redacción o solo fondo redacción	0:04:57-0:50:39	Entradillas sentadas en la mesa. En la lectura de algunas entradillas se utilizan planos más generales del plató en los que se añaden representaciones 3d de un elemento del tema en cuestión (por ejemplo, tractores para hacer referencia a la huelga de agricultores). Se hace así uso de la realidad aumentada. También se aplica la realidad aumentada mediante la	

		<p>inserción de infografías en la parte delantera de la mesa</p> <p>Entra en plató un encargado de sección que hace un análisis detallado o más exhaustivo sobre un tema en concreto. Aparece solo en algunos temas y lo hace delante de la gran pantalla, de pie, apoyándose de ilustraciones e infografías.</p> <p>Uso también de objetos 3d mediante realidad aumentada.</p>	
La conductora presenta el bloque de deportes sentada desde la mesa		-	
CIERRE	0:50:40-0:51:22		0:41:22-0:41:37
Conductora cierra sentada desde la mesa Plano general contrapicado del plató		Conductora cierra de pie desde la gran pantalla	

Despiece del desarrollo:

31/05/2010			01/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Noticia 1	1' 36"	Internacional	Cola 1	37"	Política
Directo 1	21"	Internacional	Directo 1	37"	Política
Noticia 2	1'	Internacional	Noticia 1	1' 16"	Política
Cola 1	35"	Internacional	Cola 2	21"	Política
Noticia 3	1' 17"	Política	Cola 3	13"	Política
Directo 2	27"	Política	Directo 2	31"	Política
Noticia 4	1' 08"	Política	Noticia 2	1' 17"	Política
Encuesta web			Análisis en plató	1' 33"	Política
Noticia 4	1' 13"	Política	Noticia 3	1' 15"	Política
Cola 2	25"	Salud	Análisis plató 1	32"	Política
Noticia 5	1' 23"	Salud	Directo 3	41"	Política
Noticia 6	1' 12"	Salud	Análisis plató 2	42"	Política
Cola 3	30"	Internacional	Cola 4	15"	Sucesos
Cola 4	25"	Internacional	Cola 5	13"	Sucesos
Cola 5	20"	Internacional	Directo 4	32"	Sucesos
Avance noticias			Noticia 4	58"	Sucesos
Directo 3	32"	Sucesos	Cola 6	13"	Sucesos
Noticia 7	1' 14"	Sucesos	Directo 5	21"	Sucesos
Directo 4	49"	Sucesos	Noticia 5	1'	Sucesos
Noticia 8	1' 15"	Sucesos	Cola 7	30"	Sucesos
Noticia 9	1' 13"	Sucesos	Directo 6	33"	Sucesos

Cola 6	1' 09"	Sucesos	Cola 8	21"	Sucesos
Directo 5	27"	Tiempo	Cola 9	10"	Sucesos
Noticia 10	1' 15"	Tiempo	Cola 10	9"	Festividades
Cola 7	1' 18"	Trabajo	Directo 7	29"	Festividades
Noticia 11	1' 20"	Cultura	Noticia 6	1'	Festividades
Cola 8	22"	Cultura	Falso directo 1	20"	Festividades
Noticia 12	1' 18"	Cultura	Noticia 7	57"	Festividades
Noticia 13	1' 15"	Cultura	Análisis plató 3	30"	Comunicaciones
Cola 9	25"	Cultura	Falso directo 2	37"	Comunicaciones
Lo más visto en la antena3.com (Deportes)			Noticia 8	1'	Comunicaciones
			Análisis plató 4	43"	Economía
			Cola 11	13"	Internacional
			Análisis en plató 5	41"	Internacional
			Cola 12	20"	Internacional
			Cola 13	42"	Internacional
			Cola 14	15"	Internacional
			Cola 15	18"	Ciencia
			Directo 8	38"	Festividades
			Noticia 9	1' 06"	Festividades
			Cola 16	39"	Festividades
			Directo 9	37"	Sucesos
			Noticia 10	1' 03"	Sucesos
			Cola 17	39"	Cultura

Antena 3 Noticias edición 21 Horas

03/06/2010	min	02/02/2020	min
ARRANQUE		-	-
Cabecera + sintonía	0:00:00-0:00:11	-	-
Noticia de la jornada	0:00:11-0:00:34		
Enlaza entrada presentador Sentado en la mesa Plano medio corto estático en plató Fondo de plasma y redacción	0:00:35-0:00:48		
TITULARES	0:00:49-0:04:00		0:00:00-0:01:05-

Sección no diferenciada del arranque	0:00:49- 0:03:56	Apertura del informativo directamente con los sumarios	0:00:00- 0:00:59-
Transición visual y sonora entre titulares		Transición sonora entre titulares	
Sucesión continua de temas		Sucesión continua de temas	
Vemos a la presentadora entre algunos titulares. Plano medio corto, estático.		No vemos al presentador	
Fin titulares Plano general del plató + Entra sintonía	0:03:56- 0:04:00-	Fin titulares Entra cabecera con sintonía	0:01:00- 0:01:05
DESARROLLO	0:04:01- 0:46:53		0:01:06- 0:30:00
Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductor sentado. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto del conductor. 2 modalidades: fondo de plasma con redacción o solo fondo redacción		<p>Predominio de entradillas desde la mesa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planos estáticos medios cortos • Planos con movimiento de cámara. Más generales, aprovechando fondos de la pantalla <p>Se aplica la realidad aumentada mediante infografías en la parte delantera de la mesa.</p> <p>Entra en plató un encargado de sección que hace un análisis detallado o más exhaustivo sobre un tema en concreto. Aparece solo en algunos temas y lo hace delante de la gran pantalla, de pie, apoyándose de ilustraciones e infografías.</p>	
El conductor presenta el bloque de deportes sentado desde la mesa		-	
CIERRE	0:46:54- 0:47:52		0:30:00- 0:30:17
Conductor cierra sentado desde la mesa. Entra sección "el día en imágenes" Plano general picado del plató		Conductor cierra sentado desde la mesa.	

Despiece del desarrollo:

03/06/2010			02/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Directo 1	1'	Sucesos	Noticia 1	1' 15"	Política
Noticia 1	1' 22"	Sucesos	Directo 1	43"	Política
Noticia 2	1' 07"	Festividades	Noticia 2	1' 11"	Política
Cola 1	27"	Corrupción	Análisis plató 1	30"	Política
Cola 2	40"	Política	Noticia 3	1' 15"	Política
Cola 3	21"	Salud	Cola 1	20"	Política
Noticia 3	1' 17"	Salud	Directo 2	38"	Política
Encuesta web			Noticia 4	1' 11"	Política
Cola 4	19"	Economía	Directo 3	30"	Política
Noticia 4	1' 17"	Política	Directo 4	35"	Política
Noticia 5	1' 21"	Internacional	Noticia 5	58"	Política
Noticia 6	1' 11"	Internacional	Cola 2	20"	Política
Directo 2	43"	Internacional	Directo 3	39"	Política
Noticia 7	1' 14"	Internacional	Noticia 6	1' 14"	Política
Cola 5	30"	Internacional	Cola 3	27"	Internacional
Cola 6	30"	Internacional	Falso directo 1	28"	Internacional
Cola 7	24"	Internacional	Noticia 7	1' 14"	Internacional
Cola 8	36"	Internacional	Noticia 8	1' 13"	Internacional
Avance noticias			Cola 4	40"	Internacional
Cola 9	24"	Sucesos	Cola 5	10"	Sucesos
Noticia 8	1'	Sucesos	Falso directo 2	34"	Sucesos
Cola 10	36"	Tribunales	Noticia 9	54"	Sucesos
Noticia 9	1' 13"	Salud	Cola 6	19"	Sucesos
Noticia 10	1' 35"	Salud	Cola 7	16"	Sucesos
Noticia 11	1' 20"	Salud	Cola 8	11"	Sucesos
Noticia 12	1' 20"	Empleo	Noticia 10	1' 11"	Tecnología
Cola 11	22"	Tiempo	Cola 9	25"	Tiempo
Cola 12	30"	Ciencia	Noticia 11	1' 05"	Cultura
Noticia 13	1' 15"	Cultura			
Reportaje 1	2' 50"	Historia			
Cola 13	32"	Tecnología			
(Deportes)					
(Tiempo)					

Antena 3 Noticias Edición Fin de semana

09/04/2010	min	09/02/2020	min
ARRANQUE			
Cabecera + sintonía	0:00:00- 0:00:11	-	-
Noticia de la jornada	0:00:11- 0:00:40	-	-

Enlaza entrada presentador Sentado en la mesa Plano medio corto estático en plató Fondo de plasma y redacción	0:00:41- 0:00:59	-	-
TITULARES	0:00:59- 0:04:20		0:00:00- 0:05:20
Sección no diferenciada del arranque	0:00:59- 0:03:15	Apertura del informativo directamente con los sumarios. Se indica que comienzan los sumarios	0:01:41- 0:05:14
Transición visual y sonora entre titulares		Transición sonora entre titulares	
Sucesión continua de temas		Sucesión continua de temas	
Vemos a la presentadora entre algunos titulares. Plano medio corto, estático.		Puntualmente vemos a los presentadores, que están de pie delante de la gran pantalla. Planos generales y movimiento y medios, estáticos.	
Fin titulares Plano general del plató + entra sintonía	0:03:16- 0:04:20	Fin titulares Entra cabecera con sintonía	0:05:15- 0:05:20
DESARROLLO	0:04:21- 0:44:30		0:05:21- 0:35:35
Presentación de entradillas de noticias de manera estática. Conductor sentado. Planos de cámara estáticos. Plano medio-corto del conductor. 2 modalidades: fondo de plasma con redacción o solo fondo redacción		<p>Predominio entradillas desde la mesa.</p> <p>En la lectura de algunas entradillas se utilizan planos más generales del plató en los que se añaden representaciones 3d de un elemento del tema en cuestión (por ejemplo, tractores para hacer referencia a la huelga de agricultores). Se hace así uso de la realidad aumentada.</p> <p>También se aplica la realidad aumentada mediante la inserción de infografías en la parte delantera de la mesa</p> <p>Entra en plató un encargado de sección que hace un análisis detallado o más exhaustivo sobre un tema en concreto. Aparece solo en algunos temas y lo hace delante de la gran</p>	

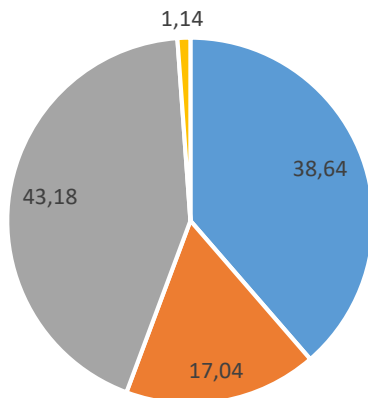
		pantalla, de pie, apoyándose de ilustraciones e infografías. Uso también de objetos en tres dimensiones mediante realidad aumentada.	
El conductor presenta el bloque de deportes sentado desde la mesa		-	
CIERRE	0:44:31- 0:45:03		0:35:36- 0:35:49
Conductor cierra sentado desde la mesa.		Conductores cierran sentados desde la mesa.	

Despiece del desarrollo:

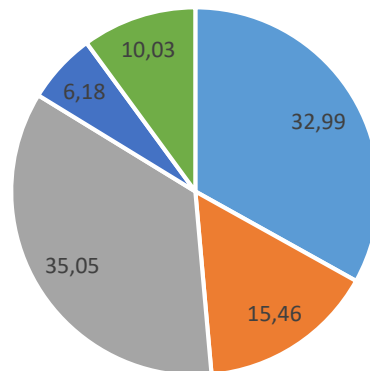
09/04/2010			09/02/2020		
TIPO	DURACIÓN	TEMA	TIPO	DURACIÓN	TEMA
Cola 1	37"	Política	Análisis plató 1	46"	Política
Directo 1	23"	Política	Noticia 1	1' 35"	Política
Directo 2	19"	Política	Análisis plató 2	40"	Política
Noticia 1	1' 06"	Política	Noticia 2	1' 31"	Política
Directo 3	34"	Política	Noticia 3	1' 21"	Política
Encuesta web			Análisis plató 3	45"	Política
Cola 2	20"	Trabajo	Noticia 4	1' 31"	Sucesos
Cola 3	10"	Trabajo	Directo 1	21"	Sucesos
Cola 4	10"	Sucesos	Noticia 5	1' 19"	Sucesos
Cola 5	20"	Trabajo	Falso directo 1	17"	Sucesos
Cola 6	25"	Economía	Noticia 6	1' 09"	Sucesos
Cola 7	30"	Corrupción	Noticia 7	1' 33"	Salud
Directo 4	30"	Sucesos	Cola 1	23"	Salud
Noticia 2	1' 25"	Sucesos	Noticia 8	1' 24"	Comunicaciones
Directo 5	49"	Sucesos	Cola 2	27"	Economía
Noticia 3	1' 03"	Sucesos	Directo 2	25"	Economía
Noticia 4	1' 17"	Salud	Noticia 9	1' 12"	Economía
Cola 8	25"	Internacional	Análisis plató 4	2' 15"	Economía
Cola 9	19"	Internacional	Cola 3	27"	Sucesos
Noticia 5	58"	Internacional	Falso directo 2	41"	Internacional
Cola 10	34"	Internacional	Noticia 10	1' 16"	Internacional
(Avance noticias)			Directo 3	28"	Internacional
Directo 6	40"	Sucesos	Falso directo 3	34"	Internacional
Noticia 6	1' 24"	Sucesos	Falso directo 4	26"	Internacional
Noticia 7	1' 02"	Sucesos	Noticia 11	1' 22"	Internacional
Cola 11	33"	Sucesos	Cola 4	30"	Sucesos
Noticia 8	1' 20"	Seguridad	Cola 5	15"	Sucesos
Cola 12	18"	Sucesos	Cola 6	10"	Festividades

Noticia 9	1' 19"	Seguridad	Noticia 12	1' 23"	Cultura
Directo 7	20"	Sucesos	Noticia 13	1' 17"	Cultura
Noticia 10	1' 14"	Educación			
Directo 8	18"	Festividades			
Noticia 11	1'	Festividades			
Noticia 12 (Deportes)	1' 20"	Festividades			

Contenidos muestra 2010 (%)



Contenidos muestra 2020 (%)



■ Colas ■ Directos ■ Noticias ■ Reportajes ■ Falsos directos ■ Análisis en plató

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Sobre la figura del presentador

El conductor del informativo ha dejado de ser un mero hilo conector entre noticias para convertirse en un sujeto dispuesto al análisis y a la explicación de temas más complejos o enrevesados. Claramente ha ganado en tiempo de aparición en pantalla. Además, Antena 3 noticias ha introducido una figura que hasta ahora no había existido en los informativos de las grandes cadenas españolas: un reportero o responsable de sección que detalla o analiza un tema en concreto desde el propio plató. Esta figura no existe de momento en el Telediario de Televisión Española.

Asimismo, el presentador ha ganado en cercanía. Esa posibilidad de moverse por el plató y no permanecer siempre sentado en la mesa aporta una naturalidad no conocida hasta ahora en el formato y elimina el estatismo que existía hace diez años.



Apertura, Telediario TVE 2020



Apertura, Antena 3 Noticias 2020

Se observa cómo se están potenciando las interacciones entre los conductores en un tono no tan formal. El uso de este recurso destaca especialmente en la edición del fin de semana del Telediario de Televisión Española. Cuando se trata de más de un conductor, los presentadores suelen aprovechar el paso a la sección de deportes, así como el cierre, para interactuar en un tono más coloquial e incluso hacer algún comentario entre ellos en tono jocoso. Sin duda, otro esfuerzo del formato por romper ese estatismo e intentar mostrarse más cercano al ciudadano.

Además, poder ver al presentador de cuerpo entero ha otorgado mayor importancia a la vestimenta. En líneas generales, ya en 2010 se observaba la tendencia, que continúa, de abandonar los trajes formales hacia una vestimenta casual sin perder la elegancia.



Reportero en plató, Antena 3 Noticias 2020



Reportera en plató, Antena 3 Noticias 2020

Sobre la escenografía

Ya es una realidad que los presentadores permanezcan de pie para abrir, presentar determinados fragmentos o cerrar el informativo. Aunque puede variar según la edición, no es algo anecdótico sino frecuente. Antena 3 fue la primera cadena nacional en integrarlo, en 2011, y a fecha de 2020 ha mejorado su implementación.

El *videowall* o las grandes pantallas han aparecido en el decorado. Si hasta hace diez años nos encontrábamos con un plató con muchos más elementos decorativos y numerosas pantallas pequeñas de -aproximadamente- el tamaño de un televisor, ahora se han eliminado buena parte de los elementos del decorado en favor del minimalismo. Esto es especialmente notable en el informativo de Antena 3, cuyo plató se renovó en la temporada 2018-2019, y todo el decorado del que se compone es de una gran pantalla doble esquinada que cubre toda la pared, un suelo negro, y una mesa transparente. El Telediario de Televisión Española cuenta con otros elementos de decorado más allá del *videowall*: pantallas pequeñas, el logo de la corporación, un mapa del mundo estampado en las paredes, y barras de luces horizontales leds; aunque hay que remarcar que el plató es más antiguo, pues se estrenó a la temporada 2013-2014.



Presentador ante el videowall, Telediario TVE 2020



Presentador ante el videowall, Antena 3 Noticias 2020

El *videowall* en sus comienzos tenía un problema, especialmente cuando el presentador estaba sentado en la mesa y conectaba con un reportero cuya imagen aparecía en esa gran pantalla. Al encontrarse al fondo, el presentador tenía que darse la vuelta, y se observaba cómo acababa dando la espalda a la cámara, algo que chocaba ante la cámara. Esto se ha arreglado conectando con los reporteros no desde la gran pantalla, sino haciendo uso de la doble ventana, mostrando en un lado la señal desde plató y en el otro la señal del reportero en el espacio donde se encuentra haciendo la cobertura.

Sobre los recursos gráficos

La línea gráfica y la rotulación contribuyen no solo a la sucesión del contenido sino también al dinamismo del programa. Antena 3 ha optado por unos gráficos más suaves, más grandes y unidad en la imagen del espacio. Ha eliminado la doble caja de título y texto en los rótulos de las noticias, optando por una caja, textos más cortos, más grandes y en mayúsculas. Es posible que esta decisión de eliminar cajas de rotulación y aumentar el tamaño de fuente tenga estrecha relación con la adaptación a los tamaños de los dispositivos móviles, mucho más pequeños frente a la pantalla de un televisor. Además, el uso de la realidad aumentada supone toda una novedad en el formato en España. Aporta al espectador una experiencia inmersiva en la noticia que no existía hasta ahora. Igual ocurre con el uso de infografías, ahora de grandes dimensiones gracias al uso del *videowall*.



Realidad Aumentada, Antena 3 Noticias 2020



Realidad Aumentada, Antena 3 Noticias 2020

El Telediario de Televisión Española cuenta con unos rótulos y grafismos funcionales, pero visualmente poco atractivos. Sigue optando por la doble caja de título y texto para los rótulos de las noticias. Aunque en los titulares el tamaño de fuente de los rótulos es grande, en el desarrollo del informativo lo mantiene reducido. Cabe señalar que en el aspecto de grafismos y la rotulación pierde en unidad visual frente a Antena 3 noticias.

Además, no ha adoptado la realidad aumentada de forma habitual en el formato, pero sí la utiliza en programas especiales.

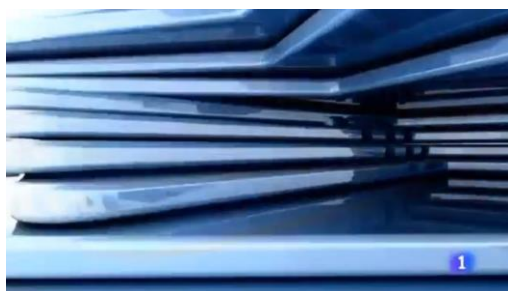
Se observa que Antena 3 Noticias está eliminando las ráfagas tradicionalmente utilizadas para hacer transiciones entre noticias o bloques del desarrollo y las está sustituyendo por una suave forma blanca casi transparente que aparece en pantalla moviéndose de abajo a arriba. No llega al segundo de duración. En cambio, el Telediario de Televisión Española sigue manteniendo unas notables ráfagas con formas de tres dimensiones que invaden toda la pantalla.



Rótulos, Telediario TVE 2020



Rótulos, Antena 3 Noticias 2020



Ráfaga, Telediario TVE 2020



Ráfaga, Antena 3 Noticias 2020

Sobre los movimientos de cámara en plató

Los planos de cámara en plató de los informativos actuales son bastante más dinámicos. Se combinan planos estáticos con otros en movimiento, tomados con grúa o con steady cam. Existe una mayor variedad de planos: grandes planos generales, planos generales, americanos, medios y medio cortos. A la hora de usar la *steady cam* cuando los presentadores se encuentran de pie frente al *videowall*, suele seguirse un patrón semejante. Se comienza por un plano general o americano que se va cerrando hasta llegar a un plano medio o medio corto del conductor.

Esta variedad de planos y sus diferentes combinaciones contrastan con la rigidez observada hasta hace diez años donde la regla era un plano medio corto del presentador

sentado en la mesa, un plano general del plató para conectar con el reportero o introducir al conductor de los deportes, y un plano general del plató para cerrar o pasar del sumario al desarrollo o marcar el cambio de bloque temático.



Presentador en la mesa. Telediario TVE 2020



Presentador en la mesa, Antena 3 Noticias 2020

Sobre la estructura

El Telediario de Televisión Española ha modificado su estructura de entrada, con la excepción de los informativos del fin de semana. Se ha eliminado la cabecera de apertura del informativo, abriendo directamente con la noticia del día. Antena 3 noticias no ha eliminado su cabecera, sino que la ha reubicado tras el fin de los sumarios previo al desarrollo. Es un síntoma de la aceleración del ritmo del formato, útil para captar la atención del espectador de una forma más rápida. Si bien es cierto que la cabecera de entrada podía entenderse como un recurso para que el espectador identificara el comienzo del programa, finalmente se está optando por eliminarla o por dejarla en un segundo plano en favor de una apertura con la noticia más destacada. Igualmente, en los casos en los que se mantiene la cabecera, su duración se ha reducido a la mitad: el Telediario de Televisión Española ha pasado de una cabecera de diez segundos a una de cuatro, mientras que Antena 3 a una de once a seis segundos.

Se comprueba que los sumarios del Telediario de la cadena pública se han desdibujado o difuminado entre la entrada y el desarrollo. Su comienzo y final ya no es tan claro, por lo que deja de ser una entidad tan marcada y fija como lo era en los informativos de hace diez años. En el caso de Antena 3 Noticias, se está optando por eliminar el arranque y comenzar directamente con los sumarios. Además, en los titulares la cadena privada suele incluir a ese reportero de plató o responsable de sección para avanzar un tema que analizará en profundidad en el desarrollo. Este recurso se utiliza como un gancho para retener al espectador.

En el cierre del formato apenas se aprecian cambios más allá de que en algunas ediciones el conductor se despide de pie. Se mantiene la fórmula de cerrar con una noticia o con una gran imagen de fondo en el *videowall* y un plano general del plató.

Sobre los contenidos

Ambos informativos siguen recurriendo a las noticias VTR o vídeos, a las colas, imágenes de recurso acompañadas de la narración del presentador, y a los directos como formatos principales para contar los sucesos. El uso de las noticias y de los rigurosos directos mantiene una proporción similar respecto a 2010. En cambio, se observa la existencia de informaciones que, si bien hace diez años se hubieran expresado haciendo uso de unas colas, hoy se cuentan desde el *videowall*. El número de colas disminuye en favor del análisis ante la gran pantalla, que se suma como un nuevo modo de contar la información junto a las colas, las noticias y los directos. Antena 3 noticias hace un uso algo mayor de este recurso frente al Telediario. Por otro lado, se detecta un crecimiento del falso directo, que en 2010 era excepcional pero ahora ha crecido hasta el 5-6% en los dos formatos. Su incremento quizás se debe a que, aunque no se trate de un riguroso directo, una crónica desde el lugar de los hechos siempre aporta rigurosidad y dinamismo a la información.

En ambos informativos la duración de las colas y de los directos se mantiene entre los diez y los sesenta segundos, y las noticias entre el minuto y el minuto y medio. Igualmente, los contenidos se siguen enlazando por temas, que a su vez se constituyen en grandes bloques: política, economía, internacional, cultura, etcétera. El orden de los bloques en la escaleta está al servicio de la actualidad, aunque la información cultural sigue reservándose para los últimos minutos del programa.

Como se ha reflejado en el marco teórico, Marín (2017) indica que el informativo de la tarde (pág. 37) “marca el pulso informativo de la jornada” y el de la noche aporta profundidad a los temas. Esta característica es observable en los contenidos de las ediciones de 2010 y se conserva hasta la actualidad. No obstante, se advierte que los informativos de la noche en 2020 también quieren mantener la relevancia y la novedad informativa del mediodía, algo acentuado por el hecho de que, en un panorama comunicativo más ágil gracias a internet y las redes sociales, es posible que existan

actualizaciones, novedades e incluso escenarios muy distintos a la información presentada en el informativo de la tarde. El informativo de la noche debe renovarse si quiere seguir siendo referente.

A modo de curiosidad, en 2010 Antena 3 Noticias presentaba a diario los resultados de encuestas formuladas en la web, así como un sumario a mitad del informativo para avanzar los siguientes contenidos. Estos dos recursos han desaparecido en el formato actual. Por otra parte, frente al Telediario de Televisión Española, Antena 3 Noticias tiende a incluir en sus informativos piezas de sucesos virales que se han popularizado en la red. Esto ya se aprecia como característico en los informativos de 2010 y se mantiene en la actualidad. Es en esa decisión de incluir o no sucesos virales donde más se aprecia la diferencia de contenidos entre el modelo público y el privado.

Sobre el lenguaje

Como los géneros consolidados que son, el lenguaje utilizado en las noticias, en los directos y en los reportajes sigue siendo idéntico. No obstante, se detectan ligeros cambios en el lenguaje y las expresiones de los presentadores. Al iniciar el Telediario de Televisión Española, en el caso de la edición de las nueve de la noche, Carlos Franganillo siempre comienza con una misma fórmula: “Son las 9 de la noche. Esto es el Telediario”. Es lo primero que oye el espectador antes de introducirse la noticia de apertura y, tras los sumarios, utiliza otra fórmula: “Es miércoles, 1 de febrero de 2020. Comenzamos”.

En el caso de la edición del fin de semana, en jornadas dentro de lo habitual, el lenguaje es más cercano, flexible y jovial, dentro de lo que permiten los temas. El propio carácter de los conductores es más cálido y el hecho de que sean dos presentadores e interactúen entre ellos aporta mayor frescura y cercanía. Muestra del cambio es la observación de una mayor apelación al espectador, más abundante que en las presentaciones de hace diez años. Todo esto viene acompañado de una entonación más enfática y exclamativa. Esto es especialmente apreciable hacia el término del Telediario, cuando se introducen los temas culturales y de entretenimiento.

Respecto a Antena 3 Noticias, se observa una tendencia por iniciar el informativo con una frase breve pero potente y llamativa que se contextualiza con las frases siguientes. Es lo primero que escuchamos del informativo.

Sobre la adaptación a internet y las redes sociales

Una vez emitido el programa, resulta interesante conocer qué utilidad se le da en Internet y en redes sociales ¿Tiene el informativo una segunda vida o simplemente se almacena en su correspondiente página web o plataforma?

El Telediario del ente público cuenta con un perfil propio en Twitter, aunque no en Facebook e Instagram. En Twitter opta por integrar fragmentos de vídeo del Telediario sobre el contenido más destacado de cada edición. También enlaza publicaciones a la página web de la corporación de la cadena, donde se publica texto junto con un fragmento de vídeo de distintas noticias o piezas del telediario. Por supuesto, en la página web de Radio Televisión Española se publican completas todas las ediciones diarias de los informativos. Igualmente, la web cuenta con un apartado de noticias en la que a diario se publican contenidos realizados expresamente para el medio digital.

Aunque en Facebook no cuenta con una página propia, sí la tiene la corporación, que también enlaza publicaciones de su página web en las que se utiliza contenido del Telediario.

Respecto a YouTube, cabe resaltar que el formato no hacía uso de la plataforma de manera oficial hasta el 23 de marzo de 2020, cuando puso en marcha el canal “RTVE Noticias”. En él se publican en formato de vídeo las distintas noticias y reportajes de cada jornada del Telediario.

Antena 3 Noticias cuenta con un perfil propio en Twitter, en Instagram y en Facebook. Tanto en Twitter como en Facebook diariamente se enlazan publicaciones de la página web con piezas que integran texto y fragmentos de vídeo del informativo. La integración de vídeos en Twitter no es tan frecuente como la del Telediario: a diario integra un vídeo extraído del informativo matinal donde se recopilan las portadas de los principales periódicos impresos. De manera casual integra varios vídeos sobre un tema destacado o crónicas en directo de los reporteros del informativo.

Antena 3 Noticias también cuenta con una página web en la que se publican contenidos realizados expresamente para el medio digital. Además, a través de la plataforma AtresPlayer se publican todas las ediciones del informativo, pero

transcurrido el mes se eliminan de la plataforma y solo permanece el contenido destacado o de programas especiales.

Su uso de Instagram tiene distintas funciones. Se publican fragmentos del sumario del informativo y una recopilación de las portadas de los periódicos de la jornada, así como crónicas de los reporteros y contenido viral. La frecuencia es de entre tres y cuatro publicaciones diarias, aunque no hay homogeneidad en el contenido publicado cada día. Así, un día pueden optar por publicar un vídeo de los sumarios del informativo, o de las portadas de los periódicos, pero no hacerlo al siguiente. Ocasionalmente, también se publican vídeos para promocionar el informativo o ediciones especiales. Por otro lado, a través de las historias de la red social se publican enlaces a contenido de la página web de la cadena.

En lo que se refiere a YouTube, Antena 3 Noticias cuenta con un canal propio en desuso desde abril de 2019. En él, desde enero de 2014 hasta julio de 2016, se publicaron diariamente las noticias y reportajes emitidos en el informativo.

Se extrae que, por un lado, el Telediario de Televisión Española ni siquiera está presente en todas las redes sociales más conocidas, pero tiene la intención de dar una segunda vida a su contenido a través de Twitter y, especialmente, YouTube. Por el otro lado, Antena 3 Noticias ha abandonado la estrategia de publicar su contenido en YouTube y solo ocasionalmente publica fragmentos en Twitter o Instagram, por lo que no se observa la intención de dar continuidad al programa en la red.

Sobre la comparativa de formato del Telediario de Televisión Española y Antena 3 noticias.

El Telediario de Televisión Española y Antena 3 Noticias se encuentran en momentos distintos. El primero todavía se halla en un proceso de transición hacia un informativo puntero capaz de utilizar todos los recursos novedosos de los que dispone. Como se ha señalado en el marco teórico, la corporación pública depende, en última instancia, de los resultados electorales, por lo que su estabilidad está sometida a un corto plazo de cuatro años. Este fenómeno, añadido a la dependencia de unos presupuestos públicos, complica el diseño de proyectos a largo plazo, como podría ser una reforma completa

del Telediario. Aun así, los cambios ya expuestos son evidentes y funcionan en favor de esa renovación del formato de acuerdo a las necesidades del público.

Antena 3 presenta un informativo moderno completamente distinto a sus ediciones de 2010. La mayor parte de las novedades implementadas tienen una ejecución impecable y el equipo es capaz de construir un programa que mantenga la atención del espectador de principio a fin. Sus puestas en escena son muy elaboradas, en algunos casos complejas, pero dan como resultado un aspecto vanguardista y una sensación de frescura que el Telediario de la cadena pública no tiene por el momento.

Por último, un aspecto apreciable en los dos formatos es la falta de una estrategia contundente y clara para dar continuidad al informativo en internet y en las redes sociales. El Telediario de Televisión Española sí que parte con la intención de que sus contenidos puedan tener un segundo uso en la red, pero aun así el seguimiento es bastante bajo para un formato que en televisión logra conectar a más de un millón de espectadores. El Telediario y Antena 3 Noticias son referentes informativos en televisión, pero no en la red.

3.3 LA VISIÓN DE LOS EXPERTOS

Una vez analizados los resultados, se han puesto a disposición de tres expertos con los que se han examinado los datos y se ha conversado acerca del futuro del formato y su valor diferencial. Son Susana Díaz Pérez, investigadora del grupo TECMERIN (Televisión-cine: memoria, representación e industria) de la Universidad Carlos III de Madrid; Daniel Aparicio González, director del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión en la Universidad Complutense de Madrid; y Luis Miguel Pedrero Esteban, investigador del grupo Media and Audiovisual Culture de la Universidad Pontificia de Salamanca.

Todos los entrevistados para el estudio mantienen que el reto al que se enfrentan los informativos en la sociedad actual es el de mantener el rigor y la veracidad, lo que les servirá para diferenciarse del contenido en la red. Pedrero indica que, frente a otros formatos de televisión, el informativo se va a seguir consumiendo de manera lineal. Aparicio González añade que la lucha por las audiencias es ahora un reto más que nunca, en una etapa en la que se comparte ya no solo con otras cadenas, sino con la audiencia

de Internet. “El objetivo es evitar que el informativo llegue a la situación en la que se encuentra la prensa escrita”, indica.

Aparicio González considera que todos los cambios en el modo de contar las cosas son importantes si el informativo quiere mantenerse como referente y líder de información. Por ello se observa esa tendencia hacia la agilización del formato y se pretenden dinamizar los tiempos y los contenidos. Lo que él denomina “mostrar músculo” es importante, y una parte de la credibilidad del formato recae sobre cómo se cuentan las cosas. Por el contrario, Pedrero avisa que se debe tener cuidado con las implementaciones tecnológicas y que el formato no debe dejarse llevar por la “fascinación tecnológica”. Aunque las concibe necesarias, observa esas innovaciones en una fina línea entre la información y el espectáculo que, para él, no debe rebasarse.

Aparicio observa que los géneros informativos se mantienen, pero existe una inclinación hacia el infoentretenimiento. La información y el entretenimiento se aúnan en una misma pieza que resulta más atractiva y llevadera para el espectador. Además, el experto indica que la fragmentación de los contenidos es cada vez mayor. Es decir, se recurre a un determinado número de piezas para contar un único suceso: varias colas, varios directos, un análisis ante el *videowall* del plató y una o dos noticias de en torno a un minuto de duración. De este modo, la diversidad de piezas -lo que implica además tiempos más reducidos- permite estimular mejor al espectador y mantenerlo atento a la pantalla sin que cambie de canal.

Díaz también aborda la inclinación hacia el infoentretenimiento, y si igualmente valora de manera positiva las nuevas narrativas, siente preocupación por que el “envoltorio” pueda imponerse en el futuro. Para la académica, la puesta en escena y la realización configura la narrativa del informativo. Además, al examinar los contenidos aprecia que, si bien en las cadenas públicas el servicio es riguroso, el modelo privado se encamina hacia un tono “melodramático” que aleja al espectador del fondo de la información.

En cuanto a la razón que motiva la renovación de los informativos, Pedrero considera que el informativo es un formato que desde sus inicios se ha ido adaptando a la sociedad, al contexto, y es algo que sigue haciendo. Por eso hoy se introducen esos

nuevos recursos estéticos y se tiende hacia la hibridación multiplataforma. De esta manera se pretende seducir más fácilmente al espectador, idea que también defiende Aparicio, para el que ahora resulta mucho más fácil mantener al espectador atento a la pantalla de televisión gracias a la incorporación de esos nuevos modos de contar los sucesos. Ambas afirmaciones se entroncan con esa idea de un espectador hiperestimulado por las nuevas tecnologías, lo que propicia el desarrollo de narrativas acordes al contexto. En adición, Díaz considera que el tratamiento de los temas y la manera en la que se presentan al espectador viene marcado por una cuestión de agenda.

Todos los entrevistados ven futuro en televisión al formato objeto de estudio y no consideran que se encuentre en un estado de crisis. Aparicio alega que frente a la “cultura del titular” de la red siempre estará presente el informativo para obtener profundidad. “A los espectadores nos gusta ver cómo tu medio de referencia tiene los medios y tiene los profesionales para hacerlo bien”, aporta. Además, el experto visiona un futuro de contenidos todavía más fragmentados; una fragmentación que se produce para no aburrir al espectador y mantenerlo entretenido, pero que -opina- no puede ser tan beneficiosa para el periodista encargado de cubrir la información. “¿Cómo se puede mantener el rigor y la profundidad informativa si el tiempo para contar los sucesos es mucho menor?”, se pregunta. A esto, Díaz añade que el futuro del formato, independientemente de que sea un valor positivo o negativo, está en el “melodrama” y en el “sentimentalismo humanista”, pues son dos recursos que consiguen captar rápidamente al espectador. No obstante, considera que el futuro ideal está en un formato que busque profundidad y se aleje de los “temas superficiales procedentes de la agenda” que hoy en día invaden el modelo privado.

Por su parte, Pedrero visiona un formato de piezas más cortas que debe mantener su veracidad y autenticidad fundamentalmente a través de la figura del periodista. Los conductores y los reporteros aportan perspectiva a la información y dan ese plus al formato frente a otro tipo de contenidos presentes en internet y en las redes sociales. En definitiva, las caras visibles del formato tienen un papel muy importante al hablar del futuro del informativo de televisión. Pedrero pone como ejemplos a Ana Blanco, Vicente Vallés, Pedro Piqueras, Carlos del Amor o Mavi Doñate. Ese es el valor añadido del

informativo y lo que debe seguir potenciando en el futuro para diferenciarse: la mirada del periodista.

4. CONCLUSIONES

El informativo de televisión es uno de los buques insignia de cualquier cadena de televisión. Sobre este se sostiene una parte de la credibilidad y de la reputación de la marca. En el caso de los informativos generalistas españoles, en los últimos diez años han sufrido un descenso del número de espectadores, al mismo tiempo que desde las academias y los observatorios de audiencias se ha señalado una actualización acorde a los tiempos actuales. En efecto, se confirma que el formato está experimentando una renovación, acentuada en los últimos años, y los casos estudiados, Antena 3 Noticias y el Telediario de la 1 de Televisión Española, forman parte de esa transformación. Como se ha comprobado, el formato no era igual en sus inicios ni a comienzos de la década de 2010, y como se ha analizado, una edición de 2010 es completamente distinta a una de 2020.

Dinamismo es la palabra que recoge el carácter de todas esas renovaciones. El motivo de los cambios tiene su origen en los nuevos modos de consumo que ha traído internet y que han llevado a una sociedad mucho más hiperestimulada por los dispositivos electrónicos. Esto, propiciado por los avances tecnológicos, ha permitido que el formato comience a introducir la realidad virtual y aumentada, grandes pantallas, impresionantes infografías y puestas en escena mucho más dinámicas. Todo con el objetivo de crear una experiencia inmersiva en el espectador para que permanezca atento a lo que aparece en pantalla. La misión es ganar a la competencia y no perder espectadores, así como atraer a un público más joven. En consecuencia, los informativos experimentan e introducen nuevas fórmulas que sean efectivas a la hora de seducir al espectador.

El formato mantiene su formalidad, aunque ha ganado en cercanía y naturalidad, un tono principalmente canalizado a través de los presentadores. Además, los contenidos tienden a la fragmentación y a la reducción de los tiempos. De este modo es posible realizar piezas más pequeñas que puedan tener una segunda vida en Internet y en redes sociales, un espacio en el que se ha observado que el formato todavía tiene trabajo pendiente. Los temas se fragmentan en distintas y variadas piezas con el fin de mantener la atención del espectador e, igualmente, propiciar su difusión en la red. Uno de los retos que se presenta es cómo compatibilizar la fragmentación y la reducción de

los tiempos con la profundidad y el rigor periodístico que siempre ha caracterizado a un informativo.

En definitiva, un informativo mucho más visual en el que los presentadores están adquiriendo un papel cada vez mayor. Se busca potenciar su figura hasta el término de convertirse en un factor clave en la demostración del rigor y de la honestidad informativa. El conductor, los reporteros y el resto de caras visibles del programa son un engranaje fundamental a la hora de preguntarse sobre el futuro del formato. Su credibilidad, sus personalidades, sus modos de contar la información es lo que aporta el punto diferencial frente a cualquier otro contenido informativo que podemos conseguir en la red. El informativo de televisión es un reflejo de la realidad en la que vivimos, y por ello, el formato debe seguir reinventándose si quiere continuar siendo un reflejo de esa realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Romero, G. (11 de noviembre de 2019). Del busto parlante al presentador todoterreno: Así han cambiado los informativos españoles en TV. *Vertele*. Recuperado el 8 de febrero de 2020, de http://vertele.eldiario.es/noticias/busto-parlante-cambios-informativos-espanoles_0_2176582356.html
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2010). *Marco General de los Medios en España (2009)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2010/11/marco10.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2011). *Marco General de los Medios en España (2010)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2011/01/marco11.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2012). *Marco General de los Medios en España (2011)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2012/01/marco12.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2013). *Marco General de los Medios en España (2012)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2013/02/marco13.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2014). *Marco General de los Medios en España (2013)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2014/02/marco14.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2015). *Marco General de los Medios en España (2014)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2015/01/marco15.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2016). *Marco General de los Medios en España (2015)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2016/01/marco16.pdf>

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2017). *Marco General de los Medios en España (2016)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/01/marco17.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2018). *Marco General de los Medios en España (2017)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/02/marco18.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2019). *Marco General de los Medios en España (2018)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2019/01/marco19.pdf>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2020). *Marco General de los Medios en España (2019)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2020/01/marco2020.pdf>
- Baget, J. M. (1993). *Historia de la televisión en España: 1956-1975*. Barcelona: Feedback.
- Barlovento Comunicación. (2009). *Análisis televisivo 2008*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/2008-ANÁLISIS-TELEVISIVO.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2010). *Análisis televisivo 2009*. Barlovento Comunicación. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2019/04/ANALISIS-TELEVISIVO-2009-2enero09.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2011). *Análisis televisivo 2010*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2010-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2012). *Análisis televisivo 2011*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/2011-ANÁLISIS-TELEVISIVO.pdf>

- Barlovento Comunicación. (2013). *Análisis televisivo 2012*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/2012-ANÁLISIS-TELEVISIVO.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2014). *Análisis televisivo 2013*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2013-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2015). *Análisis televisivo 2014*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2016). *Análisis televisivo 2015*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2015-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2017). *Análisis televisivo 2016*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2017/01/analisis-televisivo-2016-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2018). *Análisis televisivo 2017*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/01/analisis-televisivo-2017-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2019). *Análisis televisivo 2018*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2018-BarloventoComunicacion.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2020). *Análisis televisivo 2019*. Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2019/12/analisis-televisivo-2019-BarloventoComunicacion-1.pdf>
- Bermejo, J. (2013). Los agujeros negros de la comunicación. *Comunicar*, XXI(41), 157-165. Recuperado de

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=41&articulo=41-2013-15>

Bluper. (3 de enero de 2020). La necesidad de que RTVE encuentre por fin su camino en 2020. *Bluper*. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/necesidad-rtve-encuentre-modelo-negocio-2020>

Cebrián, M. (1998). *Información televisiva. mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis.

Cebrián, M. (2004). *La información en televisión*. Barcelona: Gedisa.

CTRL Interactive. (20 de junio de 2019). Nuevas narrativas en periodismo digital. *Interactive*. Recuperado el 8 de febrero de 2020, de Interactive: <https://interactivadigital.com/medios-marketing-digital/nuevas-narrativas-en-periodismo-digital/>

de Amo Sánchez-Fortún, J. M., & García-Roca, A. (2019). *La recepción de la Narrativa Transmedia*. En D. Escandell, & J. Rovira Collado, *Current Perspectives on Literary Reading* (págs. 2-17). Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.

El País. (23 de diciembre de 2019). Salir del limbo. *El País*. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de https://elpais.com/elpais/2019/12/22/opinion/1577027686_990990.html

García Avilés, J. A. (2007). Influencia de la digitalización en los canales todo noticias de las televisiones públicas. En E. Moreno, E. Giménez-Toledo, C. Etayo Pérez, R. Gutiérrez Delgado, C. Sánchez Blanco, & E. Guerrero Pérez, *Los desafíos de la televisión pública en Europa* (págs. 327-340). Pamplona: EUNSA.

García-Santamaría, J. V. (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave*, 16(2), 366-397. Recuperado de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2553/3188>

Hervás, C. (2002). *El diseño gráfico en televisión*. Madrid: Cátedra.

- Klingber, T. (2009). *The Overflowing Brain: Information Over-load and the Limits of Working Memory*. Nueva York: Oxford University Press.
- La Vanguardia. (18 de enero de 2019). Paolo Vasile justifica el cierre de 'Noticias Cuatro'. *La Vanguardia*. Recuperado el 28 de abril de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/television/20190118/454195492204/paolo-vasile-justifica-cierre-informativos-noticias-cuatro-comunicado-mediaset.html>
- Lab RTVE. (2014). Telediario, historia de una imagen. Recuperado el 20 de marzo de 2020, de RTVE: <http://lab.rtve.es/telediario-historia-de-una-imagen/telediarios/>
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Macmillan.
- Marín, C. (2017). *El informativo de Televisión: Producción, guion y edición audiovisuales*. Barcelona: Gedisa.
- Mateos, J. (2014). *La aportación de la televisión a la construcción del imaginario español. Comunicación y Medios*(29), 64-75. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5242659>
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Millerson, G. (1987). *Escenografía básica*. Madrid: Instituto oficial de Radio y Televisión.
- Millerson, G. (2008). *Realización y producción en televisión*. Madrid: Instituto RTVE.
- Moreno Sánchez, N., & Martínez Enciso, D. M. (2015). *Nuevas sensibilidades de consumo globalizado a partir de la publicidad digital en YouTube*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Noticias Cuatro. (15 de febrero de 2019). Javier Ruiz despide a Noticias Cuatro. *Cuatro*. Recuperado el 28 de abril de 2020, de https://www.cuatro.com/noticias-cuatro/en-directo/noticias-cuatro-20h/javier-ruiz_2_2707980186.html
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>
- RTVE. (21 de septiembre de 2017). El Congreso da luz verde a la nueva Ley de RTVE con el acuerdo de PSOE, Podemos y Ciudadanos. *RTVE*. Recuperado el 26 de abril de

2020, de <https://www.rtve.es/noticias/20170921/congreso-da-luz-verde-nueva-ley-rtve-acuerdo-psoe-podemos-ciudadanos/1621280.shtml>

Sambrook, R. J., & Nielsen, R. (2016). *What is happening to television news?* Recuperado de <http://orca.cf.ac.uk/94612/>

Saperas, E., & Gifreu, J. (1995). El formato de la información en las televisiones europeas. Elementos comunes y peculiaridades significativas. *Telos*(42). Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero042/elementos-comunes-y-peculiaridades-significativas/?output=pdf>

Terán, B. (4 de octubre de 2017). Lo que TVE debe aprender de La Sexta (y lo que no). *La Información*. Recuperado el 17 de junio de 2020, de <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/lo-que-tve-debe-aprender-de-la-sexta-y-lo-que-no/6274021/>

Valero Sancho, J. L. (2009). Clasificación del grafismo de contenidos en los informativos de televisión. *Trípodos*(25), 179-196. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5851766>

Vicente-Mariño, M., & Monclús, B. (2009). Noticiarios televisivos en España: mayor oferta, menor diversidad. En M. L. Martins, *Comunicação e Sociedade* (Vol. 15, págs. 77-101). Braga: Universidade do Minho. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/312255232_Noticiarios_televisivos_en_Espana_mayor_oferta_menor_diversidad

Informativos analizados en el estudio de caso

Antena 3 Noticias 1 de febrero de 2020, edición 15 horas. Recuperado de <https://www.atresplayer.com/antena3/noticias/noticias-1/febrero-2020/14-02-20-el-juez-investigara-nuevas-pistas-en-el-caso-marta-del-castillo-que-relacionarian-la-muerte-con-una-presunta-estafa-de-carcano-y-su-hermano5e46ab057ed1a8f9d03b1d12/>

Antena 3 Noticias. 2 de febrero de 2020, edición 21 horas. Recuperado de <https://www.atresplayer.com/antena3/noticias/noticias-2/febrero-2020/07->

[02-20-hacienda-permite-mas-deficit-a-las-comunidades-pero-no-les-devuelve-los-2500-millones-que-le-reclaman5e3dcb8a7ed1a8761a67282b/](https://www.antenatv.com/noticias/cultura/noticias203062010_20100603574743ac4beb287180b9eab2.html)

Antena 3 Noticias. 3 de junio de 2010, edición 21 horas. Recuperado de https://www.antenatv.com/noticias/cultura/noticias203062010_20100603574743ac4beb287180b9eab2.html

Antena 3 Noticias. 31 de mayo de 2010, edición 15 horas. Recuperado de https://www.antenatv.com/noticias/cultura/noticias131052010_20100601574743684beb287180b9e9d4.html

Antena 3 Noticias. 9 de abril de 2010, edición del fin de semana. Recuperado de https://www.antenatv.com/noticias/cultura/Noticias091042010_20100527573743536584a8k862698577.html

Antena 3 Noticias. 9 de febrero de 2020, edición del fin de semana. Recuperado de <https://www.atresplayer.com/antena3/noticias/noticias-fin-de-semana/febrero-2020/09-02-20-sanidad-confirma-un-caso-de-coronavirus-en-mallorca-se-trata-del-padre-de-la-familia-en-aislamiento5e4017ec7ed1a87615d1058c/>

Telediario de TVE. 10 de abril de 2010, edición del fin de semana. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-fin-semana-10-04-10/741641/>

Telediario de TVE. 11 de febrero de 2020, edición 15 horas. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-15-horas-11-02-20/5509303/>

Telediario de TVE. 12 de febrero de 2020, edición 21 horas. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-21-horas-12-02-20/5509303/>

Telediario de TVE. 17 de marzo de 2010, edición 21 horas. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-2-17-03-10/722848/>

Telediario de TVE. 28 de mayo de 2010, edición 15 horas. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-1-28-05-10/785109/>

Telediario de TVE. 9 de febrero de 2020, edición del fin de semana. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/telediario-21-horas-09-02-20/5506945/>