

Los datos, informaciones, interpretaciones y calificaciones que aparecen en esta información corresponden exclusivamente al momento en que se realizaron y tienen, por tanto, una vigencia limitada.

Tema de portada

Analizados los informativos de 13 cadenas de TV durante un mes

Telediarios: mucho deporte y muy alejados del ciudadano

Los telediarios de las TV españolas, nacionales y autonómicas, muestran muy escaso apego hacia la vida cotidiana del ciudadano



Deporte, política y macroeconomía, sumados, ocupan casi la mitad del tiempo de estos informativos, mientras que se concede escasa atención al consumo (8% del tiempo) y a la cultura (7%) y sólo testimonial a sanidad y salud (3%), medio ambiente (2%) y ciencia (1%).

De otro lado, el interior de los telediarios es hoy un soporte publicitario, ya que la mayoría de las cadenas de TV españolas interrumpe sus noticiarios para dar paso a anuncios o para ceder espacio a patrocinadores. A efectos de comparación, se ha tomado al "Tiempo" como parte del informativo, aunque en algunos telediarios sea un programa específico.

Estas son algunas de las conclusiones de un informe, inédito en España, y realizado por la revista **CONSUMER**, que ha analizado los contenidos de 543 telediarios emitidos en nuestro país a primera hora de la tarde y de la noche (los de más audiencia) en 13 canales de TV, nacionales y autonómicos, durante todos los días de cuatro semanas alternas, entre el 10 de noviembre del año pasado y el 18 de enero del actual 1998. Los telediarios estudiados emitieron 9.321 noticias que supusieron una duración total de 367 horas, que fueron grabadas y analizadas por los técnicos de esta publicación especializada en información al consumidor. La noticia estrella del momento era la visita del Papa a Cuba.

Casi diez millones de españoles, uno de cada cuatro mayores de 14 años, sólo reciben información a través de la televisión. La prensa, la radio, Internet, ... no parecen existir para ellos. Este dato demuestra la influencia social que los telediarios ejercen, tanto en el conocimiento de la realidad por la población como en las opiniones que elaboran y las conversaciones que mantienen los ciudadanos.

Públicas y privadas:

apenas hay diferencia. Entre las 16 áreas de contenido que se han definido, el deporte es el área más mimada por las cadenas de TV en los telediarios, que le conceden un 20% de su tiempo. Otra tendencia es la consolidación en los informativos de los sucesos y desgracias. Así como antes estos temas, por "amarillos", eran despreciados por los telediarios, hoy suponen un 7% de su tiempo de emisión. Ocupan más tiempo que el terrorismo, la salud o el medio ambiente.

Dos constataciones más sobresalen del estudio: una, que la titularidad –pública o privada– apenas influye (exceptuando en que los sucesos son más frecuentes en las privadas), en la atención que se presta a cada contenido. Y dos, que los telediarios son bien distintos en las diversas cadenas. Los que menos tratan noticias prácticas

(sumando asuntos sociales, medio ambiente, cultura, consumo, meteorología, salud y seguridad) son los de Tele 5, con sólo el 32% del tiempo dedicado a estas cuestiones, mientras que la más sensibilizada con la vida cotidiana es TVE2, en cuyos telediarios estas informaciones útiles representan el 63% del tiempo.

El deporte, tema rey de los telediarios.

La invasión de los informativos por el deporte es reciente, y viene aparejada de la "futbolmanía" de los últimos años, puesto que todavía hace poco era asunto marginal en los telediarios. La política que sigue a corta distancia al deporte, es el segundo contenido más común (un 15,5% del tiempo). Las noticias económico-financieras son muy frecuentes, con un 10% de cuota de tiempo medio en las 13 cadenas.

Los temas sociales (infancia, tercera edad, marginación, mujeres, religión), ocupan un 9% del tiempo. Las noticias meteorológicas (incluidas dentro del informativo, aunque en alguna cadena sea un espacio diferenciado), suponen un 8,8% del tiempo en antena. Asuntos de relevancia como el medio ambiente y la ciencia son marginados: merecen un 2% y 1% del tiempo, respectivamente.

La cadena más atípica es TVE 2: las noticias meteorológicas, sociales y culturales ocupan casi la mitad de sus informativos.

Publicidad, también en los telediarios.

Los anuncios han invadido el anteriormente casi único espacio libre de publicidad: los telediarios. Tele 5 es la que más publicidad inserta en los suyos, (el 12,5% corresponde a anuncios). Se han contabilizado 752 spots en 55 informativos, una media de 13 anuncios en cada uno. Pero también las públicas utilizan los informativos como soporte publicitario. TV 3, TVE 1, TVE 2, Antena 3, ETB 2 y Canal 9 incluyen entre el 8% y el 5% de publicidad. ETB 2, tras Canal 4, tiene el mayor número de cortes publicitarios. Canal Plus, TVE 1 Rioja, TVE 1 Murcia y TVE 1 Cantabria son las únicas sin anuncios que corten los informativos, entendiéndose siempre que la información meteorológica que sigue al telediario forma parte de él, aunque se presente como programa distinto.

Cultura, consumo y salud: no interesan.

Las noticias culturales y las que afectan al consumo y la salud son muy minoritarias en los noticiarios, lo que refleja la escasa conexión de las cadenas de TV con las cuestiones más cercanas a los usuarios. Las noticias cuyo eje es el ciudadano como consumidor sólo están presentes entre los tres contenidos más comunes, en Canal 9 (con el 13,6%). En Tele 5, Antena 3 y Canal Plus son ínfimas. Y también TVE 2 y ETB 2 se unen a esta escasa atención. Peor parada queda la sanidad, que en la mayoría de las emisoras sólo merece entre el 2% y el 4% del tiempo.

Especialmente desasistidos se encuentran el medio ambiente (testimonial en todas, salvo en TVE 2, con un 5,5% y en TVE 1 Murcia con un 4,8%), y la ciencia, sobre la que los noticiarios de TVE 1 en La Rioja, Castilla y León y Cantabria, no ofrecieron una sola noticia durante el tiempo estudiado.

Hasta cinco al día.

Salvo TVE 1 Castilla y León, La Rioja, Cantabria, Murcia, Canal 9 y TVE 2, en el resto de televisiones, se pueden ver entre 3 y 5 noticiarios diarios, TVE 1 y TV 3 ofrecen cinco, mientras que Tele 5 y Antena 3 se quedan en cuatro. ETB 2, Canal 4 y Canal Plus ofrecen tres telediarios al día. El número medio de noticias tratadas en cada emisión - considerando las deportivas como noticia única- oscila entre las 24 noticias de la cadena vasca o las 23 de Canal 9, y las 10 de la Primera en La Rioja y Cantabria. Ya en los estilos, TVE 1 y TVE 1 Murcia son las que más resúmenes finales -que agradecen

quienes se han incorporado tarde al programa- ofrecen, lo hacen en el 91% y 90% de los telediarios, respectivamente; Tele 5 no utiliza este recurso en el 70% de sus noticiarios. Canal 4, TVE 1 La Rioja, TVE 2 y Canal Plus no incluyen estos sumarios finales en ningún informativo. Los de entrada (avance de los contenidos, al inicio) sí están generalizados, y las diferencias estriban en el número de asuntos adelantados: desde 7 "flashes" de media en ETB 2, hasta sólo dos en Canal Plus.

15 noticias sobre los telediarios: el ranking.

1. La cadena con más deporte en los telediarios... Canal 4, de Pamplona (42% del tiempo)
2. La de menos deporte... Canal Plus (0,2%)
3. La que más tiempo dedica a información internacional... TVE1 (38%)
4. La de más política... Canal Plus (26% del tiempo)
5. La de menos política... Canal 9 (8%)
6. Las que más tiempo dedican a los sucesos... Tele 5 (15%). Canal Plus y Antena 3, el 13,5%.
7. La que más atiende al medio ambiente... TVE2 (5,5%)
8. La que más cubre las noticias culturales... TVE2 (14%)
9. Las que más abordan noticias sobre consumo... Canal 9, con el 14% del tiempo.
10. La más alejada del ciudadano (la que menos trata temas sociales, medio ambiente, cultura, consumo, meteorología, salud y seguridad) ... Tele 5 (32% del tiempo)
11. La más sensibilizada hacia lo cotidiano... TVE2 (63% del tiempo)
12. Las más oficiales (según el origen de sus noticias) ... TVE1 Rioja (59%, de origen institucional), y Antena 3 (el 55%)
13. La que más publicidad inserta en sus telediarios... Tele 5 (el 12,5% de su tiempo)
14. Las de menos publicidad... Canal Plus, TVE1 Rioja, TVE1 Murcia y TVE1 Cantabria, sin anuncios
15. Las que más veces cortan los telediarios para publicidad... Canal 4 (1,8 veces de media por cada emisión) y ETB2 (1,2 veces).

TELEDIARIOS ¿DE QUÉ HABLAN? (1)	
Tema de las noticias	% del tiempo que ocupan
Deportivas	20,67%
Politica	15,64%
Económico-Financ.	10,02%
Sociales	9,15%
Meteorológicas	8,82%
Consumo y vida Cot.	7,66%
Cultura	7,15%
Sucesos	6,79%
Terrorismo	4,40%
Sanidad y salud	3,20%
Medio ambiente	2,00%
Seguridad	1,95%
Ciencia	1,11%
Noticias Sociedad	0,68%

Medios Comunicac.	0,52%
Loterías	0,24%

(1) Media del tiempo que durante las 4 semanas de estudio dedicaron las 13 cadenas de televisión a cada tema en sus telediarios del mediodía y tarde-noche

Los telediarios, cadena por cadena

TVE 1	Mucho deporte (el 20% de su tiempo), su tema primordial seguido de la política. Muy oficial: más de la mitad de sus noticias, de instituciones. La tercera con más publicidad (6,5%), tras Tele 5. Junto TV3, de más informativos al día, cinco.
TVE 2	Única en que la meteorología es predominante (17% del tiempo). El deporte, testimonial (3%). La cadena en que cultura, temas sociales, sanidad y medio ambiente tienen más cobertura. Ignora las loterías. Un 6%, publicidad. Dos telediarios al día.
Tele 5	Deportes (17%) y política (16%), favoritos. Los sucesos, gran espacio (15%). Junto a Canal Plus, la menos "oficial". Con diferencia, el mayor número de minutos de publicidad (13%). Cuatro informativos diarios.
Antena 3	Deportes (20%) y política (18%), sus preferencias. La que menos se dedica a la cultura (3%), aún menos que Tele 5. Muy oficial; más de la mitad de sus noticias, de las instituciones. Mucha publicidad (6,5% del tiempo). Cuatro al día.
Canal Plus	La única, junto a ETB 2 y TV3, que prima la política (26%), la que más toca la ciencia (aunque sólo sea el 2%). La menos sensible al consumo (2%) y al deporte (0,2%). La más basada en la calle (48%). Sin publicidad. 3 informativos diarios.
TV3	La mayor parte del tiempo (casi el 20%), para la política. Bastante información sobre consumo (11%). Muy pocas noticias sobre salud (2%) y medio ambiente (1,8%). La segunda con más publicidad (8%). Cinco informativos diarios.
ETB 2	La segunda que dedica más tiempo al deporte: el 33%. El que destina a consumo y vida cotidiana (13,5%), por encima del resto de cadenas, pero pocas noticias de salud (3%). 5% de publicidad en sus dos informativos diarios.
Canal 9	La segunda que dedica más tiempo al deporte: el 33%. El que destina a consumo y vida cotidiana (13,5%), por encima del resto de cadenas, pero pocas noticias de salud (3%). 5% de publicidad en sus dos informativos diarios.
TVE1 Cantabria	Deportes (22%), economía (20%) y política (19%) protagonistas estelares. Apenas atiende a sucesos y la ciencia no existe. El 45% de noticias, origen institucional. Sin publicidad en su único informativo.
	Uno de cada cuatro minutos, dedicado a

Noticias de Sociedad	0,0%	0,2%	1,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Medios de Comunicación	1,1%	0,6%	0,4%	0,3%	1,9%	0,1%	0,6%
Loterías	0,5%	0,1%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%

TELEDIARIOS ¿DE QUÉ HABLAN? (Cadena por cadena)							
	Canal 4	Canal Plus	TVE 2	Canal 9	TVE 1. Murcia	TV 3	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%
Deporte	41,7%	0,2%	2,6%	33,0%	11,6%	15,5%	20,7%
Política	11,4%	26,2%	8,3%	8,2%	18,8%	19,6%	15,6%
Económico -Financiero	8,0%	11,7%	12,4%	6,2%	24,7%	10,0%	10,0%
Social	4,9%	9,1%	15,1%	7,8%	4,8%	10,2%	9,2%
Meteorología	9,5%	4,9%	17,4%	8,4%	3,0%	12,1%	8,8%
Consumo y vida Cotidiana	8,5%	1,7%	1,8%	13,6%	8,2%	11,1%	7,7%
Cultura	8,5%	11,5%	14,6%	6,7%	11,1%	8,8%	7,2%
Sucesos	1,4%	13,5%	8,1%	4,4%	1,7%	2,9%	6,8%
Terrorismo	1,5%	8,8%	3,0%	0,8%	0,0%	0,9%	4,4%
Sanidad y salud	1,2%	4,3%	6,4%	2,9%	6,2%	2,1%	3,2%
Medio ambiente	1,1%	1,7%	5,5%	3,3%	4,8%	1,8%	2,0%
Seguridad	0,5%	1,7%	2,3%	1,8%	3,3%	2,7%	2,0%
Ciencia	0,3%	2,4%	2,3%	0,6%	1,3%	1,1%	1,1%
Noticias de Sociedad	0,5%	1,8%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%	0,7%
Medios de Comunicación	1,0%	0,2%	0,2%	0,4%	0,5%	0,1%	0,5%
Loterías	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,4%	0,2%

TELEDIARIOS ¿CÓMO SON?	
Contenido Mayoritario	Origen predominante de las noticias
(1)	(2)

	1º	2º	3º	
TELE 5	Deportes 17,2%	Política 15,7%	Sucesos 15,3%	Acontecimientos de Calle 43,1%
TV 3	Política 19,6%	Deportes 15,5%	Meteorología 12,1%	Instituciones Públicas 43,0%
TVE 1	Deportes 20,1%	Política 18,4%	Meteorología 12,4%	Instituciones Públicas 51,3%
ANTENA 3	Deportes 19,9%	Política 18,1%	Sucesos 13,4%	Instituciones Públicas 54,7%
TVE 2	Meteorología 17,4%	Sociales 15,1%	Cultura 14,6%	Instituciones Públicas 36,4%
Canal 9	Deportes 33,1%	Consumo-Vida cotidiana 13,6%	Meteorología 8,4%	Instituciones Públicas 35,2%
ETB-2	Política 16,6%	Deportes 13,0%	Sociales 11,8%	Instituciones Públicas 47,0%
Canal 4	Deportes 41,7%	Política 11,4%	Meteorología 9,5%	Instituciones Públicas 40,2%
TVE 1 C. Leon	Economía-finanzas 26,2%	Deportes 23,3%	Política 13,2%	Instituciones Públicas 44,9%
TVE 1 Rioja	Economía-finanzas 17,1%	Política 16,2%	Cultura 13,9%	Instituciones Públicas 58,9%
TVE 1 Cantabria	Deportes 22,5%	Economía-Finanzas 19,6%	Política 18,9%	Instituciones Públicas 44,9%
TVE 1 Murcia	Economía-finanzas 24,7%	Política 18,8%	Deportes 11,6%	Instituciones Públicas 52,5%
Canal Plus	Política 26,2%	Sucesos 13,5%	Economía-Finanzas 11,7%	Acontecimientos de Calle 47,8%

	Nº Total de Informat. al día (3)	Duración Media de los Informativ. (4)	Nº de noticias por informat. (5)	% minutos de publicidad sobre minutos totales

				(6)
TELE 5	4	43 minutos	16 n	12,6%
TV 3	5	44 minutos	18	7,9%
TVE 1	5	47 minutos	20	6,6%
ANTENA 3	4	33 minutos	16	6,6%
TVE 2	2	33 minutos	18	6,1%
Canal 9	2	62 minutos	23	5,2%
ETB-2	3	55 minutos	24	5,2%
Canal 4	3	56 minutos	14	2,9%
TVE 1 C. Leon	1	21 minutos	12	0,3%
TVE 1 Rioja	1	21 minutos	10	0,0%
TVE 1 Cantabria	1	21 minutos	10	0,0%
TVE 1 Murcia	1	21 minutos	13	0,0%
Canal Plus	3	17 minutos	13	0,0%

(1) Temas a los que cada cadena concede el mayor tiempo en sus informativos

(2) Se han establecido seis tipos de orígenes: acontecimientos de la calle, instituciones públicas, asociaciones, personajes de sociedad, partidos políticos y empresas

(3) Nº de Informativos al día, sin incluir los fines de semana. Tampoco se incluyen los avances de los informativos. En TVE 2 se incluye como informativo la desconexión territorial de las 20 horas

(4) Duración media de un informativo tomando como referencia el total de los informativos analizados (mediodía y noche)

(5) Número de noticias que se emiten de media en un informativo. El bloque deportivo se considera como una sólo noticia

(6) % que representa el tiempo dedicado a la publicidad en relación a la duración media de los informativos de cada cadena

[subir](#)

[volver](#)

revista.consumer.es es un web de **Consumer.es**

© Fundación Grupo Eroski

Prohibida la utilización de cualquier contenido de esta revista con fines comerciales o publicitarios

[Aviso legal](#)