

# Las noticias sobre sucesos triplican su espacio en los telediarios

Casi el 90% de la población española mayor de 14 años ve la tele habitualmente, frente al 41% que lee diarios y al 55% que escucha la radio, según el Estudio General de Medios, EGM, de 2005. Otro dato elocuente: el 70% de los telespectadores ve habitualmente los "telediarios", y la mitad de ellos no sigue fielmente los de una cadena ya que acostumbra ver un día el de una cadena y otro el de otra distinta. Por tanto, puede concluirse que una amplia mayoría de la población española se informa de lo que acontece en España y el mundo mediante los noticieros de TV. Ello, a su vez, significa que buena parte del grado de información, y quizá incluso de la opinión, de muchos españoles está muy vinculada al contenido de los telediarios. Parece pertinente que una revista de consumo que investiga la sociedad en que vivimos se pregunte cómo son los espacios informativos de las principales cadenas de TV.

CONSUMER EROSKI ha analizado los telediarios de más audiencia de las cinco cadenas nacionales (TVE 1, TVE 2, Tele 5, Cuatro y Antena 3) y de las autonómicas catalana (TV3), madrileña (Tele Madrid), gallega (TVG), vasca (ETB2), balear (IB3), gallega (TVG), manchega (CMT) y valenciana (Canal 9), en un trabajo que recopiló y estudió el contenido de 684 telediarios y 16.752 noticias, en un total de 587 horas de emisión. Se comprobó fundamentalmente de qué temas hablaban las noticias, y no otras variables, como podrían ser el enfoque y el modo con que se trataban o el tipo de producción de la emisión.

DEPORTE Y POLÍTICA ACAPARAN CERCA DE LA MITAD DEL TIEMPO DE LOS INFORMATIVOS. EN CAMBIO, EL DESTINADO A CULTURA, MEDIO AMBIENTE, CIENCIA, SALUD Y CONSUMO ES CADA VEZ MÁS ESCASO

## Telediarios: ¿más "espectaculares" que informativos?

Las conclusiones, aunque no sorprendan a nadie, invitan a una importante reflexión: ¿convendría que los telediarios se liberaran de los dictados comerciales a que se someten indisimuladamente el resto de programas emitidos en hora de máxima audiencia?; o, dicho de otro modo, ¿es comprensible que los responsables de estos espacios informativos vivan, como lo hacen hoy, tan pendientes de la guerra de audiencias como las series de ficción, los reality-show o cualesquiera otros programas de evasión? Las preguntas son necesarias y procedentes, porque la realidad es la que es: los telediarios de las cadenas de TV españolas renuncian a tratar contenidos tan relacionados con la vida de los ciudadanos como el medio ambiente, la salud, la ciencia, el consumo, e incluso la cultura (el tiempo dedicado a todos estos temas apenas representa hoy el 15% del que duran los telediarios), en favor de informaciones más espectaculares y atractivas como los sucesos y accidentes o los deportes, que sumados acaparan casi el 40% de los informativos. Además, las cosas van a peor: en un informe similar realizado por CONSUMER EROSKI en 2002, la suma del tiempo dedicado a cultura, consumo, medio ambiente, salud y ciencia representaba el 20%, y los sucesos absorbían algo menos del 7% del tiempo cuando hoy ocupan casi el 18%.

Así, hoy (la grabación de los telediarios se hizo en enero y febrero de 2006), y siempre hablando de datos referidos a la media de las 13 cadenas de TV analizadas, cinco nacionales y ocho autonómicas, los bloques destinados a noticias deportivas, política y sucesos acaparan casi el 60% del tiempo de los informativos, mientras que las índole económica y las relacionadas con la meteorología consiguen, cada uno de ellos, alrededor del 9%. Tal y como se ha adelantado, se sigue concediendo poca importancia a la cultura (un 9% del tiempo de los telediarios, cuando en 2002 su presencia era del 11%), si bien mucho mayor que la atención, >

## ¿De qué temas hablan los informativos de nuestras cadenas de TV?

Temas de las noticias	% del tiempo que ocupaban en 2002	% del tiempo que ocupan en 2006
Deportes	22,5%	20,2%
Política	22,1%	20,2%
Sucesos	6,7%	17,8%
Cultura	10,8%	9%
Económico financieras	8,2%	8,4%
Meteorológicas	6,7%	8,3%
Sociales	6,9%	6,1%
Seguridad	1,4%	2,4%
Sanidad y salud	3,1%	2,1%
Medio Ambiente	2,3%	2%
Consumo y vida cotidiana	1,8%	1,1%
Terrorismo	3,8%	1,1%
Ciencia	2,1%	0,6%
Medios de comunicación	0,5%	0,4%
Noticias de sociedad	0,9%	0,2%

ya reducida a lo meramente testimonial, que merecen sanidad y salud (2,1% del tiempo), medio ambiente (2%), consumo y vida cotidiana (1,1%) y ciencia, con un mísero 0,6%. Y si hablamos de noticias de marcado carácter social, como las relacionadas con la infancia, la marginación, la solidaridad, la religión o la tercera edad, se destina a ellas, de media, sólo un 6% del tiempo.

Por otra parte, el interior de los telediarios se ha convertido definitivamente en un soporte publicitario más: la mayoría de las cadenas interrumpe los noticiarios para dar paso a anuncios o ceder espacio a patrocinadores. En TVE 1 la publicidad ocupa nada menos que un 14% del total del telediario, en Tele 5 un 12% y en Antena 3 un 11%, si bien en cadenas nacionales como Cuatro y La 2 de TVE o autonómicas como IB3, de Baleares, los anuncios apenas suponen el 1% del tiempo. En los telediarios de ETB2

y CTMA la publicidad representa sólo el 2% del tiempo de emisión de los noticiarios. Se ha considerado la información meteorológica como parte del telediario, aunque en algunos casos constituya un programa específico.

**Nacionales vs. autonómicas**

Las diferencias entre las cadenas nacionales y autonómicas en lo que a contenido de los informativos se refiere no son de gran calado, si bien hay algunas. El deporte es el tema más generosamente tratado (21% del tiempo, de media) en los informativos de las autonómicas (Tele Madrid es la cadena que más tiempo dedica a las noticias deportivas, con casi un 30%), mientras que la política (24% del tiempo, de media) lo es en las nacionales (Cuatro es la cadena que más atención presta a la política, un 35%, y La 2 de TVE, la que menos, un 15%). En las nacionales, las noticias sobre sucesos (21,5% del tiempo, de media) son

más frecuentes que en las autonómicas (16%) y las deportivas, un poco menos. En general, los noticiarios de las autonómicas son más largos (55 minutos de media) que los de las nacionales (42 minutos de media). La media de duración de los telediarios es de 50 minutos, pero hay notables diferencias también en este aspecto: los de la autonómica manchega duran cerca de hora y cuarto mientras que los de La 2 de TVE se limitan a media hora escasa.

Ahora bien, aunque tomadas en conjunto las cadenas nacionales no sean muy diferentes de las autonómicas y viceversa, los telediarios son bien distintos en las diversas cadenas de televisión. Un ejemplo: mientras que las autonómicas gallega y manchega ofrecen alrededor de 30 noticias distintas en cada informativo, TVE 2 y Cuatro se quedan en la mitad, cuando la media de las 13 cadenas comparadas es de 24 noticias por in-

**EN POCAS PALABRAS, LOS TELEDIARIOS QUE VEMOS CADA DÍA**

**La política, el tema estrella.** Absorbe el 20% del tiempo de los informativos de los canales analizados, compartiendo liderazgo temático con el deporte. Ahora bien, la política pierde un poco de terreno: hace cuatro años ocupaba el 22,1%.

**Se consolida el deporte.** El espectacular ascenso de los sucesos relega al tercer puesto en los telediarios de las cadenas nacionales, pero sigue mereciendo una gran atención: el 17% del tiempo. Y en los informativos de las autonómicas, aún más: el 21%.

**Los informativos de La 2, los más peculiares.** Sucesos + Cultura + Política + Meteorología, el eje central. Además, es la que más tiempo dedica la ciencia (3,5%) y la que menos tiempo se entrega al deporte (un 5%).

**El irresistible "gancho" de los sucesos:** las cadenas de ámbito nacional dedican a accidentes y sucesos el triple de tiempo que en 2002: ha pasado del 7% al 21%. Todas las nacionales, excepto Cuatro (16%), dedican más del 20% de sus informativos a este apartado. Los canales autonómicos (con un comportamiento muy distinto: TV3 dedica a los sucesos el 7%; Canal 9, el 25%) reservan, de media, a este tema el 16% de su tiempo.

**Más tiempo para el tiempo.** Las noticias meteorológicas y la previsión del tiempo merecen cada vez mayor atención: pasan de representar (2002) el 6,7% de los telediarios al 8,3%. Destacan los informativos de ETB2, que dedican el 14% a los temas del tiempo.

**¿Y la economía?** Pues se mantiene, ocupando, al igual que lo hacía en 2002, en tor-

no al 8% del tiempo de los telediarios, si bien la atención prestada por las cadenas autonómicas a los temas económico-financieros (9,3%) es mayor que la que este asunto merece en las nacionales (6,2%). Destacan los telediarios de IB3 (16% del tiempo para noticias económicas) y de TVG (15%).

**¿No interesa la actualidad cultural?** Mucho no, desde luego. Cuarta posición en las nacionales y quinta en las autonómicas, con en torno al 9% del tiempo. El telediario de La 2 dedica el 17% del tiempo a noticias culturales, mientras que Tele 5 se queda en un 6%; el resto de las nacionales, más o menos en la media (9%).

**La ciencia apenas importa en los telediarios.** Sólo existe para La 2 de TVE (3,5% del tiempo). En las otras 12 cadenas estudiadas, representa menos del 1%.

**Consumo y vida cotidiana.** Las nacionales ofrecen tan sólo un 1,4% del tiempo de sus telediarios a la información específica sobre consumo y a temas prácticos de la vida cotidiana. Sólo destaca Antena 3, con un 2,4%. Las peores, las dos de TVE. Las autonómicas se quedan en el 1% de media. Y la situación incluso empeora: en 2002 al consumo se le dedicaba casi el 2% del tiempo.

**EL DEPORTE ES EL TEMA MÁS GENEROSAMENTE TRATADO EN LOS INFORMATIVOS DE LAS AUTONÓMICAS, MIENTRAS QUE LA POLÍTICA LO ES EN LOS NACIONALES**

**Los informativos de las cadenas autonómicas de TV**

Contenidos	Canal Sur Andalucía	Canal 9 Valencia	CTM Castilla M.	TV3 Cataluña	TVG Galicia	T.Madrid Madrid	ETB2 P. Vasco	IB2 Baleares	Media
Deportes	26,6%	18,5%	15,5%	20,1%	22,4%	29,7%	23,6%	18,6%	21,3%
Política	19,7%	16,8%	9,4%	27,5%	18,9%	23,3%	23,1%	16,2%	18,8%
Sucesos	14,5%	25,2%	23%	6,8%	19,5%	14,3%	9,6%	14,7%	16,3%
Económico financieras	5,7%	6,9%	11,2%	6,5%	14,9%	6,1%	5,6%	16%	9,3%
Cultura	7,1%	14,1%	13%	7,4%	6%	5,2%	7,4%	10,2%	9,1%
Meteorológicas	11,7%	7,4%	5,1%	12,8%	5,4%	8,7%	13,9%	6,1%	8,7%
Sociales	9,9%	2,3%	5,9%	9%	5,4%	3,9%	7,1%	2,5%	5,8%
Seguridad	0%	3,8%	4,6%	3,8%	1,6%	1,8%	1,4%	4,9%	2,9%
Medio Ambiente	0,7%	1,7%	5,1%	1,5%	2,6%	1,5%	0,9%	3,4%	2,4%
Sanidad y salud	1,8%	1,3%	2,6%	2,1%	2,1%	2,3%	2,8%	3,1%	2,3%
Terrorismo	0,6%	0,1%	1%	1,3%	0,3%	2,2%	1,3%	2,2%	1,1%
Consumo y vida cotidiana	0,6%	0,5%	2,2%	0,1%	0,3%	0,2%	2,4%	1,1%	1%
Ciencia	0,6%	0,2%	0,7%	0,6%	0,3%	0,4%	0,9%	0,7%	0,6%
Medios de comunicación	0,1%	1,2%	0,1%	0,5%	0,3%	0,4%	0,2%	0%	0,3%
Noticias de sociedad	0,3%	0%	0,5%	0%	0,0%	0%	0%	0,1%	0,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**Los informativos de las cadenas nacionales de TV**



formativo. Los que menos tratan noticias "prácticas" (suma de asuntos sociales, medio ambiente, cultura, consumo, meteorología, salud y seguridad) son los de Cuatro, con sólo el 22% del tiempo dedicado a estas cuestiones, mientras que la más sensibilizada con la vida cotidiana es TVE 2, en cuyos telediarios estas informaciones útiles representan el 45% del tiempo (es además la cadena que más tiempo dedica a la cultura y a la ciencia y la que menos al deporte).

**Fútbol, política y sucesos monopolizan los telediarios**

El deporte (entre los que destaca el omnipresente fútbol), la política y los sucesos ocupan, de media, el 58% del tiempo de los informativos. En algunas cadenas (TV 3, IB 3, CMT y TVE 2) su presencia es menor del 50%, pero en otras, como Cuatro, Tele Madrid y TVE 1, la duración conjunta de estos tres bloques temáticos supera el 65% del tiempo del noticiario.

Si bien reina cierta homogeneidad entre los informativos de las cadenas de TV españolas, hay algunos que revelan una identidad propia. Así, el de La 2 es el menos deportivo (concede al

deporte sólo un 5% de su tiempo) y el más abierto a la actualidad cultural (ocupa el 17% del tiempo), los de ETB 2 y TV 3 conceden especial importancia a las noticias meteorológicas y a la previsión del tiempo y los de la autonómica manchega dan a la cultura un papel preponderante.

La cultura ha retrocedido, en los últimos cuatro años, un puesto en el ranking de temas tratados por los noticiarios de TV, pasando del tercero al cuarto lugar, superada por la imparable ascensión de los sucesos, que casi triplican su presencia. Tele Madrid, TVG y Tele 5 dedican menos del 6% de su tiempo de sus telediarios a contenidos culturales, aunque el resto de cadenas (excepción hecha de La 2, CMT y Canal 9) tampoco cuentan con la cultura entre sus propuestas principales para sus telediarios.

Destaca también que Antena 3, TVE 1, ETB 2 y Canal Sur dedican muy poco tiempo (menos del 6%) a las noticias económicas, siendo éstas mucho más tratadas por otras cadenas (en IB3 el 16% y en TVG el 15%).

Por su parte, **las noticias sobre medio ambiente, seguridad, con-**

**sumo y salud siguen sin interesar a los directores de los informativos.** Las cadenas nacionales y autonómicas coinciden en la indiferencia ante noticias de carácter científico (la ciencia cuenta con apenas el 0,6% del tiempo en los telediarios), o las que afectan de manera más estrecha al consumidor (las noticias referentes al consumo y la vida cotidiana consiguen un significativo 1% del tiempo). Tampoco el medioambiente es tratado con profusión en ninguna de las cadenas estudiadas (una media del 2% del tiempo).

Cambiando de asunto, **casi un 40% de las noticias tienen su origen en las instituciones públicas** y el 30% surgen de los acontecimientos de la calle, mientras que los partidos políticos y las empresas proveen a los periodistas de alrededor del 9% de las noticias. Por cadenas la división es clara: ocho de ellas se nutren principalmente de las noticias emanadas de las distintas instituciones públicas (todas las autonómicas excepto Canal Sur) y las cinco restantes (todas las nacionales excepto Cuatro) cuentan principalmente con las noticias que tienen su origen en los acontecimientos de la calle. ◀

**Telediarios y cadenas, en 10 hitos**

1. Las cadenas con más deporte en los telediarios: Tele Madrid (30%) y Canal Sur (27%). La que menos: TVE-2 (5%).
2. La cadena más "política": Cuatro, con un 35% del tiempo dedicado a noticias de carácter político. La que menos: CMT (9,5%).
3. La que más tiempo dedica a información internacional: TVE-2 (55%). Las que menos, Canal 9 (11%) y CMT (13%).

4. Las que más sucumben ante el atractivo de los sucesos: TVE-1 (26%) y Canal 9 (25%). La que menos, TV3 (7%).
5. La que más interés muestra hacia el medio ambiente: CMT (5%), y las que menos: Antena 3 y Tele 5 (ambas con menos de un 0,5%).
6. La que más noticias culturales cubre: TVE-2 (17%). La que menos: Tele Madrid (5%).
7. La que más frecuentemente aborda noticias sobre consumo y vida cotidiana: Antena 3 y ETB2 ambas con 2,5% de la duración total del informativo. Las que menos: quitando tele 5 (1,4%), IB3 (1%) y Cuatro (1,1%), todas las demás.

8. La más oficial de todas, atendiendo el origen de sus noticias: TV 3 (55,5% de las noticias provienen de las instituciones públicas). La menos oficial, TVE-2, con sólo un 24%.
9. La que más noticias distintas emite en cada telediario: CMT (con una media de 34 noticias). La que menos, TVE-2, con sólo 16 noticias.
10. La cadena más "económica": IB3 con el 16% del tiempo de sus telediarios dedicado a noticias económico-financieras. Las que menos, Antena 3, ETB2, Canal Sur y TVE-1.

A LAS NOTICIAS DE MARCADO CARÁCTER SOCIAL SE DESTINA, DE MEDIA, SÓLO UN 6% DEL TIEMPO DE LOS INFORMATIVOS

LOS 13 TELEDIARIOS. CADENA POR CADENA



**ANTENA 3**

Los temas más tratados son deportes, política y sucesos. Los informativos de ámbito nacional que más tiempo dedican al deporte. El 11% es publicidad, proporción que dobla a la registrada en 2002. Cuatro informativos, que duran 52 minutos y cuentan 24 noticias.



**CUATRO**

La cadena con más noticias sobre política. Sucesos y deportes, en segundo y tercer lugar, respectivamente. La nacional con menos noticias de carácter social. Dos informativos al día, breves (34 minutos) y con pocas noticias, sólo 17. Poca, un 2%, publicidad.



**TELE 5:**

Los temas predilectos son política (destaca su 26%), sucesos y deportes. Muchas noticias sobre asuntos sociales (14%). De los que menos minutos dedican al medio ambiente. Cuatro informativos al día, de 38 minutos y 22 noticias. Mucha publicidad (12%), pero no aumenta respecto de 2002.



**TVE1**

Excesiva atención a sucesos (26%), mucha a deportes y a la meteorología. Menos tiempo para la política que el resto de cadenas nacionales. La de más publicidad en sus telediarios, un 14%, aunque desciende respecto de 2002. Cuatro al día, largos (57 minutos) y con 24 noticias.



**TVE2**

Los más peculiares. Muchas noticias de sucesos (22%) y menos de política (15%) pero líder en las de cultura (17%) y de ámbito internacional (55%). Los que menos tiempo dedican a deportes. Aumentan espectacularmente (del 1% de hace cuatro años al 14%) las noticias sobre meteorología. Sólo un telediario, breve (28 minutos) y con muy poca, casi nula, publicidad.



**CANAL SUR**

El autonómico con más noticias sociales y el segundo que más minutos dedica al deporte. Política y deportes ocupan casi la mitad del informativo. Se emiten 3 telediarios, con una duración de 53 minutos y 26 noticias distintas. La publicidad, un discreto 5% del tiempo.



**CANAL 9**

Destaca la atención a las noticias culturales (14% del tiempo), pero el tema rey es, indiscutiblemente, sucesos (25%). De ciencia, nada (0,2%). Tres telediarios al día, de 53 minutos y con 24 noticias. La publicidad, el 7%.



**TVM (MADRID)**

Sobre todo, deportes (30%, nada menos) y política, que acaparan la mitad de sus telediarios. Dos cada día, de 52 minutos y 26 noticias. La publicidad, el 6%. Noticias sobre consumo y vida cotidiana, prácticamente ninguna.



**TVG (GALICIA)**

Deportes, sucesos y política consumen más del 60% de sus informativos. Mucha atención a la economía. Muy regionalista (el 56% de sus noticias son sobre Galicia) Dos telediarios, de 50 minutos y 29 noticias. La publicidad, el 6%.



**TV3 (CATALUÑA)**

Más que nada, política (27%) y deportes. Noticias sobre consumo y vida cotidiana, inexistentes. Los que menos hablan de sucesos. Destaca la atención a noticias de carácter social. Dos informativos, de 56 minutos y 20 noticias. La publicidad, el 6%.



**ETB2**

Deporte y política, en este orden, asuntos prioritarios. Mucho tiempo para noticias meteorológicas y de ámbito regional. De los que menos tratan sucesos. Dos informativos, de 49 minutos, con 26 noticias. Muy poca publicidad, el 2%.



**IB3**

Líder en noticias económicas (16% del tiempo del telediario), destaca también en noticias regionales (56%). Menos deporte y política que la mayoría. Dos informativos, de 55 minutos, y 25 noticias. Muy poca publicidad, el 1%.



**CMT**

Los que más hablan de sucesos (23%). Menos deporte y política que la mayoría. Líder absoluto en noticias regionales (el 64% del tiempo) y, ya en otra escala, también en medio ambiente (5%). Dos informativos, los más largos (75 minutos), con muchas, 34, noticias. Poca publicidad, el 2%.