

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2018-2019



***Análisis comparado de la información política en los
informativos de Televisión Española (TVE) y Telecinco
(T5) durante la campaña del 28-A***

Comparative analysis of the political information in the
news of Spanish Television (TVE) and Telecinco (T5)
during the 28-A campaign

Alumna: Elena Mullor Jiménez

Tutor: José Luis González Esteban

Resumen

Los medios de comunicación son el instrumento principal para informar objetivamente a la sociedad de todo aquello que ocurre en el mundo. Están en constante evolución, y son los encargados de transmitir mensajes, además de informar, persuadir y exponer ideas.

Pueden clasificarse de distintas maneras, aunque la más utilizada los divide en los que transmiten información de interés público y los de interés privado. Los primeros se corresponden con la comunicación social, mientras que los segundos se encuentran en lo privado.

En esta investigación, analizamos las noticias, centrándonos en el ámbito de la política, de los informativos televisivos. La televisión es el medio de comunicación social más popular, por ello nos centramos en la información que esta nos ofrece. Analizaremos y haremos una comparativa entre una cadena de televisión pública, como es Televisión Española (TVE), y una cadena privada, como es Telecinco (T5).

El análisis se sitúa en la campaña electoral de las elecciones españolas del 28-A de 2019, y la finalidad de la investigación es comprobar cómo cambia el tratamiento que se le da a la noticia en una televisión pública y en una privada, teniendo en cuenta el lenguaje, el enfoque y el tono que se le da a cada noticia dependiendo de la ideología del partido político del que se habla y la línea editorial del medio, ambas deberían ser objetivas, y con este análisis comprobaremos que la pública (TVE) es más objetiva, mientras que la privada (T5) sí muestra cierta tendencia hacia la ideología de los que la dirigen.

Palabras clave: Infoentretenimiento, política, campaña electoral, televisión.

Abstract

The media is the main instrument to objectively inform society about everything it's happening in the world. It is constantly developing and the media is in charge of transmitting messages, as well as informing, persuading and presenting ideas.

The media can be classified in different ways, but the most used divides it in two groups: the ones that transmit information of public interest and the ones that transmit information of private interest. The first one correspond to social communication, and the second correspond to the private sphere.

In this investigation, we focus on the analysis of the news, in the field of politics, of television news. Television is the most popular communication media, that's why we focus in the information that it offers. We will analyze and make a comparison between a public television network, like Televisión Española (TVE), and a private television network, like Telecinco (T5).

The analysis is located at the electoral campaign of the 28-A Spanish elections of 2019, and the purpose of the investigation is to see how changes the treatment of the news in a public television and a private one. Considering the style, the approach, the tone that is given to every news, based on the ideology of the political party about is talking about and the media's editorial policies, in this case both of them should be unbiased. With this investigation, we are going to check that the public channel (TVE) is more unbiased, whereas the private one (T5) shows a certain tendency towards the ideology of those who manage it.

Key words: Infotainment, politics, electoral campaign, television.



Índice

1. Introducción

1.1. Objetivos de la investigación

1.2. Justificación del trabajo

1.3. Preguntas de investigación

2. Evolución del tratamiento informativo de la actualidad política en los noticieros de televisión en la era del infoentretenimiento

3. Metodología

3.1. Desarrollo de la metodología de investigación escogida y empleada

3.2. Análisis comparativo de las coberturas electorales del 28A en los servicios informativos de TVE y T5

4. Resultados

5. Conclusiones

6. Bibliografía



1. Introducción

1.1. Objetivos

La finalidad de esta investigación es realizar un análisis del tratamiento que dan los informativos a las noticias del ámbito político durante una campaña electoral, además de cómo el infoentretenimiento está presente en los medios de comunicación. En este caso, analizamos la campaña correspondiente a las elecciones del 28 de abril de 2019, en las que los principales partidos se enfrentaban para conseguir el Gobierno español.

Se realiza un análisis comparativo entre las noticias de una televisión pública, en este caso Televisión Española (TVE), y otra privada, como lo es Telecinco (T5). Mediante una metodología de investigación comunicativa, en la que se recogen los datos de los minutajes que cada televisión concede a cada partido/candidato, se procede a hacer un análisis cuantitativo y cualitativo de las noticias que se dan en cada cadena de televisión.

El objetivo es presentar, mediante los datos recogidos durante el análisis, cómo los servicios informativos tratan las noticias, dependiendo de la línea editorial de las cadenas a las que pertenecen, en el ámbito político principalmente.

Las técnicas de comunicación política de los partidos cambian durante las campañas electorales, para volverse así en una comunicación más persuasiva. Las diferencias entre las técnicas de comunicación electoral y las técnicas de comunicación política son las siguientes:

- Carácter de competición entre las distintas opciones políticas que aspiran al poder. Los partidos se “pelean” para conseguir más votos que los demás
- La comunicación está sometida a una serie de imposiciones de carácter legal que condicionan la campaña
- Tiene unos resultados finales objetivos, son los resultados electorales

Con respecto a los espacios reservados para cada partido/candidato, en España son repartidos por el Ayuntamiento, mientras que en otros países, cada partido puede contratar libremente espacios publicitarios en radio y televisión.

En nuestro país, la publicidad política no está permitida en televisión, la ley prohíbe la compra de espacios publicitarios con fines electorales en cadenas públicas y privadas. En su lugar, la televisión pública está obligada a otorgar espacios a cada uno de los partidos de acuerdo con el porcentaje de votos obtenidos en las anteriores elecciones celebradas. Es por ello que, según el Artículo 65 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General ([LOREG](#)), se conceden espacios gratuitos de propaganda electoral en los medios de comunicación de titularidad pública de ámbito nacional.

1.2. Justificación

La televisión es el medio de comunicación más consumido por los ciudadanos, y a través de ella se crea opinión pública. Es por ello que debería seguir unos criterios fijos, primando la objetividad, entre otros. Los informativos de todas las cadenas, tanto públicas como privadas, siguen una serie de criterios periodísticos de acuerdo a la línea editorial que tienen. Es por ello que se debe demostrar que las cadenas siguen estos criterios y que no informan de manera subjetiva o errónea sobre los temas que conciernen a la sociedad.

La finalidad de esta investigación es demostrar empíricamente, mediante la recogida de datos, si las cadenas de televisión, en este caso TVE y T5, cumplen con los criterios que se determinan para los medios de comunicación durante la campaña electoral. También para explicar los cambios de criterios de la cadena pública antes y durante la campaña electoral.

Este análisis se centra en demostrar si el medio de comunicación más importante, la televisión, cumple con la objetividad que debe caracterizar al periodismo. Escogiendo el enfoque comparativo del ámbito público y privado se realiza una investigación interesante, ya que pretende demostrar las diferencias entre estos dos ámbitos a la hora de transmitir las noticias a la sociedad, y con ello crear la opinión pública.

El estudio demuestra de manera empírica una realidad, que aunque por muchos ya es conocida, quizás sea de interés para otros. La diferencia entre el tratamiento de noticias en cadenas públicas y privadas, demostrando que la línea editorial del medio predomina por encima de la objetividad y lo establecido por la ley LOREG.

De modo que, esta investigación pretende ser una llamada de atención a la sociedad con respecto a los medios de comunicación, para que la gente comience a informarse también a través de otros medios de comunicación, y no solo por la televisión.

1.3. Preguntas de investigación

A continuación se presentan las 3 preguntas principales de la investigación, las cuales se responderán en las conclusiones.

-¿En qué aspectos se diferencian principalmente las televisiones públicas y las privadas?
¿Siguen los mismos criterios a la hora de narrar las noticias?

-¿Se presentan de manera igualitaria los partidos políticos/candidatos en la televisión pública y en la privada?

-¿Qué efectos tiene el infoentretenimiento en las noticias que ofrecen los informativos?

2. Metodología

2.1. Para la elaboración de este análisis comparativo se lleva a cabo una metodología mixta, en la que se realiza, en primer lugar, un análisis cuantitativo de las apariciones que tiene cada partido/candidato en los medios de comunicación escogidos, en este caso, Televisión Española (TVE) y Telecinco (T5). Se calcula el tiempo total que se le concede a cada partido durante el telediario, son datos objetivos.

Y por otra parte, se realiza un análisis cualitativo, teniendo en cuenta la situación en la que están los partidos, en este caso la campaña electoral de 2019. Trata de profundizar más en los enfoques de las noticias. Siguiendo una estructura similar a la utilizada en “El tratamiento de la información política e institucional en TVE”, X Soengas-Pérez, C Elías-Pérez, AM López-Cepeda (2018).

En cuanto a la técnica empleada para la recopilación de datos y el análisis comparativo, se llevan a cabo por medio de una recopilación y posterior análisis de los resultados obtenidos, a través de la siguiente metodología:

1. Visionado de los telediarios de mediodía (15 horas) de las cadenas TVE y T5, para así calcular el minutaje total que se le concede a cada partido/candidato que se presente a las elecciones desde el día 8 de abril hasta el 26 del mismo mes.
2. Una vez recogidos estos datos se procede al análisis cuantitativo de ambas cadenas, basado en datos objetivos. Además del tiempo destinado a cada partido/candidato.
3. A continuación, se realiza la comparación entre las dos cadenas de televisión. Comparando los mismos días, observando en qué se diferencian a la hora de exponer la noticia a la sociedad y el lenguaje que utilizan.
4. Una vez analizados los telediarios desde el 8 de abril hasta el 26 de abril, dos días antes de las elecciones, se elaboran los gráficos para tener una visión más clara de los resultados obtenidos.

2.2. Análisis comparativo de las coberturas preelectorales del 28A en los servicios informativos de TVE y T5

Tras realizar el análisis de los informativos de las 15 horas de abril de 2019, en plena campaña electoral, la política nacional es el tema principal. La diferencia más significativa es que una de las cadenas que analizamos es pública, mientras que la otra es privada.

Partiendo de este punto, la televisión pública tiene una responsabilidad social que conlleva una serie de obligaciones, entre ellas ofrecer a los ciudadanos una información plural y de calidad, en la que aparezcan representadas todas las sensibilidades y se mantenga el respeto a la diversidad y a las minorías (Manfredi, 2009; Campos-Freire, 2012; Fernández-Lombao & Campos-Freire, 2013). Aunque, asume criterios de las televisiones privadas (Laverón & Goñi, 2009; Gómez-Montano, 2013). Por su parte, la

cadena privada se rige por los intereses de quienes la controlan y aquellos que invierten en ella.

Para comenzar, medimos el tiempo total que ambas cadenas dedican a la sección de política nacional, para así calcular si tratan más este tema sobre los demás. Como este análisis se ha comenzado antes de la campaña y durante, compararemos los tiempos dedicados antes y durante la campaña electoral del 28A. Además, el cálculo de los minutajes que cada una de las cadenas ofrece a cada partido y candidato también se va a realizar mediante el visionado de los informativos.

En cuanto al análisis de contenido, trataremos de estudiar el enfoque –neutral, crítico o favorable- que dan a las noticias de los diferentes partidos, el tono y el lenguaje que se usan a la hora de narrar la noticia. Para ello, se utilizan referentes que ya han sido utilizados en otras investigaciones (Humanes, 2001; Soengas 2015), tales como: enfoque del tema, puntos de vista, grado de versiones a favor o en contra y elementos negativos o positivos referidos a un personaje.



3. Evolución del tratamiento informativo de la actualidad política en los informativos de televisión en la era del infoentretenimiento

El infoentretenimiento es un fenómeno periodístico que combina los rasgos propios de un programa informativo tradicional con una serie de características que derivan del género del entretenimiento. Es el resultado de un cambio en la comunicación que da respuesta a la necesidad de los informativos de atraer la atención del público, ya que la competencia con Internet cada vez es más grande. Es en este proceso cuando los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como principal criterio el impacto que llegan a causar en los espectadores, en lugar de la suministración de información de interés público. Se crea una nueva forma de noticia que confunde lo nuevo, lo conflictivo o lo espectacular con lo importante. Se trata de lo que Langer (1998: 15) ha llamado «las otras noticias», los temas triviales sobre sucesos, accidentes, interés humano, entretenimiento y curiosidades, que desvían la atención sobre asuntos más relevantes. Früh y Wirth (1997) resaltaron las dos directrices más importantes que se utilizan para elaborar noticias: cámara al hombro para crear movimiento y montaje con un ritmo más rápido al que se le suele añadir música.

Las televisiones adoptan técnicas sensacionalistas para primar acontecimientos que tienen en común el infoentretenimiento, donde el espectáculo es más importante que la información. Tal y como señala Kamp (1999: 78): «la confusión entre los límites se ha dado sobre todo en una dirección: las técnicas, los enfoques y los temas sensacionalistas invaden las parcelas tradicionalmente reservadas al periodismo, lo que en algunos casos provoca la mezcla de noticias de todo tipo. Las televisiones han dado una vuelta de tuerca al tratamiento sensacionalista de los acontecimientos, en detrimento de asuntos más importantes». Por ello, la televisión busca noticias de sucesos, corazón, moda y asuntos personales para lograr satisfacer a un amplio sector.

Este fenómeno es notable en cuanto a la selección de los temas por parte de los medios de comunicación. Cambian las prioridades de aquello que se considera noticia, porque aumenta en tiempo que dedican a estos asuntos frente a aquellos de interés público relacionados con temas políticos, sociales o económicos. El infoentretenimiento está caracterizado por ofrecer un mayor protagonismo a historias de interés humano, dejando de lado las llamadas ‘noticias duras’ sobre hechos políticos.

La evolución del sensacionalismo y el infoentretenimiento ha sido investigada, y se han realizado análisis de los informativos tanto a nivel nacional como internacional. En nuestro país sucede lo que Prado (2003: 185) cita como ‘la espectacularización de la realidad’, y destaca ‘un aligeramiento de los contenidos y un mayor protagonismo de los aspectos espectaculares de la realidad’. Existen evidencias para llegar a la conclusión de que el infoentretenimiento es una pieza destacable en la elaboración de los informativos, tanto en España como en el resto del mundo. Aunque la presencia del infoentretenimiento se denota especialmente en la selección de temas que realizan los medios de comunicación, también intervienen factores como el tono y el estilo. Por ello en esta investigación se ha llevado a cabo un análisis de los asuntos que se tratan en las

secciones de política nacional de una cadena pública y una privada, para así poder establecer diferencias entre estas dos entidades.

La televisión es el principal medio para difundir la información política, aunque con el paso de los años la mercantilización y el predominio de los modelos comerciales en este medio han contribuido a la reducción de la emisión de noticias sobre política, como consecuencia del infoentretenimiento. Los líderes políticos adaptan sus discursos y sus apariciones siguiendo las nuevas reglas del juego, para así atraer a los medios de comunicación y usarlos en beneficio propio (Casero, Andreu, 2009). Las fuerzas políticas, junto a sus candidatos, encuentran en la televisión una herramienta para lograr que su mensaje llegue al máximo posible de gente.

Como consecuencia de la aparición e implantación del infoentretenimiento en la televisión, se contempla una debilitación del mensaje político, ya que las nuevas informaciones muestran una tendencia hacia el espectáculo, dejando de lado el valor informativo de aquellas noticias de interés público. Las noticias basadas en hechos y datos pierden fuerza contra aquellas que se rigen por el interés humano, por tanto, la información política pierde minutaje en el medio televisivo. Ante esta situación en la que la espectacularización de las informaciones se coloca en un lugar más relevante, todas las noticias que se ofrecen en los informativos están ligadas a esta nueva idea y dejan de ser informaciones sobre hechos.

Las apariciones de líderes de las fuerzas políticas en televisión están incluidas en la sección de política nacional, donde se presenta la situación en la que el Gobierno y la oposición se enfrentan, mediante cortes de voz e imagen pero sin profundización, probablemente por el poco tiempo que el medio dedica a esta información.

El infoentretenimiento está muy relacionado con el sensacionalismo y con una tendencia en la que priman las noticias que pueden llegar a generar emociones en los espectadores en lugar de las informativas de interés social. Cambia el ritmo en la emisión, ahora es más ágil y rápido, las noticias son más cortas. De modo que esto lleva a que las noticias sean breves, estén acompañadas de imágenes impactantes y apenas se traten en profundidad ni se analice su contenido. Muchas de las noticias políticas que se tratan hoy en día se centran en la anécdota, y parece ser que este tipo de información es la que la audiencia suele recordar (Missika, 2006). Por ello los principales líderes de partidos políticos se presentan en situaciones poco corrientes, para así captar la atención de los medios y asegurarse un hueco en el minutaje del informativo.

En la actualidad, la política se ha convertido en un espectáculo en el que la aparición en el medio televisivo se reduce a mostrar el enfrentamiento entre Gobierno y oposición, de una manera totalmente descontextualizada. La noticia no es qué han dicho, sino la confrontación de los líderes políticos. Es por ello que muchos representantes de las fuerzas políticas utilizan la lógica del infoentretenimiento para hacer campaña, confirmando así que la información está totalmente mercantilizada.

Se considera que el infoentretenimiento puede tener variables positivas y negativas, ya que la estrategia que se utiliza para elaborar noticias ayudan al espectador a retener datos, debido al aumento de la subjetividad de la información. Aun así, los efectos positivos que pueda tener el infoentretenimiento, desaparecen en el momento en el que se introducen demasiados elementos a una noticia y hace que el espectador pierda la capacidad de retención y percepción.

El infoentretenimiento y la manera que tiene de imponerse en la creación de noticias televisivas hace que ya no se hable de este fenómeno como algo aislado, sino como algo que ocurre a diario actualmente. Hoy en día está tan integrado en los medios de comunicación que incluso existen contenidos televisivos puramente dedicados al infoentretenimiento. Espacios de televisión elaborados con piezas informativas caracterizadas por este fenómeno, siguiendo sus pautas y presentando las noticias desde un enfoque particular. Se trata, por tanto, de una fusión de diferentes géneros periodísticos (Rodríguez Pestano, 2008) que ha conseguido su espacio en las programaciones de la mayoría de las cadenas nacionales de televisión.

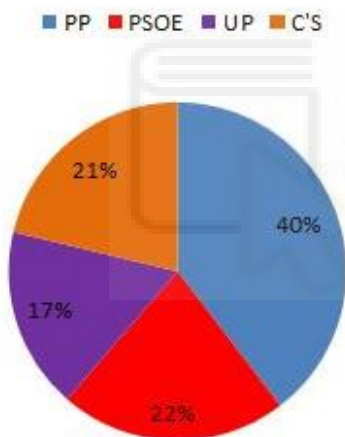


4. Resultados

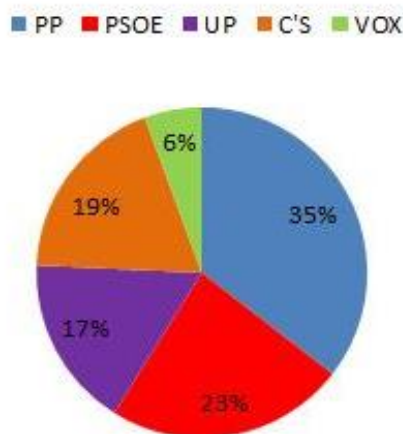
Tras el visionado de los informativos de las 15 horas de TVE y T5, se han recogido los datos necesarios que se plantean en la metodología de esta investigación. En primer lugar, se procede al cálculo de tiempo que dedica cada cadena a la sección de política nacional. Televisión Española dedica entre siete y ocho minutos a la política nacional, añadiendo un par de minutos más durante la campaña electoral, pero sin exceder los diez minutos. Por su parte, la sección de política nacional de Telecinco tiene una duración de entre seis y ocho minutos.

Partiendo de esta base, se procede al cálculo del minutaje que cada cadena dedica a cada partido político. El análisis se ha dividido en dos períodos: del 8 al 11 de abril, cuando no ha comenzado todavía la campaña electoral; y del 12 al 26 de abril, desde que arranca la campaña hasta que finaliza. Teóricamente, la televisión pública debe seguir el criterio de jerarquización de las noticias según los resultados de las anteriores elecciones.

Minutaje del 8 al 11 de abril en TVE



Minutaje del 8 al 11 de abril en T5



Tal y como observamos en los gráficos, la distribución de tiempos en el período previo a la campaña electoral es muy parecido, con la diferencia de que la cadena privada concede un 6% de su sección de política nacional a VOX, un partido sin representación parlamentaria, del cual muestran imágenes de mítines con muchos asistentes. Los tiempos dedicados al Partido Popular son similares, teniendo en la cadena pública un 40% y en la privada un 35% de minutaje. El PSOE, también coincide en minutaje en ambas cadenas, con un 22% en la pública y un 23% en la privada. El partido Unidas Podemos tiene un 17% de minutaje en ambas cadenas, mientras que Ciudadanos tiene un 21% en TVE y un 19% en T5.

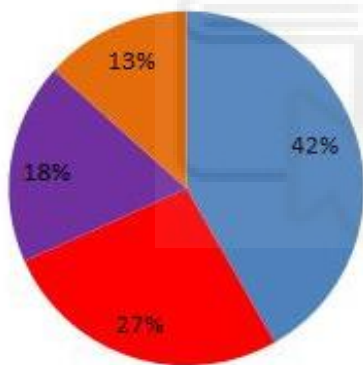
Estos resultados muestran cómo TVE durante el período de precampaña no cumple con la norma de repartir el tiempo según el número de escaños que posea cada partido, ya que podemos observar que Ciudadanos tiene un porcentaje más alto que Unidas Podemos, teniendo el partido de Rivera menos representación parlamentaria que la formación morada.

Por otra parte, tenemos el período de campaña, en el que se observa un cambio en el minutaje que las cadenas ofrecen a las fuerzas políticas. La televisión pública ejerce la jerarquización con respecto a la representación parlamentaria de los partidos, de modo que como podemos observar en los gráficos, los principales partidos quedan con una repartición ajustada a los resultados de las anteriores elecciones, quedando el PP con un 42% de minutaje, PSOE con un 27%, UP con un 18% y Ciudadanos con un 13%.

Por su parte, la televisión privada también varía sus tiempos, pero sin seguir un orden establecido como TVE, se rige por otras reglas. En este caso, el partido con más minutaje es Ciudadanos con un 23%, el segundo con más minutaje en Telecinco es el partido de Santiago Abascal, el cual no cuenta con representación parlamentaria en el Congreso, con un 21% de minutaje. Empatados en minutaje están PP y PSOE con un 19% ambos. Y finalmente, UP es el partido que menos minutos aparece en el informativo de la cadena privada.

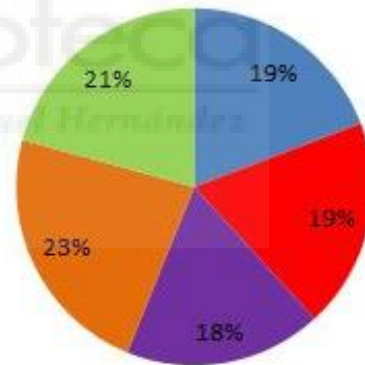
Minutaje del 12 al 26 de abril en TVE

■ PP ■ PSOE ■ UP ■ C'S



Minutaje del 12 al 26 de abril en T5

■ PP ■ PSOE ■ UP ■ C'S ■ VOX



Los temas de los que más hablan los candidatos de las diferentes fuerzas políticas durante el tiempo del análisis se pueden clasificar por partidos, de modo que estos serían los temas que más se tratan por parte de los diferentes líderes. Cataluña suele ser el tema recurrente de PP, Ciudadanos y Vox ya que lo usan como arma arrojadiza contra la izquierda, utilizando conceptos como ‘golpistas’ o ‘radicales’ para referirse a la población catalana y así crear una visión negativa en los espectadores. Mientras que, por su parte, PSOE trata temas que están relacionados con puntos de su programa y con el futuro si Sánchez consigue ganar las elecciones. Unidas Podemos trata temas sociales y habla también de frenar al ‘trifachito’ en varias ocasiones. Para finalizar, el partido de Abascal habla de la inmigración desde un punto negativo y defiende la unidad de España sobre cualquier cosa.

PP	Cataluña, Pedro Sánchez, escraches, salario mínimo, Ciudadanos y Vox
PSOE	Posibles pactos, gobierno en solitario, pensiones, frenar a la derecha
UP	Paro, diálogo, precio de la luz, plurinacionalidad, frenar a la derecha
Ciudadanos	Cataluña, autónomos, Pedro Sánchez, escraches
VOX	Inmigración, España, Cataluña

Volviendo a los períodos de tiempo analizados, ¿son notables los cambios de criterios a la hora de narrar las noticias durante un período y otro? La respuesta es sí, ya que TVE durante el período de precampaña deja a UP en último lugar con un 17%, poniendo a Ciudadanos por delante; y durante el período de campaña Ciudadanos pasa a estar en último lugar con un 13% de minutaje, ya que es el partido con menos representación parlamentaria. Telecinco, al no seguir ningún criterio de jerarquización de noticias, ofrece a los espectadores otros minutajes según la consideración de los índices de audiencia y el infotainment, fomentando la inclusión de temas-espectáculo y la falta de rigor en el tratamiento de los hechos (Cebrián-Herreros, 2004; Ortells-Badenes, 2009).

El enfoque es el punto de vista que se toma al realizar una investigación, y puede entenderse como una orientación temática que se toma a la hora de desarrollar un discurso. De esta manera, puede decirse que el tratamiento de un determinado tema puede contener distintas valoraciones dependiendo de quién los analice. De modo que, teniendo en cuenta lo anterior, se procede al análisis del enfoque noticiario de cada una de las cadenas analizadas en esta investigación.

Los informativos de la cadena pública realizan una sección de política nacional organizada de manera que los cuatro partidos con más representación parlamentaria tienen sean los primeros en aparecer en pantalla. Los titulares de estas noticias son hechos que han tenido lugar, no son citas de ninguno de los candidatos, por lo que es un enfoque neutral del acontecimiento. TVE separa los temas de los que se habla, por ejemplo cuando se habla de la precampaña de las cuatro principales fuerzas políticas y no de sus polémicas individuales en un mismo plano. Es decir, la presencia de los líderes políticos no siempre se corresponde con los porcentajes de noticias de sus mismos partidos. Podemos citar el ejemplo de UP, cuando aparte de su acto de campaña en el que sí que habla Iglesias, también es noticia la polémica por la proyección de los papeles de Bárcenas en un edificio público, en la cual el representante de UP que aparece es Pablo Echenique.

Por su parte, Telecinco sí está totalmente politizada. Además de no seguir ningún orden a la hora de publicar las noticias, presenta un enfoque bastante distinto que el que ofrece la televisión pública. En este caso, los titulares no suelen ser hechos, son frases con cierto grado interpretativo por parte del medio, como por ejemplo: ‘Embestida a Sánchez’, ‘Tensión máxima’, ‘Insoportable clima de intolerancia’. Entre otras, estas son expresiones que ya se han sometido al juicio de quien las redacta, de manera que ya ejerce un juicio distinto sobre la persona que recibe la información. La cadena privada que analizamos ofrece una visión subjetiva de todas –o casi toda- las noticias que emite, acompañándolas, además, de imágenes concretas del acontecimiento que puedan beneficiar su enfoque.

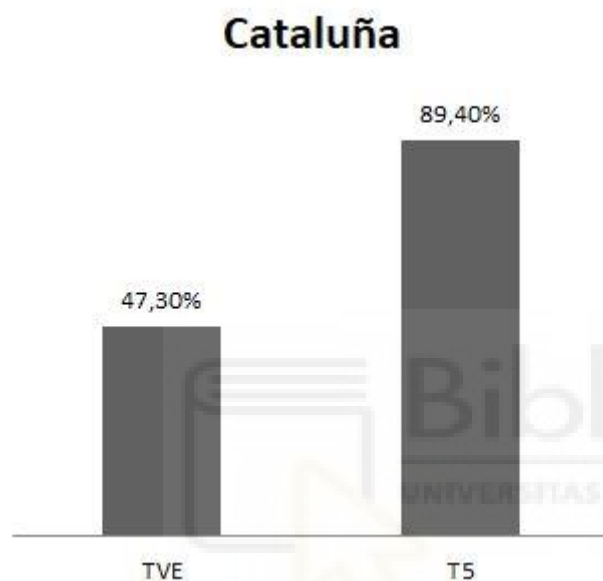
Otro de los puntos a analizar en esta investigación, son el tono y el lenguaje empleados a la hora de narrar la noticia. El tono es el resultado de la postura que un autor –o redactor- adopta frente a cualquier asunto –o noticia-, por lo que se pueden ofrecer muchos tipos de tono al referirse a una noticia. En este caso, TVE utiliza principalmente el tono informativo y ponderado, ya que se limita a dar el mensaje claro y objetivo, apoyado de diferentes datos que ayudarán al espectador a interpretar y conocer la información recibida por el medio de comunicación. En cambio, la televisión privada, Telecinco, no utiliza un tono informativo en todas las noticias que narra. De este modo se entiende que, como se ha explicado antes, no utilicen hechos como titulares, sino que emitan noticias desde una visión más subjetiva. Con esto nos referimos a que Telecinco ejerce juicios de valores con las noticias que decide tratar en sus informativos, de modo que no presentan hechos objetivos, sino que ya ofrecen el punto de vista de la línea editorial del propio medio.

Por otra parte, está el lenguaje que emplea cada una de las cadenas para narrar la información a los espectadores. El lenguaje es una parte muy importante de este proceso, ya que puede –y debe- ser empleado de manera objetiva y limitarse a transmitir la información y los hechos que han acontecido –tal cual han ocurrido-, o por el contrario ejercer un juicio sobre esos actos de manera que los ciudadanos reciban la información desde un punto de vista ya juzgado. De modo que, podemos decir que TVE emplea un lenguaje correcto y que se ciñe a narrar los hechos tal y como han acontecido, sin crear ‘víctimas’ ni ‘verdugos’ en las informaciones. Mientras que Telecinco sí utiliza el lenguaje como una pieza clave en su noticiario, de manera que siguiendo la línea editorial de la empresa que dirige la cadena, se ofrecen las noticias que tratan a los diferentes partidos políticos de maneras muy distintas.

Los informativos de la cadena pública tratan la información de la manera en la que los hechos han ocurrido, mientras que la televisión privada muestra su propia visión de los hechos a la hora de narrarlos a la sociedad. De modo que no se puede considerar que ambas cadenas sigan un mismo criterio de publicación de noticias, ya que TVE se rige por el interés público y nacional, de manera que es cierto que tiende a ensalzar la posición del Gobierno y dar cierto rigor a las acciones que toma el partido que está dirigiendo el país. Mientras que la televisión privada sigue la línea editorial de aquellos que dirigen la empresa y que poseen ciertos intereses en las informaciones que se publican. De manera que no siguen unos criterios de información, sino que tratan temas que tienen que ver con ‘sucesos’ o que enganchan al público, buscando la ‘adhesión’ del espectador.

Los aspectos que se han analizado anteriormente se pueden observar en los diferentes temas de los que hablan los informativos de ambas cadenas, pero especialmente se denota en el tratamiento de las noticias referidas a Cataluña. El 1 de octubre de 2017 se celebró en Cataluña el Referéndum de independencia (1-O), un referéndum convocado por el Gobierno de Cataluña que fue suspendido por el Tribunal Constitucional en septiembre de 2017 y finalmente fue celebrado de manera ilegal el 1 de octubre de ese mismo año. La pregunta que se hacía a la población catalana fue: ¿Quiere que Cataluña sea un estado independiente en forma de república? La Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña solicitó a las fuerzas del orden que se incautase el material que se iba a usar para el referéndum. El día de la votación se sucedieron numerosas cargas policiales contra los ciudadanos, de los cuales algunos resultaron heridos.

A partir de este acontecimiento, Cataluña ha estado en el punto de mira de los medios de comunicación, por la polémica de la independencia y por el juicio del Procés, en el que se juzga a los organizadores del referéndum. Por ello es uno de los temas más actuales –a pesar de haber pasado casi dos años- y de mayor interés para las cadenas de televisión. Para esto, a través de los siguientes gráficos podemos observar el porcentaje de tiempo que dedican TVE y T5 a Cataluña en las secciones de política nacional de sus informativos de las 15 horas. La cadena pública dedica un 47'3% de su sección de política nacional a Cataluña, ofrece noticias sobre hechos que acontecen y que son de interés público para sus espectadores. Sin embargo, Telecinco dedica casi la totalidad de su sección de política nacional al tema de Cataluña. No solo desde un punto de vista subjetivo, como ya se ha comentado antes, sino que además ofrece un tono y un lenguaje agresivo contra los catalanes. En este 89'4% se presentan noticias de carácter



político en las que Cataluña –y los catalanes- quedan en muy mal lugar. La noticia no se presenta desde un enfoque objetivo, sino que ya se presenta desde un punto de vista diferente, de modo que el tono y el lenguaje empleados también cambian. Cuando la cadena privada narra noticias referidas a Cataluña no lo hace simplemente presentando los hechos, sino que suma a ellos titulares tales como ‘Tensión máxima’, por ejemplo cuando durante un acto de campaña del PP en Barcelona, la candidata Cayetana Álvarez de Toledo sufrió un escrache en la Universitat Autònoma

de Barcelona (UAB). Esta noticia se desarrolla utilizando un lenguaje despectivo con respecto a aquellos que frenan el acto, palabras como ‘radicales’ definen al grupo de estudiantes que boicotearon la ponencia. Otro ejemplo es el escrache a Ciudadanos en Vich (Barcelona), en el que el punto de vista que se muestra es, bajo el titular ‘Insoportable clima de intolerancia’, un ambiente cargado en el que se abuchea a la candidata de Ciudadanos, Inés Arrimadas.

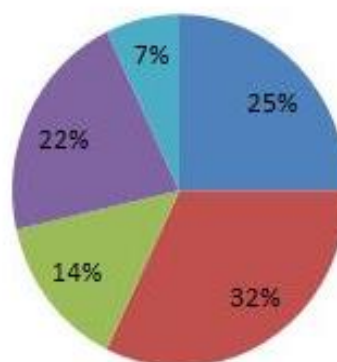
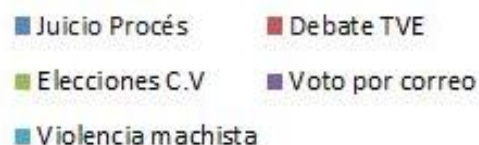
La diferencia en los porcentajes de noticias también son visibles en que TVE no repite noticias de un día a otro a no ser que sea porque realmente ha ocurrido algo, mientras que Telecinco repite los escraches a PP y Ciudadanos durante medio período de campaña electoral. El enfoque que se ofrece, en el que las candidatas son las víctimas y los manifestantes los atacantes, está descontextualizado, ya que en ningún momento se ofrecen dos puntos de vista distintos del hecho que se narra.

A raíz de este análisis de tiempos, observamos que la diferencia entre ambas cadenas de televisión es muy grande. De los días 8 de abril al 11 de abril, en ambas cadenas las fuerzas políticas con representación parlamentaria obtienen unos distintos porcentajes, destacando que en la cadena privada aparece Vox, el partido de ultraderecha. Seguidamente, en el período de campaña electoral, desde el 12 hasta el 26 de abril, los porcentajes vuelven a variar. Aunque TVE respeta el tiempo concedido a cada partido político con respecto al número de representación parlamentaria que el mismo tenga,

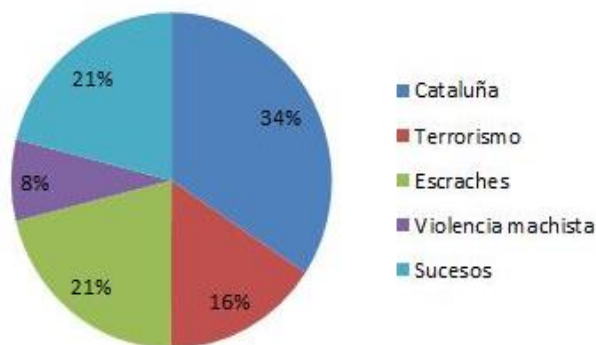
Telecinco sigue su propia escaleta de tiempos y organiza su sección de política nacional de manera que los partidos que más minutaje tienen son Ciudadanos y VOX, con un 23% y un 21% respectivamente.

Si algo llama la atención de esta campaña electoral, es el auge del partido de Santiago Abascal. Vox no tiene representación parlamentaria por lo que nunca ha aparecido en los medios de comunicación, pero con la polémica del referéndum de Cataluña el partido Vox se apoyó en el eje nacionalista poniendo voz al nacionalismo español excluyendo las nacionalidades periféricas. Nacionalismo español del cual PP y Ciudadanos también se hacen eco. El partido de Abascal ha pasado de no superar los 60.000 votos en las elecciones generales de 2015 y 2016, a conseguir 2.664.325 votos en las últimas elecciones celebradas y de las cuales hemos analizado la campaña electoral. Este partido ha logrado pasar de no tener representación parlamentaria a tener 24 diputados. Vox se basa en un populismo de derechas, que pretende dar ‘soluciones’ sencillas a problemas de gran envergadura, apuesta por medidas neoliberales en economía y defiende medidas sociales de gran conservadurismo que van unidas a un gran retroceso social. Este auge se debe a la importancia que han dado los medios de comunicación a Vox, como en esta investigación hemos podido comprobar, las noticias referidas al partido de Abascal ocupan un mínimo porcentaje en la televisión pública, pero un alto porcentaje (21%) en la televisión privada.

Para finalizar esta investigación, se han recopilado también los temas de los que más hablan ambas televisiones fuera del ámbito de la política nacional. Para llegar a conocer la finalidad que los informativos de una cadena y otra, se deben observar además los temas de los que más se hablan a lo largo de todo el noticiario, dejando de lado en este caso la política española. Mediante el visionado de los informativos de las 15 horas de las dos cadenas, extraemos estos dos gráficos que muestran los temas a los que dan más importancia cada una de las televisiones. Por su parte, Televisión Española ofrece temas de interés nacional como el juicio del Procés, con un 25% de aparición en los noticiarios, y el voto por correo, con un 22%, ofreciendo información sobre ambos. Trata también noticias sobre las elecciones de la Comunitat Valenciana y violencia machista, entre otros. Y destaca el tiempo que dedican al debate a 4 que se realiza en su propia cadena, concediéndole un 32% de minutaje en su informativo.



Telecinco, en cambio, dedica la mayoría de la información restante a temas que tienen que ver con Cataluña (34%), sucesos (21%) –como la muerte del niño Julen en el pozo o casos de asesinatos en plena calle- y a los escraches sufridos por PP y Ciudadanos en Barcelona con un 21% de minutaje. También tratan noticias relacionadas con la violencia machista y es llamativo el número de veces que dicen la palabra ‘terrorismo’.



Dedican un 16% de minutaje a noticias sobre posibles ataques terroristas en España o ataques que han ocurrido en nuestro país, y además intentan buscar culpables.

Es por ello que esta era del periodismo se dice que está dedicada al 'infoentretenimiento', el cual es el resultado del cambio estructural de la comunicación y aparece como una respuesta a la necesidad, por parte de los medios, de atraer la atención del público debido a la competencia que surge con Internet. Las consecuencias de este proceso son la manipulación de las informaciones y los cambios en el lenguaje, dando como resultado una nueva manera de tratar e interpretar los hechos.

Los líderes políticos han tenido que adaptarse a esta nueva manera de contar hechos, por lo que en ocasiones, utilizan el medio de comunicación como una manera de hacer campaña de sus partidos. Como ejemplo, durante la campaña electoral, la fuerza política que más practica esta estrategia es Ciudadanos, ya que Albert Rivera aparece corriendo una maratón, adiestrando perros en un mitin, montar en moto,... Demuestra que el líder de Ciudadanos conoce el funcionamiento que se ha implantado con los años en los medios, y por lo tanto hace que sus actos sean llamativos para que los informativos le dediquen más minutaje en pantalla.

Tras realizar nuestro análisis, donde más se denota este infoentretenimiento es en la cadena privada Telecinco, ya que busca 'atrapar' al espectador a través del morbo y las situaciones impactantes. Pero no solo se observa por la gran cantidad de sucesos que muestran en sus informativos, sino también por la forma en la que narran las noticias de otros ámbitos como la política nacional, tal y como hemos comprobado en esta investigación.

5. Conclusiones

Como se puede comprobar en esta investigación, las informaciones referidas a la política también están bajo la influencia del infoentretenimiento. Los informativos de la televisión, tanto pública como privada, se han visto obligados a renovar la manera de crear contenido para poder hacer frente a la competencia. La información que tratan los informativos se vuelve homogénea, ya que deben ser capaces de atraer el mayor número de espectadores posible. Por ello, cuando hablamos de que el espectáculo ha cobrado mayor importancia que los hechos, decimos que el interés humano ha superado al interés público, por ello los sucesos tienden a ocupar más minutaje en pantalla. Aun así, la información política sigue siendo importante para los medios de comunicación, y por ello los noticiarios la tratan –en ocasiones– desde el punto de vista del infoentretenimiento. Como consecuencia de esto, los líderes políticos renuevan y adaptan sus apariciones en público creando situaciones que capten la atención de los medios. Esta nueva forma de hacer noticias busca mostrar enfoques cercanos y que hacen que se pierda parte del mensaje informativo que se pretende ofrecer a la audiencia, dejando que prime el mensaje trivial.

La sección de política nacional ocupa una parte importante de los informativos, aunque no se le da la misma importancia que a otros temas. Tal y como hemos observado, la televisión pública ofrece en sus informativos una información objetiva y que narra hechos, sin pecar demasiado en el sensacionalismo –aunque lo hacen en ocasiones–; aspecto que contrasta mucho con la cadena privada analizada, ya que Telecinco ofrece en sus noticiarios una visión subjetiva de toda la información.

Las comparativas que hemos extraído con los datos que hemos analizado, llevan a la conclusión de que ambas cadenas de televisión son diferentes y tienen una manera distinta de tratar las noticias para sus espectadores. Respondiendo a las preguntas de investigación propuestas para este análisis, concluimos que:

-¿En qué aspectos se diferencian principalmente las televisiones públicas y las privadas?
¿Siguen los mismos criterios a la hora de narrar las noticias?

La televisión pública, TVE, se diferencia de la privada, Telecinco, en que no siguen el mismo criterio a la hora de escoger las noticias de las que se hablará en los informativos. La cadena pública sigue el criterio de escoger noticias de interés público, que son de interés para los espectadores y, además ofrece un tratamiento bastante informativo y objetivo. Por el contrario, la cadena privada no se rige por otro criterio que no sean los intereses de aquellos que la dirigen, de modo que ofrecen una información trivial, descontextualizada y subjetiva.

-¿Se presentan de manera igualitaria los partidos políticos/candidatos en la televisión pública y en la privada?

Con los cálculos de minutajes realizados mediante el visionado de los informativos de las cadenas de TVE y Telecinco, se contempla la gran diferencia de minutajes dedicados

a cada fuerza política y a sus candidatos. Por una parte, está la cadena pública, que sigue la norma de conceder ciertos minutos de tiempo a cada partido político en relación a la representación parlamentaria que este obtuvo en las últimas elecciones. TVE cumple con este requisito, aunque se ha de diferenciar el tiempo de precampaña y el período de campaña electoral, ya que se observa una variación en los tiempos de los dos partidos con menos representación parlamentaria. Telecinco, al no regirse por este requisito de minutaje, ofrece la información basándose en los intereses de sus dirigentes y en las noticias de infoentretenimiento, dejando el valor informativo de lado. Además, concede el segundo minutaje más alto en el período de campaña a un partido que no tiene representación parlamentaria. Esta es la diferencia más notable con respecto a ambas cadenas.

-¿Qué efectos tiene el infoentretenimiento en las noticias que ofrecen los informativos?

Por último, la cuestión del infoentretenimiento. Esta nueva manera de tratar la información ha cambiado la forma en que los presentadores narran las noticias y en que los espectadores la captan. Los informativos de 2019 se han adaptado a esta nueva corriente, de manera que las noticias de interés humano superan a las de carácter informativo. Con respecto a los datos obtenidos en este análisis, observamos que la cadena privada se dedica a ofrecer noticias de carácter subjetivo. Telecinco se caracteriza por dedicar la mayor parte de su telediario a los sucesos y a informaciones que hagan al espectador sentir algo. Por ejemplo, además de seleccionar noticias de asesinatos, también recogen muchas noticias sobre terrorismo, lo cual hace que la gente que ve estas noticias cree una opinión a través del medio de comunicación.

En resumen, esta investigación ha logrado comparar dos de las cadenas españolas más importantes, de manera que se ha establecido una clara diferencia en cuanto a los minutajes dedicados a cada fuerza política, el enfoque que ambas ofrecen de las noticias, el tono y el lenguaje que utilizan, y además, conocer cómo el infoentretenimiento ha afectado a las informaciones.

6. Bibliografía

- Casero, Andreu (2009): El control político de la información periodística. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 354 a 366. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna
- Früh, W. y Wirth, W. (1997): “Positives und negatives infotainment. Zur Rezeptionunterhaltsamauferbereiteter TV-Informationen”. En Bentele, G. y Haller, M. (eds): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Constance: Univesitätsverlag Konstanz.
- JA García-Avilés (2007): “El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea”, *Análisi, Cuaderns de Comunicació i Cultura*, 35, pp. 47-63.
- LANGER, J. (1998). Tabloid Television: popular journalism and the «other news». Londres y Nueva York: Routledge.
- M^a Ángeles García Asensio, Carlos Aguilar Paredes, Lucía Jiménez Iglesias, Cristina Ruiz Moreno, Lydia Sánchez Gómez (2018): “El discurso reproducido como indicador del pluralismo interno de los medios de comunicación: el caso de los telediarios de TVE y TV3”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 991 a 1015.
- Missika, J.L. (2006): La fin de la télévision. París: Éditions du Seuil et La République des Idées.
- PRADO, E. (2003). «La espectacularización de la realidad». El anuario de la televisión. Madrid: GECA, p. 178-186.
- Ortells, S. (2012). Infoentretenimiento y periodismo político en televisión: visiones contrapuestas de un problema complejo. Revista Latina de Comunicación Social. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/80555/Ortells99_115%20.pdf?sequence=1
- X Soengas-Pérez, C Elías-Pérez, AM López-Cepeda (2018): “El tratamiento de la información política e institucional en TVE”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 1072 a 1089