

TRABAJO FINAL DE MÁSTER



FACULTAD DE HUMANIDADES
Máster en Comunicación Social
Itinerario profesional

***Tendencia hacia el infoentretenimiento
en los informativos televisivos españoles:
el caso de Gabriel Cruz en TVE, Antena 3 y Telecinco***

María Trinidad Viciano Vargas

Directora:

Prof. Mónica Fernández Amador

Almería, septiembre de 2018

ÍNDICE

CAPÍTULO 0. INTRODUCCIÓN

0.1. Estado de la cuestión	5
0.2. Justificación	6
0.3. Metodología y fuentes	6
0.4. Estructura	7

CAPÍTULO 1. LA INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN

1.1. Orígenes y evolución de la información televisiva en España	12
1.2. Los informativos en televisión	16
1.2.1. Concepto de informativo y géneros de la información	16
1.2.2. Tipos de informativos	17
1.2.3. Periodicidad y estructura general	18
1.3. Tratamiento audiovisual de las noticias en los informativos	20
1.3.1. Las imágenes	21
1.3.2. El sonido	22
1.4. Importancia de la presentación en los informativos	21-22

CAPÍTULO 2. INFORMACIÓN Y ESPECTÁCULO: EL INFOENTRETENIMIENTO

2.1. Origen y definición del espectáculo en los informativos españoles	24
2.2. Evolución del infoentretenimiento en España	24
2.3. Definición y características del infoentretenimiento	27
2.4. Características del infoentretenimiento	27
2.5. Diferencias y similitudes entre el “infoshow” y el “infoentretenimiento”	30

CAPÍTULO 3. TRABAJO DE CAMPO

3.1. La utilización del “infoentretenimiento” en los informativos españoles	32
3.1.1. El caso de TVE	36
3.1.2. El caso de Antena 3	37

3.1.3. El caso de Telecinco

39

3.2. Discusión de resultados

43

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO 0. INTRODUCCIÓN

0.1 Estado de la cuestión.

“Información” y “espectáculo” en televisión son los dos términos principales que se analizan en este Trabajo Final de Máster y en los que he centrado el estado de la cuestión del mismo. Tras una revisión bibliográfica por los autores que, desde el punto de vista de esta investigación, considero que explican con magnificencia el origen de esta tendencia televisiva. Los estudiosos Mariano Cebrián¹, junto a Jaime Barroso², son pioneros en investigar acerca de la información televisiva, por ello, he centrado en sus manuales la hipótesis de este proyecto. Asimismo, en cuanto al espectáculo televisivo se refiere, Jesús González³ trata de forma exhaustiva el discurso televisivo desde la postmodernidad. En las facultades de Comunicación sus ensayos son usados a gran escala en asignaturas de índole audiovisual. Por lo que, los pioneros en introducir la información en televisión fueron Alemania e Inglaterra en los años 30. En España no se instauró esta novedad hasta finales de los años 40.

La primera referencia informativa en este medio se le otorgó al conocido “NO-DO”. Se trató de un noticiario documental con vinculación política cuyo origen remontó en los años en los que en general Franco gobernó España. Este fenómeno se proyectó en las salas de cine españolas antes de mostrar la película en sí, entre los años 1942 y 1976. Más tarde, estos noticiarios, se emitían de forma voluntaria hasta el 1981. Asimismo, los hechos más relevantes por orden cronológico acerca de esta forma de informar son los siguientes:

- 1942: se crea por la Vicesecretaría de Educación Popular con la idea de sostener la información cinematográfica nacional de forma ecuaníme.
- 1943: desde este año hasta el 1975 pasar a ser proyección obligatoria en todas las salas de cine nacional, posesiones y colonias.
- 1980: el NO-DO pasa a formar parte de RTVE.
- 1981: fin de proyecciones.

1 Mariano Cebrián Herreros es Catedrático de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido profesional de Radiotelevisión Española y además es autor de una veintena de libros relacionados con el Periodismo Audiovisual.

2 Jaime Barroso García es Profesor Titular de Universidad de Teoría y Técnica de la Realización Televisiva (Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad) de la Universidad Complutense de Madrid. Además de periodista y realizador de TVE desde 1975 y miembro de la ACEE, Asociación Colegial de Escritores de España y de la WAMHF, Asociación Internacional de Cine Médico y de la Salud.

3 Jesús González Requena es profesor en la Universidad Complutense de Madrid y escritor. Especialista en análisis textual incluyendo la semiótica, psicoanálisis, antropología cultural...

- 1982: RTVE asume la conservación y comercialización del NO-DO a través de la firma de un convenio con la filмотeca española.

De igual modo, el 28 de octubre de 1956 apareció TVE y en este punto es donde realmente dio comienzo la información en televisión de forma más regular en nuestro país. Más tarde, en los años 90 llegaron los informativos de las televisiones privadas, como T5 y A3.

En el caso de TVE, se implantó la televisión, pero no se consideró como medio de referencia en cuanto a la información se refiere. En el régimen, Franco se decantó por el medio radiofónico. Aun así, en el medio televisivo se destacó el hombre que comunicaba la meteorología. En esta línea surgieron una serie de etapas con sus correspondientes características y particularidades:

- El *diario telehablado* o *teleparte*: entre los años 1956 y 1959. Diligenciaron una rigurosa censura, una duración de cinco minutos, lectura de los mismo textos, emisión de dos ediciones (mediodía y noche) de lunes a sábado, eximiendo los domingos.
- El *Telediario*: durante los años 1959 y 1964. En el 1959 pasó a llamarse “*Telediario*” hasta día de hoy. Los hermanos Moro prepararon la primera cabecera de este informativo. En el primer bloque publicaban noticias nacionales compuestas además con fotografías de agencia. Seguido del bloque central que incluían noticias filmadas por operadores de TVE, y por último en el bloque final adjuntaban noticias internacionales.
- Reorganización del *Telediario* (1964-1969): en esta etapa, con la llegada de Manuel Fraga al Ministerio de Información se estructuró el contenido y la duración del Telediario. Jesús Hermida fue el primer corresponsal en Nueva York y cubrió la muerte de Azorín. Más tarde, en 1965- 1966 ya se formó un bloque de noticias nacionales; abrían el informativo con el hecho más importante del día (la información se leía a cámara y luego se emitían las imágenes en directo o de archivo). Ya en el año 1969 se nombró a Adolfo Suárez director de TVE.

Siguiendo la temática de este Trabajo Final de Máster, es decir, partimos de la base en que la televisión nació con tres objetivos primordiales: informar, formar y entretener. Aunque hoy en día podemos decir que la función formativa no es una de las más representativas. Realmente afirmamos que se ha producido una hibridación entre la función de informar y la entretener que, en algunos casos, no parece del todo correcta, principalmente cuando esta hibridación se produce en espacios cuya idiosincrasia es precisamente ofrecer espectáculo y

no información, tal es el caso de los espacios informativos. Esta situación, en el caso de España, se aprecia más en las televisiones privadas que en la pública.

0.2. Justificación del tema

Ahora, una vez explicado el tema y haber realizado un breve repaso al estado de la cuestión, toca dar paso a la justificación de este Trabajo Final de Máster. Por un lado, desde mi punto de vista periodístico, cada vez ahonda más en los informativos televisivos nacionales la utilización del espectáculo y el morbo en las noticias antes que la información pura, como tal, que es lo que realmente debería de prevalecer. Se antecede este hecho para “enganchar” al telespectador buscando algún tipo de emoción e incidir en el lado más humano de las noticias y así obtener más audiencia. Este tipo de información manipula de alguna forma, al telespectador y, a la hora de dar las noticias, los informativos se dejan llevar más por el espectáculo y el “amarillismo periodístico” que por ofrecer lo que realmente interesa, que es la información. Además, del gran impacto televisivo que ocasionó en los distintos medios de comunicación, ya no sólo en los informativos, sino en los programas de la mañana, de la tarde y la noche, otorgándole una amplia cobertura al caso. Por otro lado, como almeriense y como redactora de un medio local ha sido un suceso que ha marcado con gran fuerza, tanto a nivel personal, por la proximidad del caso, como profesional del mundo de la comunicación debido a que más me reafirmo en que los medios informativos abusan del espectáculo a la hora de tratar las noticias. En cuanto a la metodología llevada a cabo en este trabajo partimos de la base de que los informativos de televisión cada vez están más contagiados por la espectacularización en las noticias, sobre todo, en las de índole social. Cada vez ocupan más espacio en las informaciones sentimientos de protagonismo.

0.3. Metodología y fuentes

Para la elaboración del proyecto he escogido el método hipotético- deductivo. He realizado una revisión bibliográfica por varios autores que estudian el tema tratado, y para llevar a cabo el estudio del caso he visualizado los informativos de mediodía de TVE, T5 y Antena 3 en los que he analizado el grado de espectáculo en las noticias del suceso de la muerte del pequeño Gabriel Cruz. En cuanto a las fuentes escogidas, para el marco teórico he elegido fuentes de tipo primaria como documentación propia, ensayos y libros relacionados con el tema. Un compendio de bibliografía que he considerado básica para profundizar acerca de este tan candente en la actualidad. Líneas más abajo, en la estructura, se encuentra explicado al detalle todo el análisis. Ahora, partimos de la hipótesis de que la espectacularización de la información ha ido ganando terreno en los espacios informativos de manera que los telediarios se preocupan más de buscar el lado lúdico o llamativo de las

noticias que de explicar en profundidad las causas y consecuencias de lo que acontece en el mundo. Por este motivo estos son los principales objetivos de esta investigación:

- Explicar brevemente la evolución de la información en televisión desde sus orígenes hasta el nacimiento de los primeros informativos en España.
- Definir el concepto de “espectáculo” en televisión, exponiendo sus características así como determinar cuáles son los objetivos del *infoentretenimiento* y del *infoshow*.
- Analizar el espacio que ocupa el espectáculo en los principales informativos diarios de nuestro país (TVE, Antena 3 y Telecinco) a través de la elaboración de una ficha de análisis con las vertientes del espectáculo que considere más utilizadas.

0.4. Estructura

En cuanto a la estructura, en esta investigación encontraremos tres capítulos más anexos. En primer lugar, se explicará el origen y el significado de la información en los espacios de informativos. En segundo lugar, se definirá el espectáculo y el nacimiento del “*infoshow*” e “*infoentretenimiento*” a través de la hibridación de los conceptos de “información” y “espectáculo”. Y en tercer lugar, se elaborará una ficha de análisis con una serie de parámetros relacionados con el espectáculo para posteriormente realizar una comparativa entre los informativos de la primera edición de TVE, Antena 3 y Telecinco, destacando como ejemplo de un espacio informativo objetivo y de calidad a los informativos de TVE.

En el primer capítulo, he planteado analizar, por separado, el significado de estos dos conceptos: información y espectáculo. Lo realizo a través del análisis de las investigaciones que han desarrollado varios autores y explicamos la evolución de estos dos conceptos en la televisión, desde sus orígenes hasta el lugar que ocupan en la actualidad en los informativos televisivos diarios, de las cadenas Antena 3, Telecinco y TVE.

Una vez analizada esta situación, en el siguiente capítulo, se indaga hasta qué punto se ven relacionados estos términos, dando lugar al fenómeno del *infoentretenimiento*. Y por último, para corroborar esta hipótesis realizaremos un análisis sobre la utilización del espectáculo en los informativos a través de una metodología de análisis cuantitativa y cualitativa que ha consistido en la elaboración de una tabla estructurada en dos partes: una parte dedicada al tipo de noticia según su contenido, en este caso se trataría el área de sociedad centrándonos en el caso de Gabriel Cruz durante los dos primeros días una vez hallado su cadáver, siendo las fechas a analizar, mediodía del domingo 11 de marzo, lunes 12

y martes 13; y la otra dedicada a los parámetros escogidos del espectáculo y de la manera que cada cadena lo lleva a cabo en el tratamiento de este hecho.

La muestra escogida son los informativos diarios de mediodía de Antena 3, Telecinco y TVE. La elección de esta franja horaria se debe a que son los informativos que tiene más índice de audiencia. Según datos del pasado mes por Ecoteuve, TVE obtuvo un 10,4% de share, A3 un 12,6% y T5, 12,2%. El share mide porcentaje de audiencia, en este caso, que ve los informativos. Respecto a la selección de las cadenas citadas en líneas anteriores se origina debido a que, desde el punto de vista de esta Trabajo Final de Máster, TVE es un claro ejemplo de neutralidad en las noticias respecto al espectáculo, aunque tenga influencia del Gobierno. Sin embargo, Antena 3 (Atresmedia)⁴ y Telecinco (Mediaset)⁵ abusan de este fenómeno, en algunos casos, contagiando de esta forma la información y a su vez apabullando a los telespectadores, creando así un ambiente informativo irreal. El *infoentretenimiento* traspasa fronteras y contagia algunos de sus rasgos a espacios asentados como los informativos en lo que empieza a notarse la intrusión del nuevo género en el montaje de algunas noticias en las que se introduce efectos, música o, incluso, en la proliferación de las conexiones en directo con la inclusión de vídeos grabados propiamente por los ciudadanos. En sus emisiones diarias se incluyen varias conexiones en directo para resaltar el aquí y el ahora de la información ofrecida, independientemente de la temática del hecho noticioso. Asimismo, se muestra una clara tendencia hacia la personalización de los temas, buscando siempre el lado más humano para confeccionar las noticias. De esta manera, se intenta implicar a la audiencia para que tome partido en la realidad que le rodea. El testimonio del ciudadano de a pie se convierte en eje vertebrador de la pieza informativa. La vida del anónimo se convierte en noticia y en ejemplo personalizado de lo que preocupa a la sociedad.

4 Es un grupo de comunicación español que abarca varios sectores audiovisuales. Surge de la hibridación del Grupo Antena 3 con la Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta el 1 de octubre de 2012.

5 Es una empresa de comunicación italiana que engloba cadenas de televisión como Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity... Fue fundada en el año 1978 por Silvio Berlusconi, reputado periodista y empresario en el país bicontinental. En diciembre de 2010 Telecinco se fusionó con Cuatro.

CAPÍTULO 1. LA INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN

Para comenzar con este Trabajo Final de Máster, en este primer capítulo se hará un recorrido por el origen y evolución de la información televisiva en España. También trataremos el concepto, nacimiento, estructura, géneros... de los noticiarios, además del tratamiento audiovisual en las noticias televisivas.

1.1. Orígenes y evolución de la información televisiva en España

Los primeros pasos de la televisión en nuestro país hay que buscarlos a finales de la década de los 20 con prácticas de transmisión de imagen fija. Pero la primera experiencia televisiva, según Mariano Cebrián, “llega de la mano del ingeniero Sánchez-Cordovés en 1938, en Barcelona, con la denominación de “fonovisión” y con el apoyo de la Administración de Correos alemana” (1998:54). Se trataba de una doble transmisión que combinaba conversaciones telefónicas y la imagen de las dos personas participantes. Esta mezcla, conforme aseguraba Mariano Cebrián (1998:55), “se lleva a cabo en Burgos en el año 1938, en plena Guerra Civil, por Franco”.

Estas primeras experiencias televisivas corresponden a lo que se conocía como “preinformación televisiva”:

“Se cubren hechos y se transmiten más como experiencia técnica que como desarrollo de tratamientos enriquecedores de la información. Sin embargo, poco a poco se perfilan algunas variantes. No se trata de sólo llegar cada día más lejos con las señales sino de variar de acontecimientos. Cada transmisión es una novedad en sí. Se convierte en noticia. La televisión aparece en esos momentos más como un hecho social, del que dan noticia los demás medios, que como un fenómeno informativo, debido al escaso número de personas que tienen posibilidad de recibirla”. (Cebrián, 1998:55)

Según apunta Jaime Barroso García (1996:380) “la información en televisión llegó a nuestro país en la década de 1950-1960 con la aparición de TVE, que es también cuando se consolidan las características del noticiario”. Este autor asegura que un noticiario está compuesto por relatos de un locutor desde un estudio, imágenes de sucesos con una voz en off de un narrador sobrepuesta, entrevistas, relatos del reportero desde el lugar de los hechos, escenarios, rótulos, etc.

El 28 de octubre de 1956 se inauguró oficialmente la televisión con la aparición de TVE con las emisiones del NO-DO. Su emisión fue obligatoria hasta el año 1975 y opcional hasta el 1983, por lo que se observaba cierto control dictatorial hasta la muerte de Franco. En septiembre de 1960 llegó a TVE la información de noticias con el Telediario con pocos avances tecnológicos.

A partir del año 1962 TVE en el Telediario se hacían diversas pruebas de color y había un Telediario matinal. Barroso García apunta que:

“la década de los 70 trae una evolución en los formatos al introducir el magazine de actualidad; primero, de carácter matinal- más ligero y proclive a la miscelánea- para más adelante imponerse en los horarios estelares de la noche (prime-time), lo que supondrá una cierta mixtura con el estilo y los contenidos los espacios habituales de esta franja de la programación [...]” (1996:380).

Igualmente, Barroso García asegura que esta década se pone de moda la fórmula de los avances, los sumarios, boletines y flases informativos en espacios muy breves de uno a cinco minutos, dejando para antes o después en horario de *prime time* atendiendo a la creciente demanda que sufren en ese momento las noticias televisivas.

No obstante, la presencia de Franco en la información televisiva perduró hasta su muerte, pero igualmente durante la transición esta “presencia” se siguió manteniendo. En la década de los 80 llegaron a la parrilla de programación los espacios de debate político e ideológico. También la aparición de personalidades políticas y culturales, vetadas hasta el momento.

El Telediario se abrió a la información política, aunque siempre orientado a la información gubernamental. Y a finales de este periodo aparecieron las televisiones privadas, exactamente en el 1989 se dieron a conocer Antena 3 y Telecinco con sus aires reformistas en lo que a tecnología se refiere. Es aquí cuando brota la competitividad entre ellas, ya que las privadas ofrecían un tipo de información en los informativos diferente. Desde sus inicios se centraban en noticias de mayor atracción dejando de lado las noticias trascendentales. Buscaban de forma insistente la imagen, los hechos y las opiniones.

La presencia de Antena 3 en el panorama televisivo comenzó a gestarse cuando el Gobierno anunció el esperado concurso para otorgar tres licencias de televisión privada en 1988 al amparo de la recién aprobada Ley de Televisión Privada. Para presentarse a este concurso, Javier de Godó creó la sociedad Antena 3 de Televisión con un capital social de 10.000 millones de pesetas. Las emisiones regulares de esta cadena empezaron

el 25 de enero de 1990 con un programa presentado por el periodista Miguel Ángel Nieto González al que siguió un informativo presentado por José María Carrascal. Fue la primera televisión privada en emitir un programa informativo.

Sin embargo, Telecinco se formó el 10 de marzo de 1989 y al año siguiente, el 3 de marzo de 1990, abrió sus emisiones con una gala inaugural. Un día después comenzó su programación regular siendo la segunda cadena privada en retransmitir para toda España y la que más popularidad e incremento de audiencia adquirió. El primer director Miguel Durán, director de la ONCE, fue nombrado presidente ejecutivo de la cadena y Valerio Lazarov, hasta entonces responsable del italiano Canale Cinque (propiedad de Silvio Berlusconi) director general, siendo este el encargado de poner en marcha el funcionamiento de la cadena. Desde sus inicios, pero sobre todo con la llegada a la dirección de la cadena de Paolo Vasile, Telecinco ha sido una cadena afín con la prensa del corazón y la telerrealidad. En cuanto a ideología política pertenece a la derecha.

TVE es, por el momento, el canal que menos espectáculo ofrece a la audiencia en los informativos y se considera una televisión neutral.

Ahora, nuestro país necesita un cambio un planteamiento en general para volver a la información pura que se gozaba hasta la llegada de las televisiones privadas y su otra forma de observar informativos. El concepto de a información en televisión es algo que va cambiando con el paso del tiempo. Desde la etapa de la preinformación televisiva hasta los años 90, este fenómeno ha ido evolucionando en lo que a la tecnología se refiere.

La información es el elemento fundamental respecto al contenido dentro del proceso de comunicación. Mariano Cebrián (1998:39) la define como “un proceso de análisis, valoración, interpretación, y tratamiento de la realidad constituida por hechos, ideas y datos cuyo resultado puede ser transmitido o almacenado”. En este sentido, este autor establece una serie de características que definen este término en todo su conjunto. A continuación se realizará una distinción de las que se han considerado más importantes:

- La televisión es, ante todo, un medio audiovisual y, como tal, participa de las peculiaridades de la información audiovisual. Es decir, elabora la información mediante sonidos, imágenes y escritura.
- Es un medio basado en la perceptibilidad audiovisual con todas las repercusiones en la memoria, retención, capacidad atencional de las imágenes y sonidos.

- Se exige legibilidad y comprensibilidad para que la información pueda ser seguida por públicos generales y heterogéneos.
- La televisión busca la sencillez para no exigir un esfuerzo excesivo de decodificación al telespectador.
- La televisión es un medio tan rápido, con una cadencia de imágenes a tal velocidad que apenas si permite dar mayor complejidad a la información. El autor asegura que en minuto y medio apenas sí se puede dar una información que analice suficientemente la situación.
- La televisión es un medio inmediato. Permite la transmisión de los sucesos de manera simultánea a su desarrollo. De ahí la importancia y las peculiares exigencias que tiene el tratamiento en directo.
- El discurso en televisión es redundante y repetitivo ya que al ser imagen, esta es fugaz y hay que insistir en lo que se dice para captar al espectador.
- El lenguaje televisivo se desarrolla en el tiempo con una doble dimensión: simultáneo y sucesivo. Existe una simultaneidad y una secuencialidad de los componentes sonoros, visuales y escritos que establecen relaciones recíprocas.

La información en televisión está formada por sonidos, imágenes y escritura. Busca la sencillez, inmediatez y la fugacidad en el mensaje. Y en cuanto al discurso es redundante y repetitivo, además de que existe una simultaneidad y secuencialidad entre la imagen, el sonido y el texto.

1.2. Los informativos en televisión

Como ya he explicado en el primer punto, el pionero en incorporar a la televisión un espacio informativo fue TVE, llamándolo Telediario, exclusivamente. Y más tarde en los 90, lo hicieron las cadenas privadas, Antena 3 y Telecinco. Con el paso del tiempo estos espacios han ido cogiendo forma y a la vez avanzando en tecnologías y la forma de tratar la noticia. Tal es así, que han ido adaptando el formato hacia el espectáculo, como ya demostraremos en el capítulo 2 de este trabajo final de máster. A continuación vamos a definir el concepto de informativo y vamos a analizar los diferentes tipos de espacios informativos que podemos encontrar en la parrilla de la televisión española hoy.

1.2.1. Concepto de informativo y géneros de la información

Los noticiarios son espacios informativos que aparecen en televisión a determinadas horas del día, por lo que son fijos y lo han de tener en cuenta tanto los programas anteriores como los posteriores al informativo. En el caso de TVE, se llama Telediario y en el resto de cadenas noticiarios, informativos o similar. Mariano Cebrián los define como:

“unos programas que se estructuran mediante un conjunto de noticias más o menos ensambladas dentro de unos bloques o secciones. Presentan una tipología amplia, desde el simple flash hasta los grandes telediarios pasando por los avances o resúmenes a unas horas determinadas” (1998:473).

En este mismo sentido, Barroso (1996:379) afirma que es de rigor determinar el concepto de información periodística televisiva para no confundirla con entrevistas y similares que también hablan de información actual. Por ellos realiza la siguiente cita: “es aquella que tiene como fin primordial la notificación de un suceso o idea, sin afán persuasivo y que transmite una versión lo más fiel posible de la realidad”. Asimismo, la noticia variará en contenido y forma según el trato que requiera. Según la duración que cada noticiario le vaya a dar o la función de apertura o cierre que vaya a tener. En este ámbito, Cebrián también afirma que:

“las divergencias entre los canales privados y los canales públicos se hacen, en general, más evidentes. Los canales privados tratan de seleccionar noticias que puedan tener mayor atractivo para el espectador, mientras que los canales públicos siguen todavía pendientes de lo que más interese y mayor servicio preste a la audiencia” (1998:475).

Algo muy importante también en televisión es el carisma de los presentadores de los noticiarios, ya que si el presentador lo tiene atraerá mejor a la audiencia. La personalidad de éste y su aspecto visual y auditivo, aportan una mayor o menor credibilidad al telespectador.

En cuanto a los géneros informativos televisivos Mariano Cebrián realiza la siguiente clasificación:

- a) **Géneros expositivos o de relato.** Se trata de un conjunto de géneros que permiten describir, narrar y en total, desarrollar unos hechos, ideas, y opiniones con la menor carga subjetiva posible. Este género permite ampliar los elementos

recopilados en la noticia, dentro del mismo informativo y así profundizar en las causas y consecuencias. Aquí se incluye el reportaje, el informe...

- b) **Géneros dialógicos.** Son géneros que desde la perspectiva de la ampliación de noticias consiguen los datos mediante la consulta de información, ideas u opiniones a las personas portadoras de estas. El periodista acude a fuentes como los protagonistas, testigos, especialistas. Luego, sólo se recogen las respuestas que emiten en forma de declaración. Algunos ejemplos de este género son los siguientes: entrevista, declaraciones, encuesta, la rueda de prensa...
- c) **Géneros expresivos y testimoniales.** Estos géneros aportan la visión personal de sus autores. Realizan la ampliación y la profundización de ideas, hechos y opiniones a través de su propio análisis e interpretación. Son géneros con una gran carga subjetiva, por lo que siempre se indica que se refleje el nombre del autor. La crónica o el comentario son ejemplos de este género.

1.2.2. Tipos de informativos

Los noticiarios han tenido un difícil desarrollo en la historia de la televisión. Ha tenido múltiples formas y aún así, esta forma de contar noticias sigue renovándose. Mariano Cebrián (1998:476) ha elaborado la siguiente tipología de noticiarios:

- Según la configuración de la noticia.

Este autor realiza una división según el formato que se le da a la noticia.

a) Flash: es la difusión urgente de una noticia recién producida o recién conocida y confirmada por la emisora. La importancia y la urgencia de la misma obliga a interrumpir la programación en cualquier momento. A partir del momento en que se da la noticia mediante el flash, las redacciones inician un trabajo intenso para seguir el hecho paso a paso y adelantarse al resto de las cadenas en aportar nuevos datos.

b) Avances informativos: ofrecen un adelanto en síntesis de las noticias que se desarrollarán en un noticiario posterior. Son de corta duración y suelen transmitirse a veces desde la redacción en lugar de hacerlo desde un estudio.

c) Resúmenes: en algunas emisoras se incorporan resúmenes al final de la emisión nocturna en lugar de los noticiarios. El autor asegura que se presentan como cierre del día y se hace una síntesis de corta duración de las noticias más sobresalientes del día.

- Según ámbitos de cobertura.

En cuanto a la cobertura determina el enfoque de selección, valoración y tratamiento según las características del público dentro de cada territorio.

- Según el planteamiento temático.

El enfoque temático de la noticia dependerá si es generalista o temático. El planteamiento generalista aborda todo tipo de contenidos y los jerarquiza según el interés general que en cada caso tengan.

1.2.3. Periodicidad y estructura en general

La periodicidad se debe a que hay que emitir los informativos a unas horas determinadas pero también hay que tener en cuenta, a la hora de planificar un informativo, la continuidad, esto es que las noticias se van siguiendo en cada uno de los programas o en los flashes si fuese necesario. En este sentido, existen cuatro tipos de noticiarios según el momento de emisión. Los más importantes son los del mediodía y los de la tarde-noche, que se explican a continuación:

- Noticiario matinal: dirigidos especialmente a audiencia adulta. Se ofrece una síntesis de la jornada anterior y se presenta una agenda prevista para el resto del día.
- Noticiario de mediodía: tiene más amplitud de audiencia, ya sean grupos de personas que han finalizado su jornada laboral o se encuentran en el intermedio del descanso de la jornada laboral. Estos noticiarios recogen la información que acontece a lo largo de la mañana y se hace uso de las conexiones en directo.
- Noticiario de tarde-noche: este noticiario también tiene multitud de audiencia. Normalmente lo observan los grupos de personas que ya han finalizado la jornada laboral. La información que se da es una ampliación (si lo hubiera) de las noticias de mediodía y si a lo largo de la tarde han surgido otras.
- Noticiario de madrugada: dirigido a aquellas personas que trasnochan. En la mayoría de sus casos para aquellas personas de edad adulta. Ofrecen una visión global de la jornada, con un balance y dedicación de lo que se ha considerado más importante.

La estructura general de un noticiario se completa por los siguientes elementos:

- Cabecera: se recoge la presentación del programa informativo, los saludos y la exposición de la primera noticia, que es la más importante de ese día.
- Sumario: es una anticipación de los contenidos que se van a emitir en el programa. Se hace de forma ágil y busca la atención del espectador.
- Desarrollo del noticiario: las noticias son agrupadas por bloques temáticos. Aunque siempre la primera noticia se rige por la actualidad del día. Dentro de esta área, también hay que hablar de las noticias breves que surgen a lo largo del telediario, bien noticias de última hora o bien noticias de poca trascendencia pero de gran interés. Tienen muy poca duración, en torno a medio minuto.

Durante el desarrollo, los bloques de las noticias se diferencian mediante ráfagas sonoras o efectos visuales para dar cuenta al espectador que se cambia de bloque temático o similar.

- Cierre: en esta etapa del noticiario hay doble función. Por una parte, la despedida del presentador, y por otra parte la presentación de titulares finales a modo de conclusión.

1.3. Tratamiento audiovisual de las noticias

Para poner fin a este capítulo también es importante resaltar el tratamiento audiovisual que se le otorga a las noticias a la hora de elaborarlas. En cuanto se pone en funcionamiento un noticiario, junto a él también lo hacen una gran cantidad de recursos técnicos y humanos, tanto dentro de la redacción como a la hora de cubrir noticias en directo en el exterior. Además, hay que sumar las labores de producción y postproducción que conlleva la correcta preparación de un informativo.

A la hora de ubicar la noticia en la escaleta del informativo hay que tener en cuenta varios factores: la imagen, el sonido y el lenguaje y, además, hay que hacerlo atractivo para mantener al espectador el máximo tiempo atento a la información que se le está ofreciendo.

Otro punto importante es que actualmente los informativos dejan más espacio a la opinión y con ello, al pluralismo informativo. De esta manera se busca tener diversas perspectivas de la noticia que se está contando y poder encaminar al espectador a una conclusión final respecto al tema. Mariano Cebrián (1998:488) enumera, entre las

técnicas más utilizadas por parte de los noticiarios para generar opinión, las siguientes: el análisis de un comentarista, el enfrentamiento de dos puntos de vista diferentes o incluso una interpretación personalizada del presentador.

1.3.1. Tratamiento de imágenes

A la hora de elaborar noticias en televisión, la imagen es un factor primordial. Los redactores y cámaras buscan imágenes reales de los hechos y de los protagonistas. También se usan efectos visuales para unir y separar las noticias, además de para dar continuidad al programa. En la actualidad, se hace uso de una gran cantidad de grafismos, tablas, cifra, mapas, humor y gráficos para poner en situación al telespectador y que aproximarle así a la realidad que se le está contando.

1.3.2. Tratamiento de sonidos

Otra parte importante en los informativos es el sonido. El sonido, junto con la imagen, son los elementos esenciales para dar una noticia en televisión. El silencio también es importante ya que, a veces, prevalece más que la imagen.

Los sonidos que destacan en un informativo son: la voz del presentador, la del reportero cuando realiza una conexión en directo y la *voz en off* del reportero cuando monta la noticia. En cuanto a la música de fondo de las noticias de carácter generalista suele ser nula ya, que así se muestra total objetividad y no se despista al espectador, aunque, en lo que se refiere a noticias del tipo deportiva, taurina, cultural, etc. en ocasiones se suele incorporar una música de fondo.

1.4. Importancia de la presentación en los informativos

En televisión la imagen es un rasgo muy importante, y ya si hablamos de la presentación de un informativo, más aún. El presentador es la mediación entre la información que se quiere dar y el telespectador que lo está viendo desde su casa. Es la persona que se encarga de poner imagen y voz a las noticias previamente preparadas -o si se trata de una conexión en directo con un reportero o corresponsal-, dar paso a las conexiones. Igualmente, sitúa las noticias, coordina entre un bloque de noticias y otro... En definitiva, se encarga de dar coherencia y cohesión al informativo en completo.

Dependiendo de la cadena, se pueden dar varias opciones a la hora de presentar el informativo. Hay cadenas que se decantan por un solo presentador y otras por dos presentadores (hombre y mujer distintivamente), pero también hay veces que hay además uno o dos presentadores que dan paso a los especialistas de área como la

deportiva o la meteorológica. No obstante, es importante destacar que para el perfil de un buen presentador se requiere una mezcla del conjunto de los rasgos físicos así como del saber hacer, la calidad y el rigor a nivel periodístico. Por este motivo las cadenas de televisión eligen como presentadores de estos espacios a personas que sean capaces de transmitir la información tal cual es, con claridad y fluidez expresiva.

Una vez realizado este capítulo podemos destacar el concepto, surgimiento, estructura, géneros... de los noticiarios y el tratamiento audiovisual que dará lugar al espectáculo en algunos informativos dando lugar al *infoentretenimiento*.

CAPÍTULO 2. INFORMACIÓN Y ESPECTÁCULO: EL INFOENTRETENIMIENTO.

En este capítulo se va a tratar el origen del espectáculo en la información televisiva. También el nacimiento del *infoentretenimiento* en los informativos nacionales, así como su evolución y características y las diferencias y similitudes entre el “*infoshow*” y el *infoentretenimiento*. Para luego, en el capítulo 3, poder realizar el análisis de los informativos tras la recopilación de todos los aspectos más importantes del *infoentretenimiento*.

2.1. Origen y definición del espectáculo en los informativos.

El espectáculo entró en los informativos de nuestro país con la llegada de las televisiones privadas a finales de los años 80, con Antena 3 y Telecinco. Estas cadenas de televisión fueron las pioneras en adoptar una manera diferente en hacer noticias respecto a TVE. Sus informativos muestran una alta tendencia al espectáculo, entre otros motivos, por la elevada inclusión de noticias que tratan sobre accidentes, desastres, delincuencia y escándalos, así como por la forma de contar la información y presentar las imágenes. El objetivo principal que subyace detrás de esta forma de mostrar las noticias es despertar la curiosidad al receptor convirtiendo la información es espectáculo. González Requena define el espectáculo como:

“la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla. Nace así el espectáculo en la dialéctica de estos dos elementos que se materializa en la forma de una relación espectacular. Podemos pues definir la relación espectacular como la interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y de una exhibición que se le ofrece” (1985:33).

2.2. Evolución del *infoentretenimiento* en España

El *infoentretenimiento* llega con el origen del espectáculo en televisión. Este fenómeno se ha visto incrementado, por un lado, por la generalización del uso de las nuevas tecnologías de la información y su aplicación a la hora de elaborar las noticias, y por otro, por la evolución en las formas narrativas para contar lo que está ocurriendo. Nace así el conocido *infoentretenimiento*. Muchos autores señalan que el *infoentretenimiento* es la “mega tendencia” más acusada del periodismo actual (Prado, 2009:178:186)”.

Fue en los años 80, como ya se expuso en puntos anteriores, con la llegada de las televisiones privadas, que se unieron la información y el espectáculo en los espacios informativos, variando así la naturaleza de la información. Para referirse a este proceso, comenzó a utilizarse el término anglosajón “*infotainment*”, y luego, su traducción al castellano *infoentretenimiento*. Del mismo modo, este concepto deja claro que información y diversión van dadas de la mano.

El nacimiento del *infoentretenimiento* tiene antecedentes radiofónicos, ya que la radio española desde 1939 hasta 1977 encontró en el recurso al humor una manera de evadir la censura y así acercarse un poco más a la realidad informativa. La información con el toque humorístico se convierte desde aquella época en un contenido básico en la radio española que más tarde también cala en la televisión

Mariano Cebrián describe así este fenómeno donde el periodista se convierte en centro de atención:

“los infortáculos han llevado a una mayor personalización de la información. El periodista se convierte en estrella, en presentador-espectáculo. Es elegido como presentador precisamente por estas cualidades. En algunos casos llega a generar por sí el espectáculo, además de promover que lo creen los demás con sus incitaciones al debate, a las declaraciones provocativas por las preguntas que formula o los temas sobre los que reclama la opinión de sus invitados” (1998:496).

Para Cebrián la concepción de este fenómeno es algo diferente a la que se tiene hoy día, no es tanto una tendencia de la información televisiva sino un tipología de programas donde se mezcla el espectáculo con la información pero no se trata específicamente de programas informativos: “Los infortáculos tienen una influencia que va más allá de la organización y estructura de determinados programas para contagiar los tratamientos de cualquier contenido informativo en general. De hecho pueden apreciarse algunos rasgos de su presencia hasta en los telediarios” (Cebrián, 1998:496).

Este concepto de infortáculos del que habla Cebrián (1998:496) sería más similar a lo que hoy día algunos autores han denominado *infoshow*. Gordillo asegura que las diferencias radican en la relación con el discurso periodístico marcando una evidente diferencia entre dos conceptos que se tienden a confundir hoy día: *infoentretenimiento* e *infoshow*, ya que “si la información pasa a formar parte del entretenimiento estamos ante el *infoentertainment*. Mientras que el *infoshow* no es más

que el resultado de unos criterios de elección y un determinado tratamiento de las noticias dentro de los programas informativos” (2011:94).

Ahora, con el paso de los años esta tendencia ha ido acomodándose en los informativos de nuestro país, sobre todo, como ya se expuso anteriormente, en las cadenas privadas. Estas tienen como prioridad ser líderes de audiencia por lo que, aprovechando las nuevas tecnologías, intentan llegar al receptor y llamar su curiosidad interactuando con él.

Aunque Jesús García (1999b:230) asegura que en nuestro país, debemos remontarnos a los comienzos de Televisión española para buscar el origen del *infoshow* ya que poco después de la inauguración del canal público (octubre de 1956), Juan Guerrero Zamora realizó el programa “Imagen de una vida” que se emitía los viernes y cuyos invitados eran personas anónimas que contaban sus propias vivencias. En este sentido “la televisión se encargaba de “crear espectáculo” y de mostrarlas como “vidas ejemplares”, como asegura García Jiménez. Después vendría “Ésta es su vida” (1962-1963), la versión del programa americano “This is your life”. La escenografía, el estilo del presentador y el aire del programa hicieron de este un gran espectáculo en horario de máxima audiencia y obtuvo una aceptación unánime.

García Jiménez clasifica el *infoshow* como un subgénero particular que enfatiza la dimensión más espectacular de la información, exactamente consistiría en descontextualizar las noticias para inscribirlas en un escenario y contexto espacio-temporal que no es connatural a ellas. “el de la exhibición pública, el de las artes escénicas y el de la diversión”. Además, en este subgénero “los informadores son tan estrellas como los invitados. La sobriedad, moderación y continencia de la información se desbordan en una atmósfera de velada, de gala, de fiesta y de celebración. Las audiencias no sólo quieren enterarse de cosas, quieren sobre todo pasarlo bien y divertirse” (1999b: 230).

2.3. Definición y características del infoentretenimiento

Thussu (2007b:8) citado por Carmen Ferré (2014:30) define el *infoentretenimiento* como “un tipo de televisión en el que el estilo triunfa sobre la sustancia, el modo de presentación pasa a ser más importante que el contenido”.

Se le da mucha importancia a la imagen visual por lo que el peso informativo cae en ello dando como resultado “espectáculo informativo”. Y como consecuencia final, se daña a la cultura y se confunde al telespectador. En este sentido hay que realizar una diferencia, y es que autores actuales afirman que los infortáculos son

aquellos programas en los que hay actualidad informativa, como los noticiarios a los que se le asocia ese toque de espectáculo para atraer al espectador. Para Cebrián:

“se trata de programas en los que se busca intencionadamente la combinación de la información con el entretenimiento, la diversión y el espectáculo. La información pierde parcialmente su rigurosidad y de contagia de ingredientes espúreos” (1998:495).

Hay otros autores que denominan “infortáculos” a aquellos programas en los que se ofrecen varias secciones de entretenimiento combinadas con algún bloque de actualidad informativa en el que las noticias se suelen presentar con bastante “morbo”. El periodista se convierte en estrella, “genera espectáculo a través de incitar al debate, a declaraciones provocativas por las preguntas que realiza o los temas por los que pide opinión a sus invitados” (Cebrián, 1998:496). El morbo, el voyerismo y el dramatismo constituyen los elementos integrantes de estos espacios.

En este trabajo final de grado intenta investigar en qué medida los noticiarios o informativos se convierten en más espectáculo que información.

2.4. Características del infoentretenimiento

En este apartado vamos a hablar sobre las características que tiene que cumplir un noticiario para ser *infoentretenimiento*, y por otro lado, también hablaremos sobre *infoshow* para tratar de aclarar posteriormente las diferencias y similitudes entre estos dos conceptos.

El *infoentretenimiento* en los informativos se caracteriza porque la imagen va a ser la pieza fundamental, así como los movimientos de cámara y el rápido ritmo en el montaje. Además, otra de las características que componen este fenómeno es que los reporteros hacen partícipe a la audiencia adentrándola en la vivencia de los protagonistas para así poder observar más de cerca la realidad que se les quiere presentar.

También priman las conexiones en directo que trasladan al espectador hasta el corazón de la noticia apostando por la inmediatez y el contacto directo con los protagonistas. De esta manera contagia la alegría o la tristeza de la noticia en sí y, como ya hemos comentado, se acerca al espectador a la realidad. Pero el *infoentretenimiento* televisivo es, además de temático, estilístico, de modo que no sólo implica una elección noticiosa sino también un tratamiento de esa información caracterizado por un dominio

de mensajes simples, emotivos y sensacionalistas (Labio Bernal, 2008). Para Lozano (2004) el infoentretenimiento:

“abunda en unos estilos de edición que buscan añadir espectacularidad a lo grabado, incrementando el ritmo en la sucesión de los planos, introduciendo dramatizaciones, música ambiente, efectos de sonido, planos muy cortos e imágenes a cámara lenta para dotarlas de mayor intensidad y empleando un estilo de presentación enfático”.

Asimismo, Ortells Badenes en un artículo publicado en *Fórum de Recerca* en el año 2011 realiza una clasificación de las características del infoentretenimiento de las cuales destacamos las más importantes:

- Por un lado, los programas de *infoentretenimiento* confieren un nuevo papel a la audiencia. De hecho, la presencia de ciudadanos anónimos considerados fuentes informativas de primer orden suplanta a las fuentes oficiales.
- Por otro lado, el periodista se convierte en coprotagonistas de sus propias piezas informativas. El redactor aparece en la noticia como un acompañante de los entrevistados, estando visible en todo momento.
- Las conexiones en directo son en una seña de identidad de este tipo de programas. Tienen una duración que supera los 3 minutos y se convierten en el símbolo más evidente de cercanía con el público.
- Entre las técnicas de grabación prima el movimiento continuo y la filmación con cámara al hombro.
- Se busca la naturalidad, mostrar la realidad tal cual es documentando en imágenes todo lo que sucede para que el espectador se sienta parte de lo que se les está contando.
- El montaje admite el uso de todo tipo de efectos y la introducción de pistas de audio musicales para aportar dinamismo.
- Y entre las temáticas seleccionadas para formar parte de los programas de infoentretenimiento destaca la introducción de noticias blandas como los sucesos, los temas sociales o fiestas populares.

Respecto al infoshow, Émili Prado lo define como un género que:

“subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas y da cabida como protagonistas de las historias narradas a gente común, convirtiendo la televisión en el reino de «los cualquiera»” (1999:201).

El *infoshow* se caracteriza, entre otras peculiaridades, por la búsqueda de emotividad dentro de las funciones del discurso periodístico de la noticia, a través de la espectacularización, el sensacionalismo y la banalización de la actualidad. El término *infoshow* se le otorga al tipo de programas como magazines musicales, reality shows, concursos o similares.

Mariano Cebrián incluye a los talk show y a los reality show en el fenómeno del infoshow. Son programas que abarcan diversidad de contenidos con variedad de enfoques y tratamiento y que se estructuran mediante secciones diferenciadas. Como ya comentamos anteriormente en este tipo de programas el protagonista es el presentador y es el que hila todos los contenidos dándole unidad y coherencia.

2.5. Diferencias y similitudes entre el “*infoshow*” y el “*infoentretenimiento*”

En este punto del trabajo se intentan establecer sinergias y divergencias entre los dos conceptos que acabamos de explicar: el infoentretenimiento del *infoshow*. Siguiendo a Luzón y Ferrer (2008: 143), las diferencias radican en la relación con el discurso periodístico. Si la información pasa a formar parte del entretenimiento estamos ante el *infoentertainment*. Mientras que el *infoshow* no es más que el resultado de unos criterios de elección y un determinado tratamiento de las noticias dentro de los programas informativos. Siguiendo a Luzón y a Ferrer (2008:41):

“el infoshow se caracteriza, entre otras peculiaridades, por la búsqueda de emotividad, el sensacionalismo y el lado más frívolo de la actualidad. Por el contrario, el infoentretenimiento se basa en un cambio de registro esencial: la función referencial del discurso periodístico se pierde completamente, cediendo terreno a distintos tonos humorísticos basados desde la parodia hasta la pantomima, pasando por el sarcasmo, la ironía, el chiste y la sátira. Tal es así

que el infoshow consigue que el discurso informativo se nutra de claves estilísticas y de contenido provenientes de programas ficcionales y de entretenimiento. Sin embargo el infoentretenimiento, coloca temáticas informativas en formatos de entretenimiento”.

El *infoshow* se caracteriza por ofrecer espectáculo o temas relacionados con el espectáculo en sí, tales como entrevistas a cantantes, actores ó actrices de cine y números o secciones de humor. También presenta cierta dimensión cultural ya que suelen aparecer personalidades relevantes como escritores, científicos, poetas que cuentan sus vidas, aficiones o directamente temas políticos de cierta importancia en un momento puntual. Pero la característica que más destaca es la del “entretenimiento”, ya que el programa busca sorprender al espectador. En cuanto a la estructura de estos espacios Barroso García realiza la siguiente distinción:

“1. Noticias. 2. Entrevistas y coloquios en el estudio (directo). 3. Sketches de humor (sainetes). 4. Gimnasia. 5. Hogar: cocina, consumo, bricolaje, etc. 6. Actuaciones artísticas (musicales, líricas, otras). 7. Videoclips. 8. Seriales. 9. Concursos y juegos. 10. Dibujos animados. 11. Telecomedia”. (1996:351)

En cuanto a las similitudes entre estos dos conceptos, podemos afirmar que la peculiaridad que las une es que los dos términos ponen en valor al ciudadano, los protagonistas de la noticia son gente anónima que se convierte en el eje de la información. Dejando claro, como hemos explicado anteriormente, que los noticiarios actuales, sobre todo, en las televisiones privadas, se hace uso del infoentretenimiento mediante una serie de técnicas y características, los programas de *infoshow* hacen uso del contenido temático de los noticiarios para realizar espacios de debate y opinión con el espectáculo y jugar con el morbo característico de este hecho con los programas tipo magazine.

Tras haber hecho un recorrido por el origen del espectáculo en la información televisiva y destacar sus características, a parte de su evolución y definición, para poder realizar el trabajo de campo. Se trata del análisis del contenido de la noticia de la desaparición de Gabriel Cruz. He elegido estos días y no desde la desaparición del menor debido a que, desde mi punto de vista periodístico y humano, nadie esperaba este fatídico final y los informativos abarcaron en gran medida el tratamiento de la noticia. En concreto desde la aparición del cadáver hasta los dos primeros días tras este suceso.

El análisis engloba el desmenuzamiento de la noticia en los tres informativos de mediodía para observar el grado de espectacularización que se da en cada noticiario.

CAPÍTULO 3: TRABAJO DE CAMPO.

3.1. La utilización del “*infoentretenimiento*” en los informativos españoles.

Después de tratar el comienzo del espectáculo en los informativos nacionales, de sumergirnos en el apogeo del *infoentretenimiento* y del *infoshow* en los últimos tiempos y de poder observar las diferencias y similitudes que surgen entre ellas dos, llegamos al punto de realizar el análisis de una muestra para poner de manifiesto toda la teoría investigada en los capítulos anteriores.

Para desarrollar esta investigación se ha partido del estudio de una muestra compuesta por tres informativos nacionales de la primera edición de las televisiones nacionales TVE, Telecinco y Antena 3, donde trataré el caso de Gabriel Cruz, el pequeño presuntamente asesinado en Las Hortichuelas (Níjar) por la pareja, en ese momento, del padre. Se ha elaborado una ficha de análisis en la que figuran una serie de parámetros que permitirán conocer el grado de *infoentretenimiento* negativo, es decir, aquel que varíe la esencia de la noticia y la conduzca a la desinformación, al morbo y al espectáculo. Este análisis se llevará a cabo en el tratamiento de la noticia en los informativos nacionales de primera edición de las cadenas TVE, Telecinco y Antena 3, durante el domingo 11 de marzo, con el descubrimiento del cadáver en el maletero del coche de Ana Julia, pasando por el lunes 12 y el martes 13.

Para llegar a hacer un análisis exhaustivo de la tendencia del *infoentretenimiento* en los informativos nacionales habrá que fijarse en los noticiarios con detenimiento en una serie de parámetros (tratamiento audiovisual, representación de la realidad, participación de la audiencia contacto con el protagonista y emotividad) que engloban este fenómeno. Estos parámetros se han estudiado en el capítulo dos de este trabajo final de máster y aparecerán reflejados en el cuadro elaborado. Para cada informativo de cada cadena se elaborará un cuadro independiente con los mismos parámetros para las diferentes televisiones.

Asimismo, el objetivo principal de este capítulo es demostrar el grado de *infoentretenimiento*, positivo o negativo, que se ofrece en TVE, Antena 3 y Telecinco. Tomaremos *infoentretenimiento* positivo a aquel que con su utilización sirva para un mayor entendimiento por parte del espectador, por ejemplo el uso de grafismo o una conexión en directo para aportar los últimos datos de la noticia tratada. Por otro lado, sería *infoentretenimiento* negativo a aquel que por medio de su utilización conlleve a la desinformación al espectador con un uso inapropiado de los parámetros del *infoentretenimiento* aportando más espectáculo que información para así llamar la

atención al telespectador. ¿Por qué la elección de estas cadenas de televisión y no otras? Porque estas tres cadenas, como hemos visto en capítulos anteriores, fueron las pioneras en emitir programas de información como los noticiarios. También porque las tres comparten un carácter generalista a la hora de la elaboración de las noticias y por último, por el horario de emisión, ya que las tres cadenas emiten a la misma hora todos los días de la semana (15h) y es el informativo con más audiencia. La desaparición del pequeño Gabriel Cruz conmovió a toda España y marcó un hito dado el trasfondo de la historia y el trágico desenlace, además, del impacto mediático y en la sociedad que supuso.

Ahora, en lo que se refiere a la elección de los parámetros para estudiar el grado de infoentretenimiento que existe en los noticiarios se han escogido diversos factores (espectacularización, sensacionalismo, voyerismo) que forman parte del espectáculo. Para la elección de esos factores se han tomado como referencia las publicaciones de diversos expertos sobre el tema (Prado: 2009, Cebrián:1998, Luzón y Ferrer: 2008, entre otros). Finalmente figuran en la ficha de análisis aquellos ítems cuya utilización, según los citados autores, contribuye a la generación del espectáculo o infoentretenimiento (tratamiento audiovisual, grado de la representación de la realidad, movimientos de cámara, participación del periodista en la noticia, ritmo en el montaje, contacto con el protagonista y emotividad, mencionados en párrafos anteriores). Como ya hemos comentado en capítulos anteriores, este hecho se ve con más claridad en las cadenas de televisión privada (Telecinco y Antena 3) que en TVE, que es de carácter público.

Se ha elaborado un cuadro de 3x6 (tres filas por seis columnas) con los parámetros propiamente dichos. En las filas van incluidas el nombre de la cadena de televisión. Y en las columnas irán los parámetros referidos al espectáculo, el tratamiento audiovisual que se le otorga (colas, VTR, conexiones en directo o corresponsales), el grado de representación de la realidad, rótulos, presencia del periodista, tratamiento de la imagen (movimientos de cámara y ritmo en el montaje), interacción con la audiencia a través de Internet, contacto con el protagonista y emotividad. Se trata de realizar un análisis de tipo cuantitativo-cualitativo que permita analizar en una escala de niveles de medio, bajo o alto el grado de infoentretenimiento promedio observado a lo largo de los tres días en la emisión del informativo

Esta parte del análisis, es decir, el número total de noticias que hay por temática y aquellas noticias en las que haya un uso abusivo de los parámetros del infoentretenimiento irán reflejadas más abajo en el análisis de cada informativo.

A continuación se define cada uno de los ítems analizados. Desde el punto de vista de este trabajo final de grado se han señalado algunas de las características del infoentretenimiento, que tras su estudio en el capítulo 2, describen con totalidad el fenómeno del espectáculo y dependiendo de su uso se considerará que afectará a la noticia de forma negativa o positiva, como ya comentamos en los párrafos anteriores. Así es que a continuación citaremos estos parámetros y el motivo de la elección de cada uno.

- **Tratamiento audiovisual** (colas, VTR, directo, corresponsales...). Con este parámetro describimos el tratamiento audiovisual de cada noticia y dependiendo del grado de empleo de colas, VTR, conexiones en directo o corresponsales en el lugar de los hechos se dará más o menos credibilidad al espectador ya que con el uso de estos formatos se acerca más al ciudadano y a la realidad planteada, obteniendo como resultado infoentretenimiento en los noticiarios.
- **Representación de la realidad.** A través de la tendencia a representar la realidad los temas de interés humano en las noticias hace que el espectador se sienta identificado con lo que sucede a su alrededor dando lugar al espectáculo en el informativo.
- **Rótulos y grafismo.** Con el uso de rótulos en los informativos se clarifican las secciones del informativo, también sirven para realizar sumarios y titulares y para destacar algún dato importante de las noticias. Además, el uso del color y la forma que se aplique al grafismo hace que se conviertan en un elemento de infoentretenimiento. Con el grafismo puede aportar datos y estadísticas y es una forma “llamativa” para atraer al espectador. Este parámetro se considerará positivo o negativo dependiendo del uso que se le dé, si es para hacer la noticia más amena o no.
- **Interacción con la audiencia.** Con la llegada de las redes sociales y su buena acogida con los ciudadanos, éstos hacen uso de las mismas en los informativos enviando imágenes o vídeos de elaboración propia para completar la noticia.
- **Imagen** (movimientos de cámara y montaje). Según el ritmo del montaje si es rápido o lento y con los movimientos de cámara el uso del zoom u otras técnicas de grabación son características propias del espectáculo y hacen de la noticia muestra de ello. El uso de los movimientos de cámara más lentos o aplicar un zoom de acercamiento, por ejemplo, hacen que el espectador se fije más en ese plano por lo que en ocasiones se considerará espectáculo.

- **Contacto con el protagonista, presencia del periodista y emotividad en la noticia.** Estas características del espectáculo son muy importantes si aparecen en cualquier noticia del informativo.

Para valorar y medir estos conceptos se hará a través de tres niveles: bajo, medio y alto. A través de estos índices se evaluará la tendencia al infoentretenimiento que tienen estas televisiones en sus informativos. Se considerará nivel bajo entre 0 y 2 ocasiones del noticiario en el que aparezcan algunas de las características del infoentretenimiento señaladas anteriormente.

Se calificará en un nivel medio en aquellos casos que se dé entre 3 y 7 noticias del espectáculo informativo. Y por último, se asociará a un nivel alto para aquellos casos en el que el morbo informativo se refleje en más de 7 noticias en total del informativo.

Para concluir con este apartado de este capítulo se mostrará debajo un ejemplo del cuadro a seguir para la elaboración de esta muestra que irá incluida en el anexo.

	Tratamiento audiovisual (colas, VTR, conexiones en directo, corresponsales)	Representación de la realidad	Rótulos y grafismo	Interacción con la audiencia	Imagen	Contacto con el protagonista, presencia del periodista y emotividad
TVE						
A3						
T5						

3.1.1. El caso de TVE

Antes de comenzar este apartado, a rasgos generales y en vista de todo lo que se ha investigado en este Trabajo Final de Máster hemos podido observar que el espectáculo en los informativos de este país está a la orden del día y que incluso en TVE lo va incorporando, aunque en menor medida, en sus informativos. Se pretende de este modo atraer la atención de las personas que están viendo el noticiario desde su casa. Desde el punto de vista de este trabajo final de máster, TVE en sus noticias hacen un empleo del infoentretenimiento de forma positiva ya que lo hace con rigor y profesionalidad.

Asimismo, en el caso de TVE española se le denomina a sus informativos el “Telediario”. Algunos autores, como Mariano Cebrián, le otorgan “Telediario” a todos

los informativos del país, sin embargo, Jaime Barroso García le otorga el calificativo de “Telediario” sólo a los informativos de TVE.

Una vez realizado el visionado de los informativos de la primera edición de esta cadena desde el domingo 11 de marzo, con el descubrimiento del cadáver del menor, hasta el martes 13. A rasgos generales, llegamos a la conclusión que es una televisión neutral que los pocos síntomas de infoentretenimiento que hay son para lograr un mayor entendimiento por parte del espectador.

Durante el análisis hemos podido comprobar que en todos los días del análisis hay un alto índice de conexiones en directo desde los distintos puntos de la investigación en Almería. En cuanto a la forma de contarlas se ve el buen uso y la correcta inserción del uso de piezas VTR con el fin de contextualizar al espectador de lo acontecido en días previos. En los tres días hicieron la apertura del informativo con la noticia del pequeño, pero también dieron cabida a otras informaciones de actualidad tanto nacionales como internacionales.



Conexión en directo con una corresponsal

Respecto a las colas se encuentra un índice bajo en los días analizados. Ahora, el grafismo y rótulos durante todos los días se ha apreciado el empleo medio de este parámetro sobre todo para reflejar el camino que recorrió el menor cuando salió de casa, dando lugar a un buen uso del infoentretenimiento para lograr un mayor entendimiento por parte del telespectador.

De esta manera, los movimientos de cámara presentan un índice bajo de espectáculo y en cuanto al montaje igual. Respecto a la interacción con la audiencia igual, un índice bajo.

3.1.2. El caso de Antena 3

Una vez llegados a este punto comienza el análisis con las televisiones privadas donde prima el espectáculo en gran medida, que como hemos visto en anteriores capítulos es una de sus características principales. Y en el que se va a ver mejor reflejado el uso de *infoentretenimiento* de forma positiva para el espectador o negativa. Si hacemos un balance en general tras investigar los informativos de esta cadena, se ha visto un cambio muy pronunciado. En los tres días analizados se ha abierto el informativo con la noticia de Gabriel y ha ocupado toda la duración del espacio informativo. Dando paso a conexiones en directo en todos los puntos claves del caso. Esto es un claro ejemplo de espectáculo ya que de esta manera se intenta llamar la atención del espectador sobre la importancia que tiene la información sobre la que se está hablando. También se ha observado un gran uso del grafismo. En cuanto a las piezas VTR en los tres días emitieron una pieza de casi tres minutos contextualizando y ampliando la información, incluyendo vídeos de ciudadanos que protagonizaron la detención de la supuesta asesina.



Vídeo de un ciudadano

Conexión en directo más picture and picture



3.1.3. El caso de Telecinco

Para poner fin a este capítulo y finalizar con el análisis de la muestra, nos centramos en la visualización de los informativos de la cadena Telecinco. Esta televisión es de carácter privado por lo que prima el espectáculo, lo que conlleva a que el informativo contiene esos parámetros que vimos en el capítulo dos, dando lugar en ocasiones al uso del *infoentretenimiento* de forma negativa.



Inicio del informativo el 13 de marzo

Para comenzar, en este caso durante el inicio del informativo en los tres días de análisis abren con la noticia. Pero en el caso de T5 abarcan todo el informativo con la noticia del menor, restando importancia a otras noticias nacionales e internacionales. Por lo tanto, en esta cadena se da el *infoentretenimiento*

negativo. En cuanto a su tratamiento se ha visto multitud de conexiones en directo y de piezas VTR para cubrir las noticias.



Conexión en directo de una reportero con picture and picture

Respecto a rótulos se aprecia un nivel medio, hacen uso del grafismo pero en menor medida en comparación con Antena 3. Y en cuanto al formato que emplean es mucho más simple y con colores más azulones que en el caso de Antena 3. Lo calificaríamos como colores más neutrales, que apenas resaltan a la vista del espectador.



Tipo de grafismo en la cadena de Telecinco

En lo que a montaje y a movimientos de cámara se refiere, tanto en la presentación como en la elaboración de las noticias se aprecia un nivel medio. A la hora de cubrir las noticias de este tipo se realizan muchas conexiones en directo y la recogida

de testimonios de diversidad de personas, desde lo más jóvenes hasta los más ancianos en el caso del pequeño Gabriel. Se busca sobre todo el contacto con el protagonista y la emotividad lo cual genera un alto índice de infoentretenimiento, ya que en todas las noticias sean del tipo que sean toman al protagonista de la noticia como fuente principal además de contarlo de la forma más emotiva y humana posible. El tratamiento que conllevan: piezas VTR, conexiones en directo, uso de la técnica del picture and picture...



Conexión en directo con una reportera



Conexión en directo más picture and picture



Apertura informativo martes 13

3.2. Discusión de resultados

Tras haber realizado este análisis he obtenido una serie de resultados. Me he encontrado con que en las tres cadenas, durante los tres días de análisis, la importancia y el impacto que tuvo la desaparición y el inesperado hallazgo del cadáver en el maletero de la pareja del padre del menor. España se volcó al completo con este caso y es cierto que se ha visto claramente el abuso del espectáculo en las imágenes y en el contenido de la información, en muchas de ellas, sin previo consentimiento de los familiares. En cuanto al tratamiento Telecinco y Antena 3 son las cadenas en las que más se han visto reflejados los parámetros escogidos del *infoentretenimiento* y en el caso de Telecinco con un uso del *infoentretenimiento* de forma negativa. Sobre todo por el tratamiento audiovisual que le otorgan a las noticias. Tal es así que Antena 3 cuida mucho la puesta en escena de los presentadores iniciando el informativo con estos de pie. En TVE abundan las conexiones en directo y también los enviados especiales y hace un buen uso del grafismo, haciendo de esta manera el uso de un *infoentretenimiento* que ayuda a comprender mejor la noticia al espectador.

CONCLUSIONES

Con todo este conjunto y desde el punto de vista de este trabajo final de máster, llegamos a la conclusión de que el concepto de infoentretenimiento se encuentra claramente separado del concepto de infoshow. El infoentretenimiento aparece en programas donde la información actual es la protagonista, es decir, los informativos, actuando de forma negativa o positiva al espectador.

Actualmente se está dando en abundancia en los informativos la tendencia al infoentretenimiento (como hemos podido comprobar en el trabajo de campo). Todos los informativos utilizan en mayor o menor medida los parámetros que han sido objeto de estudio en este trabajo para contar las noticias, dando como resultado a veces infoentretenimiento positivo que ayuda a la comprensión del telespectador y negativo cuando tienden al morbo y al espectáculo para sensibilizar al telespectador. Esta moda se está dando, como ya hemos investigado, sobre todo en las televisiones de carácter privado ya que desde su nacimiento su función principal es esa: llamar la atención del espectador y así ganar audiencia. En el caso de TVE se da, pero en menor cantidad. Lo hacen con más profesionalidad y rigor para nunca perder la esencia de la noticia que es informar y no entretener. Por ejemplo, es en esta cadena donde sí se ha visto el empleo recurrente de las conexiones en directo en el lugar de los hechos o en el uso de grafismos para así lograr un mejor entendimiento al telespectador.

El objetivo principal de este Trabajo Final de Máster ha sido poner de manifiesto la utilización de recursos propios del infoentretenimiento que se viene realizando en los informativos de nuestro país. También otra consecuencia que se deriva del excesivo nivel de infoentretenimiento de los informativos es el bajo nivel cultural y de formación que se ofrece a los telespectadores, y que se presupone también de ellos. El resultado final es que se acostumbra mal a los telespectadores y sobre todo se les informa de forma deficiente de lo que acontece a su alrededor. Nosotros, los periodistas debemos luchar en contra de esta situación y acercarnos a la realidad con objetividad e informar a la ciudadanía dándoles las informaciones necesarias sobre lo que acontece en el día a día para que puedan tomar sus propias decisiones en las cosas que les afectan más directamente.

BIBLIOGRAFÍA

- Barroso García, J. (1996): *Realización géneros televisivos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Bandrés, E. et al (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.
- Benito, Ángel (2001). *Diccionario de Periodismo*. Madrid: Editorial Acento Editorial.
- Bordieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid. Editorial Ciencia 3.
- Cebrián Herreros, M.
_(1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.
_(1998). *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Contreras, J.M. & Palacio, M. (2001). *La programación en televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Debord, Guy (2002). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pretextos.
- Díaz Arias, Rafael (2006). *Periodismo en Televisión, entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Farré, M^a Marcela (2007). *La ficción, una nueva convención del programa informativo*. Trípodas Extra 2007, Vol. 1.
- Ferré, C. (2014): *Infoentretenimiento: El formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona: Editorial UOC.
- García Avilés J.A. (2007): *El infoentretenimiento en los informativos líderes de la audiencia en la Unión Europea*. Análisi.
- García Ávilés, J.A. (1999). *La imagen tótem: algunas paradojas sobre los informativos en el final del milenio*. Zer.
- García, Jesús. (1999): *Narrativa audiovisual*. Madrid: Editorial Cátedra.
- García Jiménez, Jesús (1996). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A.
- Gomis Lorenzo (1991): *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Editorial Paidós.

- González Requena, Jesús (1985): *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Editorial Biblos.
- Gordillo, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Madrid: Ediciones Ciespal.
- Gordillo, Inmaculada (2009): *Manual de la narrativa televisiva*. Madrid: Editorial Comunicación Social, ediciones y publicaciones sc.
- Inmaculada Gordillo, Virginia Guarinos, Antonio Checa, M^a del Mar Ramírez Alvarado, Jesús Jiménez-Varea, Francisco J. López-Rodríguez, Fátima de los Santos, Miguel A. Pérez-Gómez (2011). *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment*. Revista Comunicación, N°9, Vol.1.
- Hills, G. (1987). *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid, ORTV.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa.
- Labio Bernal (2008). *Periodismo de entretenimiento: la trivialización de la prensa de referencia. Estudio sobre el Mensaje Periodístico*. 1994. Publicaciones Universidad Complutense de Madrid.
- Langer, John (1998): *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las "otras noticias"*. Barcelona: Editorial Paidós Comunicación.
- Lozano (2004). "La ciencia no vende en la televisión del siglo XXI". En: Carta de Ajuste. Boletín mensual de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión , nº 52, pp. 44-45.
- Luzón, Virginia y Ferrer, Iliana (2008): *Transformar la televisión*. Sevilla: Editorial Comunicación Social, ediciones y publicaciones sc.
- Morán Torres, E (1998). *Géneros del periodismo de opinión*. Pamplona: Editorial Eunsa.
- Ortells Badenes, Sara (2010). *La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español*. *Fòrum de Recerca* nº 16.
- Palacio, Manuel (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Pizarroso, Alejandro y Rivera, Julia (1994). *Corazones de papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Prado, E (2003) "La espectacularización de la realidad". Madrid: Anuario Aneca.

- Prado, Émili (2009): *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*. Sevilla: Editorial Comunicación Social, ediciones y publicaciones sc.
- Salgado Losada, Alejandro (2010). *Actualidad, humor y entretenimiento en los programas de televisión: de la terminología a la realidad profesional*. Trípodos, número 27, Barcelona.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Editorial Santillana.
- Tomás Melgar, L (2002). *Historia de la televisión*. Madrid: Editorial Acento.

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXO

- ANEXO 1: Ficha de análisis de TVE, Antena 3 y T5

ANEXO 1: Ficha de análisis de TVE, Antena 3 y T5

	Tratamiento audiovisual (colas, VTR, conexiones en directo, corresponsales)	Representación de la realidad	Rótulos y grafismo	Interacción con la audiencia	Imagen	Contacto con el protagonista, presencia del periodista y emotividad
TVE	Colas: baja VTR: medio- alto Conexiones: medio- alto Corresponsales: medio- alto	alta	media	baja	baja	alta
A3	Colas: baja VTR: baja Conexiones: alta Corresponsales: alta	alta	alta	media	media	alta
T5	Colas: baja VTR: alta Conexiones: alta Corresponsales: alta	alta	alta	alta	alta	alta