

# **EL NOTICIARIO EN LA TELEVISIÓN DEL SIGLO XXI: ¿DEVALUACIÓN O VIGENCIA DE UN ELEMENTO CLAVE EN LA IMAGEN DE LAS CADENAS?**

Miguel Vicente Mariño

Universitat Autònoma de Barcelona

[mvicentem@yahoo.es](mailto:mvicentem@yahoo.es)

## **Introducción**

El noticiario televisivo es un programa basado en la sucesión de piezas informativas que ofrece a la audiencia, con una periodicidad definida, un resumen de los acontecimientos que, para el equipo de profesionales que firman el espacio, resultan los más relevantes de la actualidad. Pero esta definición se conforma con una aproximación superficial al verdadero significado de los noticiarios para la televisión. Estos espacios de algo más de media hora de duración se convierten en el principal nutriente informativo de las programaciones televisivas contemporáneas. Su consolidación a lo largo de la breve historia de este medio de comunicación ha sido uno de los procesos más evidentes, disfrutando de una estabilidad que despierta la envidia de cualquier otro programa.

Y su perpetuación en las parrillas se debe –y, al mismo tiempo, provoca– al establecimiento de una serie de hábitos de recepción televisiva que conducen hacia una organización cronológica específica, compartida por gran parte de las sociedades económicamente desarrolladas. Los noticiarios son asimilados por un amplio sector de la audiencia como unas citas que, en la medida en que coinciden con el momento dedicado a la alimentación y a la convivencia familiar, acaban siendo inevitables. Nos encontraríamos ante un ejemplo de recepción ritual, en sintonía con alguna de las afirmaciones de Callejo (1995). De todos modos, el paso de los años y las profundas transformaciones tanto del ecosistema mediático como de las sociedades post-industriales podría haber trastocado las funciones atribuidas a este formato televisivo.

En las siguientes páginas, intento presentar la evolución histórica seguida por los noticiarios en los últimos años, mostrando algunas significativas modificaciones que

han desembocado tanto en el mantenimiento en las programaciones del formato como en la diversificación y evolución de la oferta. El interrogante sobre el futuro del noticiario sólo se desvelará con el paso de los años, aunque intento brindar algunas tendencias a tener en cuenta en una aproximación de naturaleza proyectiva y, sobre todo, algunos apuntes que pueden contribuir a establecer una tipología de este tipo de programas informativos.

### **La adaptación al medio: la información televisiva busca su sitio**

Cuando la televisión comenzaba a dar sus titubeantes primeros pasos, no contaba con la información como uno de sus puntos de apoyo. De hecho, la actualidad informativa permanecía en un oscuro segundo plano respecto al entretenimiento. Si esta relegación era comprensible dado el insuficiente grado de desarrollo técnico, no lo era tanto si tenemos en cuenta que todos los medios de comunicación habían acabado por incorporar los contenidos informativos a su transmisión simbólica. La prensa escrita y la radio lucharon desde el primer momento por mantener el coto sobre las noticias que habían levantado durante el primer tercio del siglo XX<sup>1</sup>. Así las cosas, “la televisión no se concibió con una intencionalidad informativa, como sucedió con la radio: surgió claramente como entretenimiento, como espectáculo” (Marín, 2003: 28).

Sin embargo, el potencial de la tecnología audiovisual no tardó en poner en evidencia que la imagen sería un activo de primer orden para garantizar el éxito de la implantación de la información en las programaciones televisivas. De todos modos, el precario nivel de desarrollo tecnológico no se pudo comenzar a subsanar hasta que el convulso clima político de los años cuarenta amainó. De hecho, ya durante la Segunda Guerra Mundial se implementó en gran medida la capacidad de transmisión a distancia de la imagen televisiva. La trascendencia del conflicto bélico justificó que el 7 de diciembre de 1941, se brindase por primera vez una cobertura televisiva a un acontecimiento. Se trataba del ataque japonés a la base estadounidense de Pearl Harbour:

---

<sup>1</sup> Las luchas entre los medios de comunicación son moneda corriente en los periodos de transición tecnológica. Hoy en día, asistimos al conflicto entre las nuevas tecnologías –internet o el multimedia- con los medios tradicionales –aunque este calificativo sea arbitrario- por atraer a sus dinámicas productivas al mayor número posible de público, en el que la calidad de la información es uno de los argumentos que se esgrimen con frecuencia.

*“Al tener conocimiento del ataque, la CBS puso en marcha su emisora experimental WCBW de Nueva York y emitió el primer reportaje amplio y espectacular de noticias por televisión. El servicio, realizado por Richard Hubell y Gubert Seldes, se prolongó por espacio de nueve horas introduciendo el uso de fotos, mapas, gráficos y efectos de montaje en un intento de visualizar la noticia (...) Algunos de los elementos utilizados en aquella ocasión siguen siendo hoy elementos insustituibles en los noticieros televisivos” (Faus Belau, 1995: 185).*

El fin del contubernio mundial supuso el pistoletazo de salida para la implantación de la información en el medio televisivo, iniciándose la experimentación para definir un modelo específico de noticiero en televisión. En los primeros años, la presencia del documental acaparaba toda el tiempo dedicado a la actualidad. Se trataba de una época en la que la proximidad con el cine era más que evidente. La grabación de materiales se realizaba en formato cinematográfico y la exposición de la información se realizaba en las salas comerciales, a la espera de que los televisores poblasen los hogares.

Pero una vez superada la fase de regularización de las emisiones, ya en 1948 la British Broadcasting Corporation (BBC) puso en marcha el primer servicio regular de noticias, concretamente el 4 de enero de ese año se emitía el primer noticiero de la historia de la televisión (Marín, 2003: 37). Desde entonces, la consolidación de la información en televisión ha sido una realidad incuestionable a la luz de las programaciones de unas cadenas que, para garantizar su supervivencia en un entorno tan competitivo, no tuvieron más remedio que recurrir al potencial comunicativo de la actualidad televisada.

Sin embargo, este reconocimiento no se tradujo durante la década de los cincuenta en un éxito simétrico en la satisfacción de las audiencias, en parte debido a que la información que se emitía en televisión no era más que, salvando las distancias, la retransmisión de un diario radiofónico. La figura del busto parlante no conseguía eclipsar la escasez de material audiovisual, impuesta por el retraso tecnológico en la filmación y transmisión de imagen. El paso de los años ha supuesto el afianzamiento de la figura de los conductores, por lo que el perfeccionamiento del componente visual puede considerarse como el factor desencadenante del asentamiento de los noticieros televisivos.

## **La consolidación definitiva del formato**

La superación de estas carencias desembocó en un periodo de unos veinte años, coincidiendo con las décadas de los sesenta y setenta, en los que la televisión se convirtió en el medio por excelencia, con un índice de penetración en imparable crecimiento gracias al constante perfeccionamiento de su potencial tecnológico: llega el color a los receptores, los satélites reducen las distancias, aparecen las agencias y los servicios de noticias internacionales...

En esta época, la información en televisión alcanza un desarrollo parejo al del conjunto del medio televisivo, aunque su cuota de pantalla respecto a otros macrogéneros, como el entretenimiento, sigue siendo testimonial, ya que sólo ocupaba el 9% de la programación frente al 82% de espacios vinculados al espectáculo (Faus Belau, 1995: 262). A partir de los setenta, las estructuras de los noticiarios adoptaron un esquema que se mantendría prácticamente intacto hasta hoy en día, como resultado de la generalización del interés de las audiencias por la información. Así, la duración de los noticiarios se estableció en la frontera de los treinta minutos, con al menos dos ediciones diarias. El éxito de estas técnicas acabó convirtiéndose en un argumento paralizante de las innovaciones, ya que las fórmulas consolidadas impedían la búsqueda de nuevos formatos. La apuesta por los valores seguros y rentables es una máxima que continúa presidiendo un medio en el que las apuestas que conlleven cualquier factor de riesgo cuentan con un margen de error mínimo.

La consolidación de cualquier formato televisivo es el resultado de un conjunto de fluctuantes relaciones entre una serie de condicionantes tan diversos que convierten al secreto del éxito en un complejo enigma. A lo largo de la breve historia de la televisión, las múltiples propuestas lanzadas desde las cadenas han experimentado unas trayectorias tan divergentes que dificultan cualquier generalización sobre las claves para garantizar una existencia tranquila y prolongada en una parrilla audiovisual. No es necesario apelar a la feroz competencia que preside el entorno contemporáneo, ya que la sucesión de programas ha sido y continúa siendo constante y, en la medida en que las sociedades evolucionaban, los géneros se veían en la obligación de adaptar sus estilemas a la cambiante coyuntura.

En este efímero panorama, la figura del noticiario televisivo ha seguido un itinerario diferente, ya que a pesar de los diversos esquemas que se han lanzado tanto en el eje cronológico como en el territorial, este formato ha dado probadas muestras de su capacidad de resistencia. Hoy en día, la información se ha consolidado como un macrogénero ineludible para cualquier cadena de televisión generalista, en parte gracias al éxito de los noticiarios. Su presencia en las parrillas es capital tanto cuantitativa como cualitativamente, ya que a la considerable cifra de horas diarias que se le dedican debe sumársele su ubicación preferente en las franjas de mayor audiencia. De hecho, los noticiarios se han convertido en puntos de referencia para la audiencia por su capacidad para responder a la demanda informativa de gran parte del público. Las cadenas, conscientes de que la batalla que libran sus servicios de informativos no sólo se gana en los audímetros sino también en la imagen y confianza despertada entre el público, destinan un esfuerzo económico considerable para consolidar sus noticiarios en el mercado audiovisual.

### **Los noticiarios contemporáneos: un elemento imprescindible**

Tras reconstruir parcialmente la historia del formato, entro en las próximas líneas en el proceso de diversificación de la oferta experimentado en las últimas dos décadas. La expansión tecnológica de la televisión ha desembocado en una multiplicación de los canales de emisión y, en consecuencia, en la aparición de diversas puestas en escena para el noticiario. Sin embargo, y a pesar de que las diferencias entre las propuestas son significativas, su calado no impide que la audiencia continúe diferenciando de forma meridiana este formato de otros en los que la información es un elemento más de un *cocktail* marcado por la hibridación.

Esta distinción tiene como uno de sus principales argumentos la permanencia en antena, ya que las propuestas de programas que incorporan la información como un elemento en combinación con el entretenimiento se han sucedido con mayor o menor éxito en los últimos años. Así, grandes éxitos de audiencia, como *Caiga Quien Caiga*<sup>2</sup> o *El*

---

<sup>2</sup> Este programa ha sido recuperado por Telecinco en la temporada 2004-2005, respetando en gran medida la estructura original del espacio que, conducido por El Gran Wyoming, alcanzó un sonoro éxito al

*Informal*, han acabado por desaparecer, mientras que muchos otros han pasado sin pena ni gloria por los receptores españoles. Sólo *Las Noticias del Guiñol* disfrutaban de una salud de hierro, aunque las exigencias de resultados impuestas por Canal + no son en absoluto comparables con el resto de las cadenas estatales<sup>3</sup>.

Se puede afirmar también que el nivel de exigencia que experimentan los noticiarios a la hora de rendir cuentas ante los audímetros es menor que el resto de programas, relación que confirmaría la importancia de los informativos como imagen de la cadena. Los costes de suprimir un noticiario con una ligereza similar a la que muchos espacios son desplazados a lo largo de la programación –o, simplemente, eliminados- serían más elevados que el mantenimiento de un informativo tradicional con unas cuotas de pantalla relativamente bajas. Esta circunstancia justificaría la persistencia del formato, al margen de los vaivenes impuestos por el *share*.

La dimensión simbólica del noticiario en el conjunto de las cadenas brinda un amplio margen operativo a un formato que, al mismo tiempo, se ve en la obligación de responder a una serie de criterios, de forma y de fondo, considerablemente estrictos. Son las dos caras de una misma moneda: la seguridad, en lugar de abrir nuevos horizontes, se obtiene en función de la adecuación de los modelos a las líneas maestras de un patrón que restringe la libertad operativa de los profesionales. La alteración de este plan director sería castigada no sólo por la cadena sino también por una audiencia que podría encontrarse en dificultades para descifrar el nuevo código comunicativo del noticiario.

Nos encontramos, por lo tanto, ante un proceso de diversificación de la oferta en el que el eje de diferenciación es tenue, sobre todo si lo comparamos con el ritmo de multiplicación de la oferta. A partir de los ochenta, las televisiones públicas europeas vieron como florecían a su alrededor nuevos canales de televisión de naturaleza diversa. Así, las cadenas autonómicas compartían la financiación pública con los operadores estatales, pero las emisiones vía satélite rompían las fronteras; las cadenas privadas aportaban una concepción empresarial a un medio en el que, hasta entonces, primaba la concepción de servicio público y una relativa despreocupación por el balance financiero

---

plantear una aproximación alternativa a la actualidad. De todos modos, su periodicidad semanal y el tono sarcástico dominante obligan a entrecomillar, en gran medida, la calificación de noticiario.

<sup>3</sup> Sobre los programas que combinan el humor con la información política, véase Berrocal, 2001.

que han puesto en la cuerda floja a muchos operadores; las emisiones locales acercaban todavía más el medio al público contribuyendo a una relativa desmitificación del medio... Y, en todo este proceso de reproducción televisiva, los noticiarios se convirtieron en un generalizado compañero de viaje, donde los rasgos comunes han sido superiores a las divergencias.

A pesar de las diferencias estructurales entre la implantación del medio televisivo en las dos orillas del Océano Atlántico, la expansión de los canales es un fenómeno común. De hecho, Estados Unidos es quien, desde un primer momento, abre su mercado a los operadores, estimulando la competencia entre cadenas. Los noticiarios se convierten en un elemento de primer orden en esta lucha empresarial y el perfeccionamiento tanto del periodismo televisivo como del formato que analizamos es evidente. La mayor experiencia norteamericana se convertiría, con el paso del tiempo, en una ventaja comparativa respecto al viejo continente, provocando que la influencia estadounidense sea fácilmente perceptible en muchos noticiarios europeos. Autores como García Avilés (1996) o Marín (2003) defienden esta noción como uno de los principales rasgos de la información televisiva europea y, sobre todo, española, con una visible tradición en el estilo mayoritario en los noticiarios.

### **El noticiario en España: desde el “parte” hasta la diversidad**

A pesar de padecer un considerable retraso histórico, España no ha permanecido al margen del proceso de multiplicación de la oferta de cadenas y, en consecuencia, de noticiarios que se ha experimentado en la mayoría del planeta. Su evolución es similar al resto de estados económicamente desarrollados, aunque el aislamiento provocado por la dictadura franquista durante la posguerra supuso que la televisión en España siempre fuese a rueda de las potencias europeas.

La soledad de Televisión Española (TVE) en la emisión, quebrada tan sólo por la aparición de un segundo canal que jamás estuvo orientado hacia la competencia directa con la empresa matriz, devino en un relativo anquilosamiento operativo de la información en televisión. El perfeccionamiento del proceso tecnológico, aquejado del mismo retraso estructural, fue culminándose lentamente, pero tanto la forma como el

contenido del ya mítico “Telediario” mantenían unas líneas fácilmente identificables<sup>4</sup>. Esta peculiar evolución del medio motiva el juicio de Marín (2003: 93), con el que coincidimos plenamente:

*“la ralentización –no sólo desde sus inicios, sino hasta bien entrados los ochenta- de los espacios informativos, esto es, su incapacidad por consolidarse como medio de información ágil, competente y contrastado. Los motivos eran claros: el Régimen de Franco imposibilitaba la expansión del medio, además de una economía precaria derivada de la dictadura, y una falta de rivalidad en el medio que obligase a los profesionales de TVE a interesarse por los avances de sus adversarios”.*

La entrada en escena, a partir de 1983, de los noticiarios de las cadenas autonómicas supone la primera llamada de atención para la emisora pública y la llegada de la década de los noventa, con la puesta en marcha de los operadores privados, supone la conformación de un mercado en el que la competencia entre cadenas se convierte en uno de los principales acicates para el perfeccionamiento de las narrativas de la información audiovisual.

La arriesgada apuesta de Telecinco por una programación sin noticiarios supone un escarmiento para la cadena de origen italiano y una lección bien aprendida por cualquier empresa con vocación de permanencia en antena. En consecuencia, a partir de la última década del siglo XX se vive una lucha por la audiencia en la que el prestigio de los informativos justifica la inversión de grandes remesas presupuestarias para construir un equipo de garantías. Los conductores del informativo que, tradicionalmente, habían sido el referente principal del espacio ven como no sólo mantienen su prestigio e imagen pública sino que también se convierten en valorados artículos de puja entre las cadenas. La identificación que se produce entre el responsable de la presentación y la audiencia justifica el notable incremento de las retribuciones de estos profesionales.

---

<sup>4</sup> En esta comunicación, y en el conjunto de la investigación doctoral que realizo, considero que el término noticiario sintetiza con mayor precisión el formato televisivo analizado. Otros autores, como de Aguilera (1986) emplean el término “telediario”, aunque el contexto actual de diversificación de la oferta obliga a renunciar a un vocablo que se identifique de modo tan evidente con el informativo de una de las cadenas que compite en el mercado.

En el contexto español, los ejes de la titularidad y financiación del medio –públicos y privados- y del ámbito de difusión –supraestatal, estatal, autonómico o local- suelen marcar las mayores diferencias entre los boticarios, aunque se percibe una mayor tendencia hacia la homogeneización del formato (Vicente, 2005).

### **Hacia una tipología del noticiario**

La relevancia que se le atribuye al noticiario como ingrediente de las parrillas televisivas, tanto desde la audiencia como desde las propias cadenas, no se ha traducido en una excesiva acumulación de investigaciones sobre este formato. De hecho, la unidad de análisis prioritaria a la hora de estudiar la información televisiva ha sido siempre la noticia. La bibliografía que toma como objeto de estudio exclusivo al noticiario es escasa y su presencia suele ser colateral respecto a otros objetivos de investigación. Así las cosas, la construcción de una tipología que pulse las diversas dimensiones que intervienen en la producción de estos productos televisivos es una tarea pendiente para la investigación en comunicación. Los intentos de Pedro Maciá (1981) y Miguel de Aguilera (1986) obedecen a un contexto ya superado, por lo que es necesario definir una serie de criterios que permitan diferenciar las propuestas de cada cadena. Partiendo de la investigación doctoral que estoy realizando, es posible enumerar una serie de variables que deberían tenerse en cuenta para establecer una tipología de noticiarios:

- **El modelo de conducción.** La figura del presentador es uno de los pilares básicos del noticiario, por lo que las cadenas se posicionan de un modo explícito al optar por uno u otro modelo. La conducción en solitario responde a una concepción más clásica del formato en la que las reminiscencias de los informativos radiofónicos son evidentes (*Telediario*, TVE1). Por su parte, los modelos corales derivan en un programa más dinámico, aunque la amplia gama de combinaciones permite la diferenciación entre propuestas. Así, el peso de los conductores puede distribuirse de modo equitativo (*Telenoticias*, TV3), o dotar de mayor protagonismo a uno de los profesionales (*Antena 3 Noticias 2*). De hecho, la adopción de un modelo no implica

su expansión al conjunto de la cadena sino que, tanto Antena 3 como Telecinco, combinan diferentes conducciones a lo largo de la semana<sup>5</sup>.

- **Escenografía.** La puesta en escena de un noticiario es un factor relevante para identificar no sólo un noticiario sino, más bien, el conjunto de los servicios informativos de cada cadena. La principal diferencia que se observa en los noticiarios actuales apunta a la integración del plató en la redacción de informativos, transmitiendo una imagen del noticiario como el resultado de un esfuerzo colectivo, mientras las propuestas más clásicas continúan optando por un plató cerrado.
- **Elementos identificativos.** Las caretas, de entrada y despedida, y las ráfagas son un recurso de gran interés para identificar el planteamiento que desea transmitir la cadena con sus noticiarios. Además, cumplen una función sintáctica de gran importancia, al contribuir de modo decisivo a la definición del ritmo del informativo. El encadenamiento de piezas informativas y recursos de enlace se acaba convirtiendo en una señal de identidad de gran importancia que puede pasar desapercibida a la hora del análisis.
- **Cantidad y duración de las noticias y del noticiario.** Si la forma del noticiario transmite una gran cantidad de información sobre el programa, la importancia del fondo, es decir las noticias, es capital. Los aspectos que se pueden medir con una mayor facilidad y que brindan una precisa radiografía del esqueleto del noticiario son las divisiones que impone la *scaletta* diseñada por los directores. En función de la duración de los programas informativos, Barroso (1996) estableció una tipología que debe completarse con una aproximación empírica a las piezas informativas para proporcionar una caracterización más precisa de los noticiarios.
- **Distribución de los tiempos de imagen y sonido.** Entrando ya de lleno en el contenido del noticiario, se pueden apreciar las diferencias más significativas en el ámbito del alineamiento ideológico de cada medio. Los dos componentes principales del lenguaje audiovisual, imagen y sonido, nos permiten acceder a un primer nivel analítico en el que se pueden identificar de forma precisa los criterios de selección aplicados por la redacción en el proceso de edición del noticiario. La elección de protagonistas, fuentes y declaraciones es un elemento crucial para aprehender la visión que transmite cualquier producto mediático.

---

<sup>5</sup> La marcha de Àngels Barceló de Informativos Telecinco en verano de 2005 ha provocado que la edición de noche ponga en escena un modelo de presentación coral con tres conductores, donde se distinguen dos conductores principales, en el mismo plano, y un tercero con funciones auxiliares.

- **Agendas y encuadres.** Una vez pulsado el primer nivel del análisis de contenido, es necesario acceder a una segunda instancia en la que se persigue la identificación de los modos de aproximación y de difusión que los periodistas aplican sobre la información. Los conceptos de agendas (de acontecimientos y de atributos) y de encuadres pueden resultar de gran utilidad para cumplir este objetivo, ya que se completaría una caracterización exhaustiva de los marcos de referencia que transmiten los noticiarios cada día, permitiendo diferenciar de un modo meridiano los posicionamientos de cada cadena ante los eventos más relevantes de la actualidad.

Completar un análisis preciso en estos seis ámbitos permitiría definir de modo inequívoco los noticiarios de cada cadena y, en un momento posterior, proporcionaría la base empírica para caminar hacia la definición de una tipología de los noticiarios que responda a la producción televisiva contemporánea. Obviamente, el estudio del mensaje periodístico que se transmite a través del fondo y de la forma del noticiario debería completarse con una profunda revisión de los contextos y públicos de recepción para alcanzar un conocimiento íntegro del proceso comunicativo. Este objetivo excede las fronteras de esta comunicación, por lo que considero que el siguiente paso apuntaría a la definición, tras un análisis de las dimensiones propuestas, de una tipología de noticiarios que responda fielmente a la información televisiva actual.

## **Conclusiones**

La importancia del noticiario es el resultado de la combinación de una dimensión de naturaleza pragmática con una vertiente de índole mucho más simbólica. Por una parte, encontramos a la audiencia que, en la medida en que el noticiario es un programa televisivo más, determina la senda que sigue en la programación. La dictadura del audímetro es una realidad con la que cualquier profesional de la televisión ha de convivir, suponiendo al mismo tiempo un estímulo para el perfeccionamiento constante del producto emitido y una fuente de inquietud e incomodidad. Pero, por otra parte, los noticiarios disfrutaban de un régimen especial en las parrillas contemporáneas, ya que cuentan con una relativa garantía de permanencia en antena. Con esto no afirmo, ni mucho menos, que la lucha por la audiencia no tenga en los informativos uno de sus

principales campos de batalla, sino que la relevancia simbólica de estos espacios les proporciona una libertad de movimientos muy superior a la del resto de formatos.

Esta composición dicotómica es un arma de doble filo, ya que los responsables de la puesta en escena de los noticiarios son conscientes de las directrices que, en tanto que han desembocado en la perpetuación del noticiario en las programaciones, deben ser respetadas para mantener el privilegio de la emisión diaria. Así, el margen de actuación a disposición del noticiario es muy inferior al que se podría intuir. El paso de los años ha provocado la asimilación por parte de la audiencia de los códigos televisivos y, en consecuencia, inmoviliza parcialmente la capacidad de innovación. La necesidad de mantener las cuotas de pantalla justifica la repetición del modelo, intentando suprimir el riesgo, a diferencia de otros géneros en los que la apuesta por la ruptura se justifica en base a la posibilidad de suprimir el producto en un plazo de tiempo tan breve que minimice las pérdidas.

La construcción de una tipología de noticiarios debe partir de un intento por cubrir las diversas dimensiones que conforman no sólo el producto sino también el conjunto de factores que intervienen en cualquier proceso de comunicación a través de medios masivos. En esta comunicación se han aportado algunas variables que abarcan, principalmente, el contenido –la forma y el fondo- del noticiario, pero una caracterización plena del formato ha de integrarlo en el conjunto del proceso en el que surge, por lo que factores como la audiencia, los condicionantes del contexto de producción o los diversos códigos que intervienen en la transmisión del mensaje son instancias a tener en cuenta a la hora de validar la pertinencia de la tipología que se persigue. La relativa escasez de investigaciones centradas de modo exclusivo sobre los noticiarios supone un estímulo para el esfuerzo académico, que se suma al interés que, por su relevancia y tradición, debe despertar un formato como el noticiario.

## **Bibliografía**

Aguilera, Miguel de (1986): *El Telediario: un proceso informativo*. Barcelona: Mitre.

Barroso, Jaime (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

Berrocal, Salomé et al. (2001): “La imagen de los partidos políticos en *El Informal*, *CQC* y *Las Noticias del Guiñol* en las elecciones legislativas de 2000. En *ZER, Revista de Comunicación*, nº 11, pp.167-184.

Callejo Gallego, Javier (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Faus Belau, Ángel (1995): *La era audiovisual: Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.

García Avilés, José Alberto (1996): *Periodismo de calidad. Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*. Pamplona: Eunsa.

Maciá, Pedro (1981): *Televisión, hora cero*. Madrid: ERISA.

Marín, Carles (2003): *La noticia audiovisual a través de la historia de la televisión*. Palma de Mallorca: Ed. Calima.

Vicente, Miguel (2005): *La información televisiva durante la crisis del Prestige: Análisis de contenido de los noticiarios de TVE1, TV3, Antena 3 y Telecinco*. Trabajo de investigación doctoral (inédito)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Este trabajo de investigación está inédito. Si alguien desea consultarlo, o enviar cualquier tipo de crítica o comentario pueden contactar conmigo a través de la esta dirección: [mvicentem@yahoo.es](mailto:mvicentem@yahoo.es)