

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“L’evolució estètica dels informatius des
de l’aparició de les noves cadenes
privades fins l’actualitat”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Franco Pedrós Vega

Tutor/a:

Beatriz Herráiz Zornoza

GANDIA, 2015

Índex

	<u>Pàg.</u>
RESUM.....	4
1. INTRODUCCIÓ.....	4
1.1. <i>Estructura del treball</i>	5
1.2. <i>Metodologia</i>	6
2. ELS INFORMATIUS.....	7
2.1. <i>La televisió com a mitjà d'informació</i>	7
2.2. <i>Origen i evolució</i>	7
2.3. <i>Origen i evolució a l'Estat Espanyol</i>	10
2.4. <i>Model actual de la televisió</i>	12
3. HÀBITS DE CONSUM TELEVISIU PER PART DE L'ESPECTADOR.....	12
4. COM ES MESURA L'AUDIÈNCIA.....	13
5. EVOLUCIÓ ESCENOGRÀFICA DELS INFORMATIUS.....	14
5.1. <i>Evolució escenogràfica de l'informatiu de TVE</i>	14
5.1.1. <i>L'ESCENOGRAFIA ALS ANYS 80</i>	14
5.1.2. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1989 AL 1991</i>	15
5.1.3. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1991 AL 1994</i>	15
5.1.4. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1996 AL 1998</i>	16
5.1.5. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1998 AL 2004</i>	17
5.1.6. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2004 AL 2008</i>	17
5.1.7. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2008 AL 2012</i>	18
5.1.8. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2012 AL 2015</i>	19
5.2. <i>Evolució escenogràfica de l'informatiu de Telecinco</i>	20
5.2.1. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1993 AL 1994</i>	20
5.2.2. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1994 AL 1996</i>	21
5.2.3. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1996 AL 1998</i>	21
5.2.4. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1999 AL 2001</i>	22
5.2.5. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2001 AL 2005</i>	22
5.2.6. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2005 AL 2010</i>	23
5.2.7. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2010 AL 2015</i>	24
5.3. <i>Evolució escenogràfica de l'informatiu d'Antena 3</i>	24
5.3.1. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1989 AL 1992</i>	24
5.3.2. <i>L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1992 AL 1993</i>	25

5.3.3. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1993 AL 1996	26
5.3.4. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1997 AL 1998	26
5.3.5. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 1998 AL 2000	27
5.3.6. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2000 AL 2010	27
5.3.7. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2011 AL 2014	29
5.3.8. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2014 AL 2015	30
5.4. Evolució escenogràfica de l'informatiu de Cuatro	30
5.4.1. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2005 AL 2015	31
5.5. Evolució escenogràfica de l'informatiu de laSexta	33
5.5.1. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2006 AL 2013	33
5.5.2. L'ESCENOGRAFIA DES DEL 2013 AL 2015	33
6 EL COLOR DE L'INFORMATIU EN RELACIÓ AL COLOR DEL MITJÀ.....	34
6.1. El color: blau	35
6.2. El color: taronja	36
6.3. El color: roig	37
6.4. El color: verd	38
7. LA FOTOGRAFIA DELS INFORMATIUS.....	39
7.1. La fotografia de l'informatiu de TVE	39
7.2. La fotografia de l'informatiu de Telecinco	40
7.3. La fotografia de l'informatiu d'Antena 3	41
7.4. La fotografia de l'informatiu de Cuatro	42
7.5. La fotografia de l'informatiu de laSexta	43
8. LA IL·LUMINACIÓ	43
8.1. La il·luminació en l'informatiu de TVE	44
8.2. La il·luminació en l'informatiu de Telecinco	45
8.3. La il·luminació en l'informatiu d'Antena 3	46
8.4. La il·luminació en l'informatiu de Cuatro	46
8.5. La il·luminació en l'informatiu de laSexta	47
9. CONCLUSIÓ	47
10. BIBLIOGRAFIA	50
11. ANNEXOS	52
1.1. Annex 1	52
1.2. Annex 2	54

Resum

Aquest treball pretén dur a una anàlisi estètica dels informatius generalistes de l'Estat Espanyol, des de l'aparició de les cadenes privades, als anys noranta, fins l'actualitat. Per tant, es deu d'analitzar el tractament cromàtic dels diferents informatius per a saber si sol estar relacionada amb els colors corporatius del mitjà. També s'ha d'analitzar com ha sigut l'evolució dels tipus de pla amb el transcórrer dels anys. A més, examinar l'escenografia dels informatius per veure si ha anat evolucionant per atraure més l'atenció dels televidents. De manera paral·lela s'ha de constatar els canvis realitzats en la il·luminació per a saber quin és el tipus d'il·luminació. Per això es farà un visionada dels diferents informatius, en els diferents períodes per veure com ha evolucionat l'escenografia, el tractament cromàtic, la fotografia i la il·luminació.

Abstract

This work aims to bring an aesthetic analysis of general news from Spain, since the advent of private broadcasters, in the nineties, until today. Therefore, you should analyze the chromatic treatment of the different information to know if it can be related to the corporate colours of the media. It should also analyze how has been the evolution of the types of shot with the passing of the years. Also, examine the sets of information to see if it has evolved to attract the attention of viewers. In parallel must observe changes in illumination to know what kind of lighting. For this there will be viewing different information, at different time to see how it has evolved the set design, chromatic treatment, photography and lighting.

Paraules clau:

Comunicació, televisió, informatius, estètica, escenografia.

Key words:

Communication, television, news, aesthetic, set.

1 Introducció

En aquest treball final de grau ens proposem d'exposar una anàlisi i evolució estètica dels informatius, a l'estat espanyol, a partir del 1990, quan comencen les noves emissions d'*Antena 3*, *Telecinco* i *Canal Plus* i després al 2005 i 2006 respectivament es realitzarà l'estudi de *Cuatro* i *laSexta*. A banda d'això no analitzarem l'informatiu de *Canal +*, perquè no s'ha mantingut en obert durant tots aquest temps. Al ser una cadena de pagament ha anat variant les seues emissions en obert, és per això que no ha tingut una continuïtat al llarg dels anys.

L'objectiu principal d'aquest treball és conèixer l'evolució dels diferents informatius en l'àmbit espanyol que impliquen un enfocament estètic, mitjançant els elements que els componen, les motivacions per tal canvi, cap a on han evolucionat i amb quin objectiu. Per tal d'arribar aquest objectiu hem d'examinar l'escenografia en els diferents

informatius, tot seguit interpretar el valor estètic del color i el to de la imatge utilitzada, per avaluar la fotografia dels informatius en els quals hem d'examinar: el tipus de pla, duració, moviment i altura de la càmera i per a finalitzar veure com influeix la il·luminació en els elements que componen l'escenografia. Així mateix hem de plantejar-nos com a possibles hipòtesis; sí els aspectes estètics dels informatius han anat evolucionant per atraure més l'atenció dels televidents. A més de si la gama cromàtica dels informatius sol estar relacionada amb els colors corporatius del mitjà.

A l'hora de realitzar aquest treball es plantejaven una sèrie de contratemps com la poca informació que hi ha al respecte sobre l'estètica en els informatius: tota o quasi tota la informació que pots trobar és sobre el llenguatge audiovisual dels informatius o la seua realització, però escorcollant per diversos llibres pots traure informació rellevant per al treball. De manera paral·lela tampoc hi ha molta informació videogràfica dels informatius de la dècada dels noranta per la xarxa. Per aquest motiu em vaig posar en contacte amb el grup *Atresmedia* per a demana-li si em podien deixar imatges dels informatius d'*Antena 3* i *laSexta*, però la seua contestació va ser que no. Pel que fa a grup *Mediaset*, els vaig enviar un parell de correus electrònics i mai em van contestar, després vaig intentar posar-me en contacte amb ells per via telefònica i res tampoc. Així doncs que indagant en profunditat podem traure la informació necessària per a la realització d'aquest treball.

Per aquesta raó les etapes que s'han seguit per a l'elaboració del treball són; plantejar-nos com ha d'estar estructurat el treball, quines coses són rellevants i quines no; extraure gran quantitat d'informació de les diferents vies possibles, ja siga per internet, llibres o altres treballs que aporten alguna cosa ressenyable. A més hem de realitzar una visionada detallada de l'escenografia, el color, la fotografia i la il·luminació dels diferents informatius a analitzar.

1.1. Estructura del treball

Els procediments per a elaborar els continguts de cada apartat del treball són: realitzar un recorregut per l'origen i evolució de l'informatiu, per la qual cosa ens basarem sobretot en dos autor com són Barroso i Cebrián, per a saber com ha anat evolucionat aquest gènere des dels seus inicis. D'altra banda s'ha de veure quina ha sigut la trajectòria de l'informatiu en l'Estat Espanyol, per a tindre una visió més propera del nostre entorn. Així com conèixer els hàbits de consum televisiu per part de l'espectador, per veure si han canviat amb la introducció de les noves tecnologies. A més s'ha d'entendre com es mesura l'audiència, perquè qualsevol programa depèn dels índexs d'audiència que fa que tinga èxit o no.

Després es realitzarà una anàlisi de l'escenografia dels diferents informatius generalistes de 1990 fins arribar als nostres dies, de com s'ha passat d'una taula i un fons, a una taula i en compte d'un fons la gent de la redacció de l'informatiu o a altres mètodes. A més de tècniques o tecnologies que s'han posat a l'abast dels noticiaris perquè siguen més atractius per als televidents. És per això que els informatius a estudiar són primerament els de *TVE*, *Antena 3* i *Telecinco*, deixant de banda *Canal +* per el comentat abans i també els canals autonòmics. Dit això, l'anàlisi està pensada

per a estudiar l'evolució de l'escenografia cada cinc anys o en el seu defecte cada cop que hi hagi un canvi de decorat.

Seguidament es realitzarà una anàlisi del color dels informatius per a veure si correspon amb el color corporatiu del mitjà. Per tant, de manera paral·lela hem d'examinar quins valors psicològics transmeten els colors corporatius de cada mitjà de comunicació i com influeix en els informatius. A més hem d'examinar quina paleta de colors utilitza i amb quin motiu. Posteriorment passem a examinar la fotografia dels informatius, en què hem de valorar el tipus de pla, si és el mateix o es mantén amb el transcórrer dels anys. A més hem de analitzar quina duració té el pla i què ens està transmeten en eixe període de temps. Una altra cosa a valorar és si en els noticiaris es produeixen moviments de càmera o un apropament o allunyament amb l'objectiu d'esta, *zoom*¹, per a saber amb quina intenció es realitza aquest moviment. També s'ha de tenir en compte l'altura de la càmera si es manté a la mateixa altura que es va estipular o si a variat, saber en quin sentit i per què.

Per últim es tractarà dels canvis que s'han produït en la il·luminació els darrers vint-i-cinc anys. Com ha anat adaptant-se a les noves tecnologies o noves tècniques de producció dels informatius, fins a arribar a tindre protagonisme. Perquè com manifesta GUTIÉRREZ (2002: 104) la il·luminació "ha sido considerada fundamental como recurso creador y expresivo". En els inicis la funcionalitat de la il·luminació fou la d'il·luminar els diferents ambients, perquè es poguera realitzar el rodatge, per aquest motiu l'objectiu fou el de recolzament visual. És per això que la llum, segons afirma GUTIÉRREZ (2002: 107) "tiene como misión fundamental expresar y mostrar los elementos narrativos con claridad y conseguir un clima apropiado", per tant, "la luz ha de ser regulada de forma homogénea".

1.2. Metodologia

Per a portar a terme tot l'exposat abans hem d'explicar quins han sigut els procediments de documentació i d'observació. Per a començar aquest anàlisi ens havíem de documentar el màxim possible sobre l'escenografia, però principalment la que té ha veure amb els informatius. És per això que el primer que vam realitzar és buscar llibres i treballs acadèmics que tracten sobre el tema a analitzar. Després de la recerca dels llibres i de la documentació al respecte, s'ha de concretar quins capítols són els més rellevants per a poder extrapolar-lo al treball. Els llibres que més han aportat per l'elaboració del treball són: *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación de Mariano Cebrián*; *Realización de los géneros televisivos de Jaime Barroso*; *Informar en la e-televisión de Gabriel Pérez* i *Psicología del color de Eva Heller*. Al mateix temps ens havíem d'elaborar una llista dels informatiu a examinar per tal de buscar-los per les diferents vies possible, que en aquest cas era preguntar directament als mitjans de comunicació per el préstec dels arxius videogràfic o per els diferents portals webs on es pot compartir qualsevol arxiu de vídeo. És per això que els materials utilitzats en la investigació són els llibres i

¹ Es tracta d'un objectiu que mitjançant un dispositiu intern de les lents que es formen, permet variar la seva distància focal.

treballs acadèmics presentats en la bibliografia, a més de tots els arxius de vídeo que hagin trobat per la xarxa.

Els arxius videogràfics es van poder trobar en pàgines web com *youtube*, *dailymotion*. Allí havies de realitzar una recerca molt determinada per aconseguir un informatiu d'una data concreta i que aquest incloga totes les característiques ressenyables que estem buscant per al treball. Per aquest motiu una pàgina web que em va servir de molta ajuda va ser:

<http://www.informativostv.com/informativostv/index.html>

Aquesta pàgina web conté una gran col·lecció d'imatges referents als informatius tant espanyols, com mundials. Així com també ho té classificat per períodes que comprenen les diferents etapes escenogràfiques de cada informatiu. Es tracta d'una pàgina que no està actualitzada perquè sols arriba a documentar fins pocs anys després del dos mil, però ens dona les bases per efectuar una aproximació de com he de proposar l'elaboració del treball.

2. Els informatius

En aquest capítol s'estudiaran els canvis que s'han produït en la televisió des d'un punt de vista informatiu i com aquesta informació és rebuda per part de l'audiència.

2.1. La televisió com a mitjà d'informació

La televisió elabora la informació mitjançant el so, la imatge i l'escriptura, perquè abans de res es tracta d'un mitjà audiovisual. Per tant, és un mitjà basat en la percepció audiovisual, en la capacitat d'atenció i retenció en la memòria de les imatges i els sons. A la vegada aquesta informació ha de ser llegible i comprensible per part de l'audiència, per a poder ser seguida per públics generals i heterogenis, i com manifesta CEBRIÁN (1998: 49) "puede haber homogeneidad en la afición o interés por un tema, pero los grupos de telespectadores mantienen una heterogeneidad por razón de la edad, sexo, hábitat y demás peculiaridades sociológicas". A més la televisió busca la senzillesa, per tal de no exigir un esforç excessiu de l'espectador quan interpreta o descodifica el missatge. Per aquest fet, el temps d'informació televisiva és breu, cada notícia té una durada de més o menys un minut i mig i perquè siga comprensible ha de ser clara en els conceptes i en la forma d'expressió, així com també incorpora tots els tractaments de l'espai audiovisual i la fragmentació de la realitat dins de l'enquadre, l'enfocament i l'angulació dels plans.

2.2. Origen i evolució.

Els informatius naixen al mateix temps que naix la televisió, perquè el que es pretenia era que la informació aplegarà al màxim de gent possible. La BBC en 1941 fou la primera en emetre regularment programes informatius de televisió. Al principi els locutors sols es dedicaven a llegir les notícies com a la radio. Uns quants anys després, en 1948 la CBS posa en marxa un informatiu de 10 minuts i segons CEBRIÁN (1998: 57) "con un tratamiento muy pobre, prácticamente una lectura de

noticias acompañada de alguna fotografía”. En els primers informatius la tendència que es repetiria fou la del locutor llegint les notícies davant de la càmera, per la qual cosa i segons manifesta PÉREZ (2010: 25) “algunas cadenas, al principio, seguieron tan de cerca la fórmula de la radio que no se preocupaban por la imagen que mostraba la pantalla durante el informativo”. Per altra banda es pot apreciar que des de l’inici de la televisió aquesta ha estat en mans públiques o privades. Mestres que en Europa els poders públics són els encarregats de posar en marxa amb la implantació i expansió com la col·locació d’antenes emissores, als Estats Units els encarregats de la implantació i expansió són les empreses privades.

Un punt d’inflexió fou la cobertura de la Guerra de Corea al 1953, en la qual s’incorporen a la narració del presentador imatges filmades dels esdeveniments. Aquestes imatges podien tindre so directe del succés registrat sincrònicament o podien ser imatges sense àudio, que després s’incorporava una locució del presentador des de l’estudi. Al mateix temps, com exposa BARROSO (2002: 380) “se recurrirá con profusión a la utilización de fotos y títulos sobreimpresionados (*supers*) en la intención de que toda información ofrezca un máximo de componente visual”. S’ha d’esmentar que l’enregistrament de les imatges es realitzen en una pel·lícula de 16 mm de dues bandes, una per a la imatge i l’altra per a l’àudio.

Al mitjans dels cinquanta les tres grans cadenes: ABC, CBS i NBC, competeixen entorn a les notícies. Aquesta competència per a introduir i millorar el tractament de les imatges, amb això es pretén aconseguir uns informatius amb un llenguatge més audiovisual, en què la informació estiga organitzada per temes o blocs informatius amb una durada de l’informatiu de 30 minuts. A la vegada en aquesta dècada es consoliden les característiques bàsiques, les quals són per a BARROSO (2002: 380) “discurso informativo compuesto por relatos de locutor desde el estudio, imágenes de sucesos con una narración verbal sobrepuesta, entrevistas, relatos de reportero desde el lugar de los hechos, sonidos ambientes, identificadores rótulos de personajes y escenarios”.

De manera paral·lela naix als finals dels cinquanta la figura del presentador estrella i els telediaris veuen en aquest locutor com un potencial competitiu front les altres cadenes. Així com comencen a realitzar-se els informatius matinals, que s’inicien a partir de les 7 o 9 del matí. Per acabar els informatius segons comenta PERÉZ (2010: 25) “acaban ocupando un lugar de privilegio en la programación: se emiten en los momentos en que más audiencia potencial existe, cuando las familias se reúnen en torno a la mesa para desayunar, almorzar o cenar”.

Pel que fa a la dècada dels setanta apareixen noves fórmules per tal de donar a conèixer la informació a l’espectador. Aquestes noves fórmules que s’imposaran són: els avanços informatius, sumaris, el butlletins i els flaixos informatius, que és caracteritzen per una durada breu, d’un a cinc minuts, que eren emesos en el transcórrer de la programació. S’intercalaven durant el temps de publicitat, amb la finalitat de comunicar a l’audiència els temes que es tractaràn en l’informatiu. A més s’introdueixen diverses modalitats de programes vinculats amb la informació, com el

magazine², *talk-show*³, entrevistes i debats. Tracten temes d'actualitat i mitjançant la presència de convidats, entesos en el tema a tractar, aporten una explicació de la notícia.

A mitjans dels setanta i principis dels huitanta es produeix una avanç tecnològic amb l'arribada d'*ENG* (Electronic News Gathering) als informatius, el qual fou denominat periodisme electrònic d'equipaments lleugers. Així és que l'*ENG*, segons BARROSO (2002: 381), "acabará por sustituir por completo el registro cinematográfico de la producción de informativos". És per aquest motiu que les millores són: que facilita la disponibilitat de la imatge instantània mitjançant una simple connexió de radiofreqüència, amb això possibilita la connexió en directe amb l'emissora. La simplificació de l'equipament, perquè es redueix el pes i la mida de l'equip i per això es fa més transportable per tal de situar-se al centre de la acció. Així és que disminueix el nombre de components humans, es passa d'un model de tres persones a sols necessitar dos. Per un altre costa es possibilita l'enregistrament de la imatge i el so en el mateix suport i això fa que estiguen sincronitzats i així simplificar els processos de producció. Així mateix possibilita la reutilització del suport.

A més el sistema *ENG* imposarà, com assenyala BARROSO (2002: 382) "un peculiar modo de operación y realización, que aunque no vaya a suponer una revisión de los criterios tradicionales, sí ofrecerá nuevas posibilidades que se traducen en cuanto al estilo en:

- Protagonismo de las noticias en directo.
- Recurso al <<directo a cámara>>, relato desde el lugar de los hechos, como refuerzo del efecto de realidad.
- Presencia habitual del sonido ambiente o directo del acontecimiento.
- Contrucción narrativa en base al plano secuencia (toma continua)."

Pel que fa a la televisió, s'inicia als anys setanta i huitanta, als Estats Units el desenvolupament de la cadenes de televisió local, però aquestes estan associades a grans cadenes. Aquestes cadenes comparteixen la mateixa programació però amb la diferència que l'informatiu de la cadena local cobreix notícies d'àmbit regional, a més de les notícies rellevants d'àmbit nacional. Mentre que a Europa al 1975 es trenca el monopoli de l'Estat i com assenyala CEBRIÁN (1998: 60) "se abre una brecha en Italia y se rompe con el mismo, [l'Estat], mediante la creación, por iniciativa privada, de otras televisiones de ámbito regionales y locales". A parit d'ací s'incrementa la liberalització i privatització de canals a tot Europa.

A partir del 1985 s'introdueix el concepte de postproducció, que com comenta CEBRIÁN (1998: 60) "en el cual se asientan buena parte de los tratamientos informativos", en la qual s'incorporen rètols, animacions, música i a banda d'això també possibilita la incorporació de la infografia. L'ús de postproducció i els sistemes d' infografia donaran lloc al desenvolupament dels estudis digitals, per a poder aplicar efectes de postproducció i de grafisme, com per exemple fosos, encadenaments i

² Format de programa d'entrevista i música que pot fer referència també a determinades parcel·les informatives, com successos, premsa del cor, etc., segons el seu estil.

³ Format de programa basat en entrevistes, tertúlies o debats.

cortinetes. Per tant, com comenta BARROSO (2002: 383) tots aquests avanços propicien que “los noticiarios, tradicionalmente sobrios en su presentación formal, se espectacularizan a partir de la incorporación habitual de los efectos y manipulación de la imagen, los gráficos e indicadores de todo tipo e incluso las escenografías (incorporando realidades electrónicas, videomurales, marcadores, etc.) y los puntos de vista de las cámaras que recurrirán a las perspectivas cenitales, los ángulos abiertos y los movimientos exagerados gracias a la incorporación de las grúas de cabeza caliente”.

Com es pot apreciar aquesta nova etapa és la digitalització en la transmissió de la informació. Aquest procés contribuirà a una millora dels sistemes d'arxivament, tant textual, com d'imatge. També es possibilita l'enviament instantani d'informació escrita o verbal per mitjà d'un ordinador o un telèfon mòbil, des de qualsevol part del món. Així és que també comencen a elaborar-se els primers prototips de càmeres de digitals de enregistrament en disc dur. Tots aquests avanços han permès la irrupció d'internet, on sols amb un clic del ratolí, l'espectador pot buscar per si mateix qualsevol notícia que sorgeix en el món i no estar sotmès a la informació que sols transmeten els informatius del grans mitjos de comunicació, així és que l'espectador busca en la xarxa noves formes d'informació.

2.3. Origen i evolució de l'informatiu a l'Estat Espanyol.

El 28 d'octubre de 1956 s'inaugurà oficialment *Televisión Española* (TVE), en els estudis del Paseig de l'Havana a Madrid. Les transmissions van tindre un abast d'uns 60 quilometres i sols arribà a uns 600 receptors que hi havien a Madrid i els seus voltants. Però primer que res s'ha d'esmentar com el regim mantenia a la gent informada. El que predominava era la radio, però a la vegada el regim feia el *noticario y documentales* (NO-DO).

Des del seu naixement el 1943, al NO-DO va ser un instrument d'informació i propaganda política que, a través de nombrosos actes i cerimònies públiques, va elaborar en exclusiva la imatge oficial del nou Estat. Se li va atribuir l'exclusiva de la producció de noticiaris, i es va decretar l'obligatorietat de la seua exhibició en tots els cinemes; la seua projecció va començar el primer dilluns de 1943, i així es va mantindre durant els trenta-dos anys següents, a tot el territori nacional, possessions i colònies; al setembre de 1975, la projecció del NO-DO deixa de ser obligatòria. El NO-DO pretenia la construcció de la icona de Franco com cabdill carismàtic, imatge que resultaria clau per fonamentar l'autoritat de la seua prefectura i exaltar-lo com a guia, identificat davant el poble amb l'Estat que dirigia. El règim franquista es va servir del NO-DO, durant anys, per presentar una visió peculiar d'Espanya i de la resta del món, amb escasses possibilitats de contrast per part dels espectadors; la premsa i la ràdio estaven censurades i controlades.

L'informatiu de *TVE* es posa en marxa una setmana després de la inauguració del mitjà, i com manifesta PERÉZ (2010: 25) “lo hicieron de manera tímida: un motorista llevaba los mismos textos que se habían leído en Radio Nacional de España para que fueran nuevamente difundidos por un locutor con su sola imagen ante las cámaras”.

Poc després els responsables dels informatius buscaven trencar la monotonia del locutor i que l'informatiu fora més didàctic, per aquest motiu s'il·lustraven amb alguna fotografia, un dibuix o un mapa. Una altra cosa en tindre en compte és que els programes eren en directe, tota la producció es realitzava en un únic estudi. També s'ha de tindre en compte que en els primers passos de l'informatiu les notícies estan controlades per l'Estat, ja que el telediari es converteix en la plataforma informativa de les activitats del govern de Franco i dels seus ministres.

Al principi dels anys seixanta comença a establir-se en la programació de TVE, el format del telediari de 30 minuts de durada i que ofereix més d'una edició durant la jornada, així mateix es percep un protagonisme de la imatge filmada i el so d'ambient com a part substancial i enriquidora de la informació. Poc després en 1971 es crea el *Servicio Iberoamericano de Noticias* (SIN), el qual promovia l'intercanvi de notícies entre Espanya i Hispanoamèrica. Mentre que a l'informatiu comencen a introduir-se notícies, segons comenta CEBRIÁN (1998: 60), “de los hechos de la vida corriente, de las personas sin protagonismo de gran acontecimiento, pero sí de la vida social normal”.

En la dècada dels vuitanta s'inicià el trencament del monopoli de Televisió Espanyola, ja que era l'únic canal, també estava el canal *UHF*⁴ conegut com *La2*, però pertanyen al mateix mitjà. És per aquest motiu que amb l'entrada dels canals autonòmics, i com manifesta CEBRIÁN (1998: 62) “se asiste a la multiplicación de canales, la expansión de los horarios de emisión, la aparición de la publicidad de baja tarifa, disminución de programas culturales y presencia de otros programas de gran atractivo para la audiencia”. Per la qual les diferents autonomies podien crear els continguts de la seua programació. Tot això va ser possible amb la Llei reguladora del Tercer Canal de Televisió de 1983⁵.

Una vegada trencat el monopoli de Televisió Espanyola entren en escena les cadenes privades, les quals pretenien enriquir el panorama televisiu nacional, per això el 3 de maig de 1988 s'aprova la Llei de la Televisió Privada⁶. Així que, com expressa CEBRIÁN (1998: 62) “tras los concursos correspondientes se inician las emisiones en 1989 de los tres nuevos canales: *Telecinco*, *Antena 3 TV* con emisión abierta y *Canal Plus* con emisión codificada y de pago”. La gent ara té més d'un informatiu per saber el que està succeint. El problema és que tots els canals lluiten per la mateixa audiència, però en aquests moments s'ha de repartir entre els nous informatius. Per tant per a diferenciar-se un de les altres incorporen a l'informatiu comentaris d'especialistes i es creen programes d'opinió i debat.

Amb l'arribada del 2000 entren dos noves cadenes, *Cuatro* en el 2005 i *laSexta* al 2006, la qual crea més competència per l'audiència i el criteri consisteix en satisfer les

⁴ Ultra High Frequency, (freqüència ultra alta) és una banda de l'espectre electromagnètic que ocupa el rang de freqüències de 300 MHz a 3 GHz. En aquesta banda es produeix la propagació per ona espacial troposfèrica, amb una atenuació addicional màxima d'1 dB si existeix aïllament de la primera zona de Fresnel. A causa de la tecnologia utilitzada, el nom es va usar a Espanya també per referir-se a La 2 de TVE fins a 1990.

⁵ Annex 1.

⁶ Annex 2.

demandes del públic i tindre el major nombre d'audiència. De manera paral·lela arriba el pas de la Televisió Digital Terrestre (TDT), que en el 2010 s'espera l'apagada analògica. La qual aportarà una major oferta de canals, major qualitat d'imatge, elecció d'idioma i el subtitulat per a persones amb deficiències auditives.

2.4. Model actual de la televisió

En primer lloc s'ha de comentar que els mitjans de comunicació espanyols es financen en part amb la publicitat que retransmeten, però no sols influeix la publicitat sinó que les cadenes depenen de les audiències, ja que a major audiència major publicitat i això es converteix en ingressos per al mitjà. Però la multiplicació de l'oferta televisiva provoca una fragmentació de l'audiència, cosa que fa que les cadenes han de lluitar per un lloc en una programació cada vegada més abarrotada en la qual serà encara més difícil atraure els publicistes. Per això, les televisions privilegien els programes adreçats a certs consumidors per a cada banda horària, i així les agències de publicitat puguen dissenyar campanyes publicitàries dirigides a grups poblacionals concrets, per tal de dissenyar un públic objectiu per a vendre el producte.

Dit això les cadenes van veure reduïts els seus ingressos i des d'un punt de vista empresarial sols és possible trencar la caiguda vertiginosa del negoci assolint la inversió de capital extern o buscant fusions estratègiques amb altres cadenes per aconseguir abaratir els costos, unificar estratègies de màrqueting i oferir una audiència objectiu conjunta a la publicitat. Així és que *Telecinco* i *Cuatro* es van fusionar al 2010 i més concretament el grup de *Mediaset España* prenia el control efectiu de *Cuatro*. Poc després es confirmarà al 2012, *laSexta* passà per un procés de fusió per absorció amb el *Grupo Antena 3*, per tant, passa a formar part de *Atresmedia Corporación*. La preocupació per part de les cadenes absorbides fou perdre la seua marca corporativa o la seua línia editorial, però de moment aquestes mantenen la seua marca i la línia editorial.

3. Hàbits de consum televisiu per part de l'espectador

Amb el pas del temps la televisió ha experimentat una revolució tecnològica que no només ha canviat els continguts que s'emeten, sinó la forma en què es consumeixen. Per una part l'audiència ara té accés a més canals, més programes i noves eines i dispositius per consumir pràcticament on i quan vulgui dels seus programes o per a estar informat en tot moment. Segons autors es pot veure que els hàbits de consum de televisió gairebé no han canviat, mentre que altres assenyalen un transvasament de la recepció col·lectiva de programes a una manera individual, on l'espectador es troba sols front una pantalla d'ordinador. Com assenyala ELINDRISSI (2014) "la excepción, como era de suponer, son los jóvenes de entre 16 y 24 años, entre quienes el consumo de vídeo bajo demanda y la reproducción de contenidos en *YouTube* es mucho mayor". És per aquest motiu que s'observa que hi ha un públic massiu que consumeix gran part dels programes de la televisió i un altre públic que té interessos determinants en la programació que a la vegada genera una audiència reduïda en comparació amb el altres.

També s'ha de tenir en compte que els responsables dels mitjans de comunicació tracten d'atraure a l'audiència amb programes que es realitzen en directe i es comenten per les diferents xarxes social, per tal de mantindre eixa sociabilitat que es pot haver perdut en la família. Però la tendència segons GONZÁLEZ (2006: 480) és que “la televisión en directo puede quedar reservada para las noticias y programas o eventos como las retransmisiones deportivas”, perquè la televisió tendeix a consumir-se individualment, ja siga per els avanços tecnològics que permeten veure la televisió a la carta o perquè en quasi totes les llars hi ha més d'un televisor. Altrament s'ha de tindre en compte la irrupció d'internet, on pots veure qualsevol pel·lícula o sèrie per vídeo baix demanda o *streaming*, la qual cosa possibilita la visionada de qualsevol arxiu de vídeo sense publicitat i en el moment que vulgues sense estar sotmès a un horari establert per les cadenes.

4. Com es mesura l'audiència

A Espanya es disposa de dues fonts claus per al coneixement de l'audiència per part de les televisions, els anunciants i els seus intermediaris, és a dir agències de publicitat i centrals de compra de mitjans. El panell d'audímetres de *Taylor-Nelson / Sofres AM* i *l'Estudio General de Medios de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación –AIMC-*.

El procés que realitza *Sofres* consisteix en instal·lar uns aparells denominats audímetres, connectats al televisor principal de la llar elegida i que, cada 24 hores, aboquen en el servidor de la companyia el comportament que ha tingut eixe artefacte, per tal de saber si ha estat encès o apagat i, en el seu cas, quin canal s'ha sintonitzat en cada moment. Les llars en què s'instal·len els audímetres es trien d'acord amb criteris estadístics, buscant que siguin representatius de la mostra per la qual comptaran, segons paràmetres geogràfics i poblacionals, a més del sexe, la classe social, el nombre de televisors i si té comandament a distància i possessió de vídeo. El Panell de audímetres controla, al 2003 a Espanya, una mostra de 3105 llars, escollides aleatòriament, en les quals viuen 10.029 persones.

Una altra forma de mesurar l'audiència és *l'Estudio General de Medios (EGM)* també mesura qui veu televisió, quan o quins canals es veuen, encara que el sistema de mesura és diferent al dels audímetres, així com la seua oferta d'informació. L'*EGM* es basa en enquestes de carrer i el mètode estadístic de memòria. Fa servir un volum molt més ampli d'informació i permet complementar i contrastar les dades que ofereix el Panell d'audímetres de *Sofres*.

S'ha de dir que una vegada entre les cadenes privades la televisió es converteix en un negoci en competència, per l'audiència i la publicitat va a ser la paraula clau, ja que les cadenes recentment creades dependran d'ella per a viure. Així que, com manifesta PÉREZ (2010: 28), “los ingresos que obtengan por esta vía siempre estarán en función de las audiencias que consigan”. Per tant, d'acord amb els programes que s'emeten, dels seus continguts i de la seua oportunitat, l'audiència es mantindrà, baixarà o pujarà. Per això els bons programes que estan ben emplaçats i convenientment promocionats solen tindre bones audiències, així és que obtindrà més publicitat o

patrocini. En canvi aquells programes que estan mal emplaçats generaran audiències pobres amb la repercussió de que hi haja poc ingressos publicitaris.

5. Evolució escenogràfica dels informatius

Ens proposem d'expressar que l'aspecte i l'estil de presentació de l'escenografia dels informatius s'ha convertit en un fet important, perquè, segons esmenta PERÉZ (2010: 82), "conviene tener presente el decorado mismo en el que se encuentran los presentadores, ya que es responsable, en buena medida, del ambiente que adquiere el informativo". És per això que, en paraules de OLSON (2002: 203) s'ha de tindre en compte que "el esmero que ponga el director artístico en el diseño de los mismos, puede incrementar el interés y la credibilidad en sus emisiones". Així doncs en aquest apartat es tractarà quins han sigut els canvis escenogràfics dels informatius, el per què d'aquest, amb quina finalitat o què és el que es pretenia amb aquesta modificació. A més s'ha de veure si aquestes modificacions van subjectes als avanços tècnics o tecnològics que van introduint-se en el camp de la televisió, com per exemple, l'escenografia virtual.

5.1. Evolució escenogràfica de l'informatiu de TVE

En aquest punt ens adrecem a examinar els diversos decorats dels informatius de TVE 1, per això es realitzarà una visionada dels diferents decorats que se'ns han presentat en el transcórrer dels últims vint-i-cinc anys, en la qual es poden trobar diverses etapes (aquestes etapes vistes des del punt de vista de l'escenografia). Però primer que res es realitzarà una xicoteta anàlisi de l'informatiu dels anys huitanta.

5.1.1. L'escenografia als anys 80

Com es pot apreciar en la *figura 1*, el decorat esta pintat o la paleta de color utilitzada és un blau claret, quasi gris. El que destaca és la presència d'un micròfon dinàmic sobre la taula, poc després arribarien els micròfons de solapa, que no són tant visibles com aquests. El fons és simple cortines de tons apagats, donant preferència visual als presentadors. Un altre element importat és la imatge que es troba en una posició elevada i a un lateral de l'enquadrament, que realitza la funció d'una pantalla, on es pot veure que un recolzament visual de la notícia. De manera paral·lela s'observa que el fons es uniforme. Per altra banda no s'aprecia com és l'escenografia, així que no es pot veure com és de gran el set⁷ i de quins elements consta.

⁷ Espai del plató que es troba el decorat d'un programa. És un plató pot haver-hi diversos sets



Figura 1

5.1.2. L'escenografia des del 1989 al 1991

Com es comprova els decorats dels informatius han evolucionat des dels seus inicis, inicialment el decorat era una taula i un fons sense quasi contrast amb el presentador. Així doncs els responsables dels informatius miren com es fan els informatius en altres països i més concretament en els dels Estats Units, per a influenciar-se. Per aquest motiu s'introdueixen els monitors darrere dels presentadors, com es comprova en la *figura 2*, i com manifesta PERÉZ (2010: 82) és "capaz de mostrar así su poderío informativo mundial, con corresponsales en cualquier parte del mundo. Se entendía que, detrás de cada monitor, había una unidad móvil o un estudio de la cadena".

Pel que fa al decorat del set, en la *figura 3* es pot apreciar que té forma ovalada i això li permet donar la sensació a l'espectador que és molt més gran del que pareix. A més utilitza una paleta de color uniforme, en la qual el color utilitzat és el blau. El que es pretén és crear contrast amb la presentadora, per a separar-la del decorat i dotar-lo d'identitat pròpia, però que no li reste protagonisme a la presentadora i a les notícies. A més ens mostren les càmeres, els focus d'il·luminació per assenyalar que per a realitzar un informatiu es necessita d'un gran desplegament de mitjans.



Figura 2



Figura 3

5.1.3. L'escenografia des del 1991 al 1994

Com es pot veure en un cop d'ull, en la *figura 4*, els monitors estan presents com part, important del decorat, però proporcionen una sensació de distanciament o una separació més ampla entre el presentador i els monitors que la de l'etapa anterior. Per altra banda, ja no es manté la uniformitat en la paleta de color en el decorat, es pot apreciar que ara predomina el color marró claret en vers del blau, però el blau es

mante en les columnes i en la taula. El color marró claret dona la sensació o intenta simular l'aparença d'una paret, la qual li atorga un aspecte de fermesa, d'estabilitat i d'equilibri.

Una altre canvi que es pot concebre, és el de la taula. En l'etapa anterior és tota tapada i ara es veu a través d'ella, deixant veure les cames del presentador, com es pot observar en la *figura 5*. Això transmet al televident que en els informatius no hi ha res que amagar.



Figura 4



Figura 5

5.1.4. L'escenografia des del 1996 al 1998

En aquesta nova etapa els informatius de TVE continuen apostant pels monitors darrere dels presentadors, com mostra la *figura 6*, en els quals es retransmeten diferents programes, tant propis com d'altres cadenes, tant nacionals com internacionals, per tal de mostrar, com assenyalava abans PERÉZ, així el seu poder informatiu. Un altra cosa és la presència d'un ordinador al costat de la presentadora, en el qual denota dues connotacions, per un costat la d'utilitzar els ordinadors com un objecte d'actualitat tecnològica i per un altre com la recepció d'informació d'una manera més instantània.

De manera paral·lela, en la *figura 7*, s'aprecia que el decorat ha canviat en els materials utilitats en el fons, així mateix la paleta de colors també ha canviat i ara els colors que predominen són el blau i el blanc, que els dos junts creen una sensació de confiança i seguretat, la qual és la que pretén transmetre la cadena. A més d'això un altre canvi és la taula o escriptori, que ara és totalment blanca. Es tracta d'una taula de disseny i moderna, que a més esta composta per llums que estan integrades en la mateixa taula, la qual li ofereix volum i dinamisme. Tornant al decorat del fons s'observa que és d'un material transparent, potser vidre o metacrilat, en què es pot reconèixer dibuixada la silueta dels continents. Aquest fons crea un cert contrast amb els presentadors, a més intenta donar al fons mobilitat amb els monitors per atraure visualment l'atenció dels televidents. També es pot observar en *figura 6* que per darrere de la presentador hi ha una sèrie de ferros que trenquen amb la uniformitat de materials i així dotar a la imatge de dinamisme.



Figura 6



Figura 7

5.1.5. L'escenografia des del 1998 al 2004

En aquest període s'observa que els monitors han deixat pas a les pantalles, cal remarcar que són mes grans, planes, i es poden posar una al costat de l'altra per a crear una pantalla més gran, com s'observa en la *figura 8*. Això possibilita que aquestes formen part del fons i al mateix temps intenta que el fons no estiga estàtic sempre. El que es busca és recolzar el que està dient el presentador, per així fer més fàcil la seua comprensió per part dels espectadors. Es busca una certa distància entre els presentador i la pantalla per a crear profunditat i que estiguen en diferents plans, per alhora d'il·luminar-los i d'enfocar-los. Pel que fa a la paleta de colors de l'escenografia continua amb el blau com a color predominant, reforçat amb el color blanc, però perd en lluminositat i claredat. Convé remarcar que la taula dels presentadors torna a ser d'un to clàssic, com es pot comparar en la *figura 9*, per a tornar a èpoques dels principis dels noranta. Un altre element que quasi no s'aprecia són les estructures metàl·liques que es veuen per dalt dels monitors.



Figura 8



Figura 9

5.1.6. L'escenografia des del 2004 al 2008

Com s'aprecia en la *figura 10*, el fons del decorat ha canviat, ara les pantalles són molt més grans que les de temps arrere. En elles es pot veure que sempre hi ha moviment no sols d'imatges, sinó també pel grafisme o la infografia identificativa elaborada per al telediari. El que es busca amb aquest moviment és que el pla no estiga estàtic, que hi haja un lleu moviment per tal que els televidents aprecien aquesta subtilitat en la imatge, per a fer-la més atractiva als possibles espectadors. Cal tindre en compte la presència d'un ordinador portàtil, que dota a la imatge d'actualitat tecnològica i informativa.

Pel que fa a la paleta de color utilitzada en aquest període és continuista amb els darrers anys. Tal com s'ha dit el blau i el blanc confereixen una sensació de confiança i seguretat, que és la imatge que pretén proporcionar l'informatiu als televidents. També cal remarcar el canvi de taula, com es pot veure en la *figura 11*, es tracta d'una taula de línies rectes en què estan integrades unes pantalles, que com s'ha dit abans sempre estan transmeten els grafismes identificatius del telediari. La taula té un color marró claret que simula la fusta, el que vol aconseguir és crear contrast amb el fons.



Figura 10



Figura 11

5.1.7. L'escenografia des del 2008 al 2012

En la *figura 12*, el primer que s'observa que darrere de la presentadora apareix el logotip de *TVE*, el qual també ha canviat i és la manera de fer-nos saber com és el nou logotip de la cadena, una manera senzilla de realitzar publicitat. De la mateixa manera el fons manté les pantalles, on sempre es pot veure diferents tipologies de lletres, o tipologies d'altres llengües. El decorat en si és molt més blanc i això fa que tot el que estiga al voltant brille o tinga més claredat.

Com es pot veure en la *figura 13*, la posada en escena és enorme, s'aprecia un fons en constant moviment, la il·luminació juga un paper important perquè no produeix cap ombra en un escenari pràcticament blanc. Convé ressaltar que el blau ha deixat pas al blanc com a color predominant, però els dos continuen transmetent les mateixes sensacions. Una nova incorporació a l'escenografia és la retolació que es veu i passa per la part de dalt del fons, que a més ens remarca que ens trobem davant dels *Servicios Informativos*, i és utilitzat també per a transmetre les notícies importants o d'última hora. Una altra cosa a destacar es la taula, que es caracteritza per un disseny modern, de línies rectes, però d'una forma abstracta, en la qual cap línia és perpendicular a l'altra. Una bona mostra d'aquesta modernitat és que incorpora un rellotge.



Figura 12



Figura 13

5.1.8. L'escenografia des del 2012 al 2015

D'entrada no hi ha molts canvis en la paleta de colors, ni en la taula, ni en la posada en escena de l'informatiu d'aquesta nova etapa, però es pot descobrir que s'ha introduït una nova pantalla, tal com mostra la *figura 14*. Aquesta nova pantalla permet realitzar connexions amb els diferents corresponents i les unitats mòbils, la qual cosa el televident veu la interacció directa entre el presentador i la persona que hi ha en la pantalla, abans sols es donaven pas l'un a l'altre, però ara el televident veu simultàniament als dos, la qual cosa dota la notícia d'instantània. Per un altra part la pantalla és usada per a presentar els esports i l'oratge.



Figura 14

Així com s'observa en la *figura 15*, la pantalla ocupa gran part de l'espai que hi ha darrere de la presentadora. En aquesta pantalla es veuen imatges referides a les notícies que està narrant la presentadora. Cal remarcar que en aquest últims anys s'ha imposat el format de la televisió de 16: 9, que és un format panoràmic. Aquest format a introduït noves formes de realitzar en la televisió i pel que fa a l'espectador té més superfície de pantalla per a poder veure la televisió.



Figura 15

5.2. Evolució escenogràfica de l'informatiu de *Telecinco*

Feta una ullada a l'escenografia de *TVE* passem ara a estudiar l'escenografia de *Telecinco*. Per aquest motiu es realitzarà una visionada dels diferents decorats de les diverses etapes dels informatius de *Telecinco*, des de la seua inauguració, a l'any 1992, fins l'actualitat, que en el nostre cas és el 2015.

5.2.1. L'escenografia des del 1993 al 1994

D'entrada es pot apreciar que l'escenografia és senzilla o simple, perquè com mostra la *figura 16*, es tracta d'una taula i un fons en el que es distingeix una representació del món, que es mou simulant la rotació de la terra. Cal dir que aquest decorat ha sigut creat virtualment, mitjançant tècniques d'incrustació d'imatges per ordinador, per tal d'aconseguir una escenografia virtual i segons manifesta GALÁN (2007: 99) "la escenografía es lo que engloba todo aquello que hace posible y que influye en el resultado final del escenario virtual, que además de incluir el propio *software* del decorado del programa comprende la iluminación, la calidad de la incrustación del *key*, el espacio físico del set etc". per això no hi ha un escenari físic, sinó un generat per ordinador i com manifesta GALÁN (2007:100) ha de complir dos requisits: "la acción debe incorporarse dentro de la imagen del entorno virtual- a través del *chroma-key*- y el entorno virtual debe actualizarse a tiempo real a la acción". És per aquest motiu que l'espectador veu per la seua televisió el resultat final, una imatge uniforme. Per un altre costat també es pot apreciar un telèfon per estar en contacte amb realització per si es produeix alguna notícia d'última hora. També s'observa una taula de color marró per tal de crear contrast amb el color blau.



Figura 16

5.2.2. L'escenografia des del 1994 al 1996

En aquesta segona etapa s'observa que l'escenografia ha canviat per complet, perquè ja no utilitzen una escenografia virtual, sinó que ara han incorporat elements per a vestir tot el set. Així doncs, com mostra la *figura 17*, es pot apreciar un set de gran dimensions, en la qual es pot veure a uns dels laterals del fons una paret on hi ha una gran quantitat de monitors, també unes columnes de color marró per tal de crear contrast amb el fons de color blau. Justament darrere del presentador, com mostra les *figures 17 i 18*, es pot intuir la silueta dels continents, amb l'objectiu de transmetre al televident que les notícies provenen de qualsevol part món. Un punt important de l'informatiu de *Telecinco* fou que des del principi tingué clar que la paleta de color seria el blau, perquè els valors que representa el blau són els que pretén comunicar a l'audiència.

Una altra cosa a destacar és que darrere del presentador es pot observar com una xicoteta redacció, on hi ha taules, cadires i ordinadors, però no hi ha ningú treballant. El que fa pensar que no estan alhora de l'informatiu, perquè podrien crear confusió i distraure al televident de la notícia. De manera paral·lela s'aprecia una gran taula triangular de color marró, amb la finalitat de crear contrast amb el color blau i així donar volum al set. A més hi ha uns rellotges integrats en la taula, per tal de comunicar l'hora de diferents països i dotar a l'informatiu d'actualitat a l'hora de transmetre les notícies.



Figura 17



Figura 18

5.2.3. L'escenografia des del 1996 al 1998

En aquesta nova etapa es pot apreciar que el set és més xicotet que el de l'etapa anterior. A més s'aprecia una sèrie de modificacions en l'escenografia, com es pot veure en la *figura 19*, la taula ha canviat de color i ara és d'un color blau claret, però manté la forma triangular. Un element a destacar és el fons del decorat, desapareix la paret de monitors i és molt més senzill que en l'etapa anterior. L'únic element que es manté són les columnes de color marró, tres a cada costat del que pareix una pantalla, però aquesta pantalla pot ser que siga una pantalla de *croma key*. Aquest *croma key* té la finalitat de representar l'alba en la terra, per tal de comunicar a l'espectador que l'informatiu mai dorm i que estan en la recerca de l'última hora en la informació. Una altra modificació és la paleta de color utilitzada en l'informatiu, en aquest nova etapa

es pot observa que es manté el blau, però es un blau més claret i no tan intens con l'etapa anterior.



Figura 19

5.2.4. L'escenografia des del 1999 al 2001

En la següent etapa escenogràfica de l'informatiu, s'observa a primera vista una gran pantalla que cobreix el fons, amb l'objectiu d'estar per darrere de la presentadora en qualsevol posició de les càmeres, per a tindre tots els angles coberts. Una altra incorporació és quan es realitza un pla general de set seguit d'un moviment, la pantalla està emetent imatges de rellevància informativa o el logotip del mitjà i així dotar al pla de moviments i a la vegada connectar amb l'espectador des de l'inici de l'informatiu. També es pot veure que als costats de la pantalla s'aprecien dues escales una és de caragol i l'altra és lineal o d'un sol tram, de les quals no es sap quina és la finalitat. Per contra un element que ha canviat per complet és la taula, com es veu en la *figura 20*, ara és circular i de color marró fosc. Aquesta nova forma és perquè la presentadora estiga sempre a la mateixa distància dels fons i així les càmeres mantenen el mateix enfocament. Mentre que al centre de la taula es pot veure com una taula més xicoteta en la qual es pot llegir *Informativos Telecinco*. Aquesta taula està posada amb la finalitat de quan utilitzen un pla zenital o picat es pugui llegir i així comunicar al televident quin és l'informatiu que està veient.



Figura 20

5.2.5. L'escenografia des del 2001 al 2005

A primera vista el set és més gran en aquesta nova etapa que en l'anterior. És pot observar que la modificació més significativa és que desapareix la gran pantalla que feia de fons del decorat, com es pot veure en la *figura 21*. Ara és substituïda per un

fons de metacrilat transparent, el qual deixa veure el que hi ha per darrere, però d'una manera desenfocada. També es veu dues grans circumferències a mode de finestres, en què mostren el que hi ha darrere de les parets de metacrilat, per la qual es pot apreciar el color corporatiu del mitjà i la tipologia utilitzada en l'informatiu. Convé dir que entre el presentador i el fons hi ha una distància considerable, això es perquè no es creen ombres en el fons que puguin distraure a l'espectador.

Un altre element important és la pantalla que es troba en un dels laterals del set. Aquesta pantalla és gran ,però no tan gran com la de l'etapa anterior, es usada de vegada per a notícies que són complexes o hi ha massa informació al voltant, per aquest motiu la pantalla es utilitzada com a suport visual, per a fer més fàcil la seua comprensió per part de l'espectador. A més es pot observar que la taula també a canviat, ara té una forma quasi semi ovalada i com es pot veure en la *figura 21*, és prou gran, això és perquè puguin cabre diversos presentadors i així no pedrer el pla mitjà. També es poden apreciar una filera de monitors enganxats a la part de dalt del set. D'altra banda, en la *figura 22*, es pot advertir una representació del món. Aquesta representació ha estat en quasi totes les etapes de l'informatiu fins ara, el que pretén comunicar al televident és pluralitat informativa, en la qual l'audiència rep notícies de qualsevol part del món.



Figura 21



Figura 22

5.2.6. L'escenografia des del 2005 al 2010

En aquesta nova etapa s'observa que continuen amb la mateixa paleta de color, el blau, el qual atorga a l'informatiu unes connotacions de confiança i seguretat. De manera paral·lela es pot veure en la *figura 23*, que darrere del presentador s'intueix la silueta dels continents que conformen el món. Aquest element ha estat present en l'informatiu des dels seus inicis. Una altre element que s'ha incorporat és l'ordinador, per a comunicar a l'espectador actualitat en la recepció de notícies i que a la vegada utilitzen els avanços tecnològics per a arribar més ràpidament i fàcil a la informació.



Figura 23

5.2.7. L'escenografia des del 2010 al 2015

A primera vista es pot observar que la silueta dels continents ha sigut substituïda per una maqueta d'edificis o per una banda serigrafiada, amb la finalitat d'assenyalar que l'informatiu és plural i que està integrat en la societat. Uns altres elements que atrauen l'atenció són els tres monitors que es troben darrere de la presentadora, com es pot veure en la *figura 24*. Aquest monitors estan projectant constantment el logotip del mitjà o les ràfegues de l'informatiu, amb l'objectiu de dotar a pla de moviments, ja que la resta d'elements estan estàtics.



Figura 24

5.3. Evolució escenogràfica de l'informatiu d'Antena 3

En aquest apartat ens adrecem a examinar els diversos decorats dels informatius d'Antena 3. Per a realitzar aquest punt hem de visionar els diversos decorats que se'ns han presentat al llarg d'aquests vint-i-cinc anys en la qual es poden trobar diferents etapes referides a l'escenografia dels informatius.

5.3.1. L'escenografia des del 1989 al 1992

Com es pot veure en la *figura 25*, el primer que crida l'atenció de l'espectador és possiblement la gran taula de forma ovalada, de color marró fosc rogenc, en la qual estan situats el dos presentadors, la qual contrasta amb el fons, per tal de separar als presentadors del fons. Cal destacar també que al fons del decorat es pot observar un gran mapa mundi, el qual ocupa gran part de set. Amb aquest mapa de fons volen

donar a entendre que abracen les notícies de qualsevol punt del món. Convé ressaltar que el fons conte dues games cromàtiques, per la part de dalt es pot apreciar que s'utilitza el color blau, mentre que per la part de baix utilitza el color roig. El roig és el color corporatiu del mitjà i ha d'estar present en l'informatiu per tal que l'espectador sàpiga quins són els valors que pretén transmetre. Es tracta d'una etapa inicial, per això l'escenografia dels informatius és un poc austera però a la vegada conte les parts principals per a donar a conèixer com seran els informatius.



Figura 25

5.3.2. L'escenografia des del 1992 al 1993

A un colp d'ull es pot veure que l'escenografia ha canviat per complet, *figura 26*. En primer lloc es pot dir que la paleta de color utilitzada en aquesta etapa és blava en tot el decorat. Per un altre costa la taula també ha canviat, ara és d'un disseny més modern, més menuda que l'etapa anterior i no contrasta amb la resta del decorat, perquè és continuista amb el color blau del set. A més es pot veure la introducció d'una pantalla, per tal de reforçar el que diu la presentadora. Però el problema està que la pantalla està situada en un lateral del set i això fa que no se li tregui tot el rendiment possible a la pantalla. També s'aprecia un ordinador, que junt amb la pantalla denoten la utilització dels avanços tecnològics i a la vegada denoten actualitat informativa. A més el fons de darrere de la presentadora és totalment uniforme, és d'un color grisenc.

Mentre que en la *figura 27* es pot apreciar uns rellotges per la part de dalt i al costat de cadascun d'ells hi ha un monitor. Els rellotges marquen diferents hores i així comuniquen a l'audiència que estan pendent del que succeeix a la resta de països. També es veuen dues persones que estan treballant assegudes davant d'uns monitors, amb això pretenen transmetre actualitat en la recepció de les notícies. De manera paral·lela s'observa que al fons del tot hi ha com una finestra que revela part d'una ciutat, que en conseqüència denota que el set es troba en la part de dalt d'un edifici, però en realitat es tracta d'una banda on està serigrafiada la ciutat.



Figura 26



Figura 27

5.3.3. L'escenografia des del 1993 al 1996

En aquesta etapa s'aprecia que el decorat ha canviat quasi per complet. Com s'observa en la *figura 28* s'han introduït els monitors darrere de la presentadora, per tal de comunicar a l'espectador que estan en constant comunicació amb les altres cadenes o amb cadenes d'altres països., però no es veu clarament el que estan emetent, perquè està desenfocat i com manifesta PERÉZ (2010: 82) “los editores de informativos descubrieron pronto que los monitores de televisión que eran parte del decorado, (...) servían también para distraer a los telespectadores (...). Por este motivo, las emisoras que siguen usando pantallas de televisión como decorado, tratan de colocarlas ahora a la suficiente distancia como para que no se distinguan sus contenidos”.

A banda d'això també s'observa la silueta d'una ciutat, que en l'etapa anterior ja estava però desplaçada a un lateral, de manera que allí no es veia i no feia la funció que li corresponia. Pel que fa a la *figura 29* es pot apreciar que la taula s'ha modificat, ara és més gran, més pesada i d'un color turquesa claret però manté la forma ovalada. També es pot apreciar que entra la taula i el fons hi ha una certa distància, això es fa perquè no es creen ombres que puguin distraure a l'espectador.



Figura 28



Figura 29

5.3.4. L'escenografia des del 1997 al 1998

Aquesta etapa com es pot veure és curta, tan sols d'un any i les modificacions en el decorat són, com mostra la *figura 30*, la distribució dels monitors per el fons, continuen estant desenfocats per a no distraure al televident. A banda d'això és la incorporació de les lletres de color taronja, en la qual es pot llegir *NOTICIAS*. Altrament s'aprecia

que el set es redó, això fa que el presentador estiga a la mateixa distància del fons quan diferents càmeres estan emetent la seua imatge. Una altre canvi visible es la taula, que ha passat de ser ovalada a triangular, com es pot veure en *figura 31*.



Figura 30



Figura 31

5.3.5. L'escenografia des del 1998 al 2000

En primer lloc es pot observar en la *figura 32* que el set ha canviat, ara el set s'ha traslladat a la redacció per a donar a l'informatiu un aspecte més real. Ara es veu com el personal va de un lloc a altre. A banda d'això també es pot apreciar que el set és molt més gran que els anteriors i deixa de ser de forma ovalada per a passar a ser rectangular, amb una gran distància entre la taula del presentador i la paret de monitors que es s'observa al final de set. Un altre canvi destacables és el de la taula, torna a ser ovalada i d'un color més clàssic, però amb un to modern. A més s'ha integrat al decorat un llarga filera de monitors que recorre tot el set i també unes tres o quatre pantalles on es veu el logotip de la cadena.



Figura 32

5.3.6. L'escenografia des del 2000 al 2010

Com es pot observar aquesta etapa dura uns deu anys, l'explicació és que en aquest període de temps no hi hagut uns grans canvis del decorat, sinó que sols hi hagut unes petites modificacions o integracions de nous elements que aporten més identitat corporativa entre l'informatiu i el mitjà. El fet important és que l'informatiu continua realitzant-se en la redacció, aquest fet continuarà fins a l'actualitat d'aquest treball.

A continuació s'esmentaran les respectives modificacions o integracions a l'informatiu, com per exemple:

El canvi més destacable és la substitució de la paret on estaven els monitors, per un fons de metacrilat, on es poden intuir els continents. De manera paral·lela s'ha introduït una pantalla justament darrere de la presentadora com a reforç visual de les notícies i per a projectar el logotip del mitjà.



Figura 33

A l'any 2005 es veu clarament la silueta dels continents en la paret de metacrilat, com es pot observar en la *figura 34*. Per un altre costa desapareix la pantalla on estava el logotip del mitjà. Així mateix s'aprecia en la *figura 35* que s'ha posat una pantalla en un lateral de la taula, prop dels presentadors i així el televident pot veure el mateix que els presentadors i sentir-se involucrat en la realització de l'informatiu. També cal ressaltar el canvi de taula, que ara té forma de mitja circumferència això fa que els tres presentadors estiguen a la mateixa distància de les càmeres i així no perdre l'enfocament.



Figura 34



Figura 35

Al 2007 es produeixen una sèrie de modificacions, com per exemple la introducció del color taronja en l'informatiu, com mostra la *figura 36*, a més de la corbata del presentador. Així doncs la paleta de color continua sent blava, però la introducció del taronja en elements concrets crea contrast i s'identifica amb el color corporatiu. Una altra incorporació és la pantalla on es desplacen les notícies d'última hora o els titulars més rellevants, com també remarca al televident que es troba al davant de les notícies d'*Antena 3*.



Figura 36

5.3.7. L'escenografia des del 2011 al 2014

Després d'una etapa de deu anys havia de renovar-se el decorat, adaptant-se a les noves tecnologies i al nou format de visió panoràmic, el qual l'espectador té més superfície de pantalla per a poder veure la televisió. Com es pot veure en la *figura 37*, l'informatiu continua realitzant-se en la redacció, però ara l'espai que està darrere dels presentadors l'ocupa una gran pantalla, on els televidents poden veure en imatges el que els presentadors estan dient i així comptaran amb una informació addicional que facilitarà un accés més directe. Per aquesta raó, el repte d'aquesta nova etapa és afavorir la qualitat amb la qual l'espectador rep la informació i així evitar els elements que puguen distorsionar-la. Un altre element important que ha canviat és la taula. Com s'aprecia és d'un disseny modern, la qual li atorga una dinamisme innovador i futurista, i en comparació als presentadors és molt gran.



Figura 37

A més un altre canvi important és que els presentadors presenten els titulars estant de peu i davant de la pantalla, com mostra la *figura 38*. Amb aquesta nova manera de presentar, el que pretenen és millorar la manera de contar les notícies i a la vegada atraure la seua atenció perquè l'espectador romane veient aquest informatiu i no altre. Per aquest motiu pretenen diferenciar-se dels altres informatius i aconseguir que l'espectador identifique fàcilment l'informatiu de la cadena.



Figura 38

5.3.8. L'escenografia des del 2014 al 2015

En aquesta nova etapa es pot observar que no hi ha molts canvis significatius de l'etapa anterior. El que més destaca a un colp d'ull és la incorporació de les línies blaves, com s'aprecia en la *figura 39*, les quals donem volum al decorat i al mateix temps crea contrast amb el decorat per tal de destacar l'estructura de l'escenografia. Una altre modificació ha estat la taula. En l'etapa anterior era molt més gran però ara és més menuda i d'un disseny molt més senzill però d'una confecció innovadora. Com es pot veure està elaborada de metacrilat. Totes aquestes modificacions es realitzen per a captar l'interés dels televidents i diferenciar-se de la resta dels informatius.



Figura 39

5.4. Evolució escenogràfica de l'informatiu de *Cuatro*

El mitjà de comunicació *Cuatro* naix al novembre del 2005 com el referent televisiu en obert del GRUPO PRISA⁸. La companyia pressionà perquè la llicència de *Canal +* en analògic, que permetia oferir un nombre d'hores limitades de programació en obert, fóra commutada per poder ser ocupada pel que acabaria sent *Cuatro*.

Al tractar-se d'un mitjà relativament nou de tan sols una edat de deu anys, l'informatiu no hi haurà patit grans canvis. És per aquest motiu que tot seguit es realitzarà un

⁸ és un grup de multimèdia espanyol de comunicació, televisió, ràdio, premsa escrita i editorials.

estudi de l'escenografia en el transcórrer del naixement del mitjà. Una cosa clara que tingué Cuatro des dels seus inicis fou que el color corporatiu del mitjà havia d'estar present en l'informatiu i amb aquesta premissa es dissenyà l'escenografia. Per un altre costat no s'observen etapes molt marcades en la composició dels decorats, sinó que s'aprecia una evolució progressiva dels elements que l'incorporen. Per tal d'aconseguir que l'escenografia vaja adaptant-se als nous avanços tant tecnològics i com de materials.

5.4.1. L'escenografia des del 2005 al 2015

A primera vista el que veu l'espectador és la paleta de color utilitzada, que ací és la mateixa que utilitza el mitjà. Després es veu com en tots els informatius estudiats fins aquest moment la utilització de monitors col·locats als fons del decorat, com mostra la *figura 40*. A més dels monitors es pot apreciar unes pantalles que realitzen la funció de parets per tal de delimitar el decorat. Aquestes pantalles són utilitzades com a recolzament visual al que està dient el presentador. Un altre element destacable és la taula, la qual té forma d'I i com s'observa poden estar assegudes diverses persones. Pel que fa al que es veu quan el presentador està narrant les notícies, s'aprecia com a fons una pantalla en la qual es pot veure els colors corporatius del mitjà acompanyats d'una sèrie de punts, que tots ells connectats simulen la rotació de la terra, *figura 41*, la qual cosa implica globalitat en la retransmissió de les notícies.



Figura 40



Figura 41

Al 2009 continuen amb la utilització de la pantalla com a fons, com exposa la *figura 42*, on es pot veure la redacció de mitjà, projectada en ella, junt amb les paraules *NOTICIAS CUATRO*. Amb això el que pretenen és que els televidents identifiquen quin informatiu estan veient. Una altra cosa que s'observa són les columnes metàl·liques, amb això pareix que estiguen una nau per construir o que està reformant-se. És una estructura escenogràfica que se n'ix del comú, perquè fins ara els decorats tenien una estructura uniforme, per tal de no distraure a l'espectador. Una altra modificació que s'aprecia és la taula, perquè com es veu en la *figura 41*, ara és d'un altre material que fa que la taula resplendeixi els element del seu voltant. També es pot veure la utilització d'ordinadors, amb això esta comunicant dues connotacions, la d'actualitat tecnològica i la de recepció d'informació d'una manera més instantània.



Figura 42

En la *figura 43* es pot apreciar un poc millor com és l'escenografia. Així doncs s'observa una taula de grans dimensions on cada presentador té els seu lloc predeterminat, així com les pantalles que estan repartides per el fons del decorat. Aquestes pantalles estan col·locades estratègicament darrere dels presentadors per tal de reforçar visualment les notícies. A més l'estructura del set és d'un estil minimalista, perquè utilitza elements mínims i bàsics, com colors purs o formes geomètriques simples.



Figura 43

Arribats al 2015 l'informatiu incorpora una nova pantalla, com es pot veure en la *figura 44*, on el presentador es posa de peu els titulars de les notícies. Per tant, pretén explicar les notícies de certa rellevància més detalladament així que els televidents ho entenguin. Convé ressaltar la vestimenta del presentador. Aquesta vestimenta de tall informal, on vesteix sense corbata i amb una americana i uns vaquers, és perquè pretén posar-se al mateix nivell que les persones del carrer, com si fora un amic el que li està explicant les notícies.



Figura 44

5.5. Evolució escenogràfica de l'informatiu de *laSexta*

LaSexta inicià les seues emissions el 27 de març del 2006, creada per *Gestora de Inversiones Audiovisuales laSexta, S.A.* Aquesta empresa estava formada per un grup de diverses productores, un mediàtic grup mexicà i un grup d'inversions.

En relació amb l'escenografia s'ha de dir que aquest canal és jove amb comparació amb els altres. Per tant, no hi ha moltes etapes escenogràfiques. El que es pot apreciar són dues etapes significatives, per un costat s'observa una etapa inicial, en la qual pretenen donar a conèixer l'informatiu i un altra en què l'informatiu ja està consolidat i el que pretenen és combatre amb la resta dels informatius per a ser líders d'audiència en la emissió d'informació. És per això que el canal ha treballat sempre des d'una base inicial i que poc a poc anat introduint nous elements, per aconseguir que l'escenografia vaja adaptant-se als nous avanços tant tecnològics com materials.

5.5.1. L'escenografia des del 2006 al 2013

Un aspecte importat fou que des de l'inici tenien clar que els colors corporatius del mitjà havien d'estar presents en l'informatiu. Per això en la *figura 45* es pot veure una taula de grans dimensions, dels colors corporatius del mitjà, així com l'estructura és de línies rectes i de forma rectangular. Un altre element important són la utilització de diverses pantalles, com mostra tan la *figura 45* i la *46*. Aquestes pantalles estan col·locades en una zona determinada, perquè siguin vistes per l'espectador i a la vegada són utilitzades com a reforç visual de les notícies. Tots aquests elements se'ns presenten en un set de grans dimensions, amb uns gran ovals que realitzen la funció de finestres, per tal de veure que esta succeint fora d'elles.

Pel que fa a la *figura 46*, es pot observar darrere de la presentadora una pantalla que informa a l'audiència en quin canal es troba i de quin informatiu es tracta si del migdia o el de la nit, a més d'estar en constant moviment tot el que és representat en la pantalla. D'altra banda es pot apreciar un ordinador, el qual dota al decorat de connotació tecnològica i d'actualitat informativa.



Figura 45



Figura 46

5.5.2. L'escenografia des del 2013 al 2015

Després d'aquesta etapa inicial de l'informatiu de principis dels anys 2000, es passa al 2013 on s'observa que s'ha produït una renovació completa de l'escenografia. El

primer que capta l'atenció de l'espectador és l'estructura minimalista de l'escenografia, tant del set, com de la distribució dels elements que el componen. Com es pot apreciar en la *figura 47*, els elements són, una taula molt més menuda i d'una forma més simple que en l'etapa anterior, una pantalla mòbil que es desplaça pel decorat, així no cal utilitzar diverses pantalles sols amb una poden abraçar les diferent posicions de la càmera, també es veu una pantalla on es pot llegir *LASEXTA NOTICIAS*, utilitzada a mode de recordatori a l'espectador. Una altra característica és que els titular de les notícies se efectuen, per part de la presentadora, de peu, com ja fan altres informatius.



Figura 47

Pel que fa la *figura 48*, s'observa com la pantalla està situada darrere de la presentadora. És una pantalla de grans dimensions per a mostrar visualment la notícia a l'espectador. Una altra element que està integrat en la taula és el relloge, que informa de l'hora i que a la vegada pretén transmetre al televident la qualitat d'actualitat i exactitud temporal que posseeix. A més hi ha un element que tots els informatius han incorporat, l'ordinador i com ja s'ha dit per a dotar l'informatiu d'un connotació tecnològica i d'un altra d'actualitat informativa.



Figura 48

6. El Color de l'informatiu en relació al color del mitjà

En aquest aparta s'estudiarà si el color de l'escenografia dels informatius correspon al color corporatiu del mitjà de comunicació, si és així, s'ha d'analitzar els valors psicològics que transmeten i com influeix en el televident. Per això s'ha d'examinar quina paleta de colors utilitza i amb quin motiu. S'ha de tindre en compte el context,

que en aquests casos són els informatius, és important a l'hora d'interpretar els valors dels colors i com manifesta HELLER (2004: 18) "el efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color".

En gran part del mitjans de comunicació generalistes que estem analitzant, no sols apareix el color que a continuació examinem, sinó que tots ells estan reforçat amb el color blanc, això fa que el color corporatiu destaque, que tinga contrast que ressalti i que a un colp de vista l'espectador sàpiga quin canal esta veient. A més, s'ha de tenir en compte que els valors del color blanc reforcen el missatge del color que acompanya. El blanc significa seguretat, puresa i netedat. Per tant, de manera general el color blanc té connotacions positives. Potser que per aquest motiu gran part dels mitjans l'utilitzen com a complementari del color corporatiu.

6.1. El color: blau

El color blau és el color que més adeptes compta. Gran part de les persones declaren com a color favorit és el blau com mostra la *gràfica 1*. El blau, com exposa HELLER (2004: 23), "es el color más nombrado en relación con la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza". És per això que pretenen transmetre tant el mitjà com els informatius és confiança, simpatia i amistat, per tal d'aconseguir que els televidents siguin fidels al mitjà. També al color blau s'ha associa amb les qualitats intel·lectuals i en paraules de HELLER (2004: 32) "su acorde típico es azul-blanco. Éstos son los colores de la inteligencia, la ciencia y la concentración". Per altra banda el color blau indica autoritat, per això, molts logotips corporatius l'utilitzen.



Gràfica 1. Psicología de los colores.

El color blau en aquests moments és utilitzat per dos mitjans de comunicació, *TVE* i *Telecinco*. S'ha de tenir en compte la tonalitat de la imatge en els informatius de *TVE* i *Telecinco* no s'observa que haja un gran contrast entre els presentadors i l'escenografia, en aquest sentit es pot intuir que utilitza claus tonals altes i mitjanes. Utilitzar claus tonals altes i mitjanes en els informatius és per aconseguir que l'espectador se senta còmode, tranquil i a gust amb el que està veient, per aquest motiu aquestes claus tonals estan relacionades amb el benestar i amb la felicitat. És per això que des dels seus inicis *TVE* ha confiat en el color blau com a color identificatiu, de l'informatiu i del mitjà, com es pot veure en la *figura 49*.



Figura 49

D'altra banda *Telecinco* en els seus inicis utilitzà com a color corporatiu el daurat, que poc després canvià al color blau, com es pot apreciar en la *figura 50*. Però en canvi en els informatius han utilitzar gran part de la paleta de color del blau, així doncs el color corporatiu es modificà al blau per tal de no confondre als espectador, el que pretenen és que l'espectador identifique els valors de l'informatiu amb els valors del canal. Per tant, *Telecinco* i gran part dels mitjans aspiren a què els televident identifiquen el *look* de l'informatiu amb el *look* del mitjà, com declara PERÉZ (2010: 36) "la diferencia entre una emisora i otra la establecieron básicamente los programas informativos. Son ellos los que llevan el peso de esa imagen que los espectadores tienen de cada emisora y que conocemos como *look* del canal".



Figura 50

6.2. El color: taronja

El color taronja és el resultat de la mescla del color roig i el color groc, i que en aquest sentit es tracta de dos colors oposats que es confronten en molts del seus significats i associacions, i com esmenta HELLER (2004: 83) és el "color de la diversión de la sociabilidad y lo alegre. El rojo y el amarillo separados contrastan demasiado entre sí para que puedan asociarse a la diversión en buena compañía, mientras que el naranja une y armoniza; sin él no hay diversión". També el color taronja està associat amb la joventut i l'extraversió, i amb freqüència és garantia d'emocions fortes. Les persones que més l'usen solen ser vitals, amants de la diversió i gaudir d'una vida social intensa.

El mitjà que utilitza el color taronja com a color corporatiu és *Antena 3*. En els seus inicis *Antena 3* tenia com a color corporatiu el roig i el blanc, com es pot veure en la *figura 51*, amb el que pretenien transmetre als televidents alegria, amistat i proximitat d'un nou canal que acabava de naixer, però poc després canvià els colors i la forma del logotip. Els nous colors eren el blau, el roig i el groc. Amb aquesta combinació comunica els valors de cadascun d'ells, amb la dificultat de què alguns d'ells es contraposen com per exemple el roig i el blau, mentre que el roig transmet sensacions d'energia i vitalitat, el blau transmet serenitat i harmonia. Per contra en l'informatiu el color que predominava era el blau, volent comunicar als televidents els valors de veracitat, responsabilitat, etc. Aquesta combinació de colors es va mantindre fins al 2004, en què el color taronja passa a ser el color corporatiu, però aquest canvi no es va produir de sobte sinó que el color taronja va anar introduint-se poc a poc en tots els programes del mitjà. En l'informatiu el color taronja s'utilitzava com a ràfega⁹ per a donar pas als esports o l'oratge.



Figura 51

6.3. El color: roig

El color roig reproduceix segons HELLER (2004: 55) “el efecto psicológico y simbólico de la sangre hace del rojo el color dominante en todos los setimientos vitalmente positivos. El rojo, el más vigoroso de los colores, es el color de la fuerza, de la vida”. Per aquest motiu l'efecte psicològic del roig és de vitalitat, d'energia, de força, d'apassionament, etc. A més, el color roig pretén transmetre als televident el valor de proximitat, justícia i al mateix temps dotar a l'informatiu d'un cert dinamisme alhora de realitzar les notícies.

El color roig és utilitzat en aquest moments per la cadena de comunicació, *Cuatro*, la qual naix amb l'aportació de Sogecable¹⁰, que a la vegada pertany al GRUPO PRISA. El mitjà naix amb la filosofia de ser una cadena moderna i diferent a la resta, per tal de captar a part de l'audiència que no es declina per cap cadena en concret. Així doncs, *Cuatro* naix, en paraules de GONZÁLEZ (2006: 11) “con el objetivo de dirigirse a todos los públicos, en especial a un sector urbano, joven, dinámico”, és per això que busca la complicitat amb els espectadors, mitjançant una ampla gama d'oferta televisiva per tal d'abrasar diversos gèneres televisius. El que aspira és que els espectadors

⁹ Breu segment audiovisual que serveix de transició.

¹⁰ És un grup capdavanter de la televisió de pagament a Espanya, fundat el 1989. Ha estat pioner en la introducció de sistemes interactius i principalment de la Televisió Digital a Espanya. La seua activitat consisteix a gestionar i adquirir drets audiovisuals, així com la distribució i producció de canals i gestió d'abonats.

reconeguen a un colp d'ull en quin canal es troben i que identifiquen els valors del mitjà.

Pel que fa a la paleta de colors utilitzada en els informatius concorda el color corporatiu del mitjà, perquè són els mateixos valors. Per tant, el que intenta transmetre als espectadors són els valors de modernitat, dinamisme, energia, com mostra la *figura 52*. A més no sols manté el color corporatiu en els informatius també l'utilitza en els diferents programes d'elaboració pròpia com concursos, magazines, *realities-shows*¹¹, etc.



Figura 52

6.4. El color: verd

Respecte al color verd s'ha de dir que és un color relaxant i refrescant que indueix a qui el contempla a sensacions de serenitat i harmonia. Està íntimament relacionat amb la naturalesa, simbolitza també la vida, la fertilitat i la bona salut, i com manifesta HELLER (2004: 106) "el verde, situado en perfecta neutralidad entre los extremos, proporciona una sensación de tranquilidad y seguridad", perquè el color verd és de temperatura agradable, així com és un color tranquil·litzador respecte a altres colors més excitants com per exemple el roig o el taronja. A banda d'això el que intenta comunicar el verd als televidents, mitjançant el mitjà de comunicació, és frescor alhora de presentar els continguts de la programació. De manera paral·lela intenta transmetre gosadia en la realització dels informatius.

El mitjà de comunicació que utilitza el color verd com a color corporatiu és *laSexta*, tan en la seua programació com en els informatius. El que intenta comunicar als televidents són els valors del mitjà a l'informatiu. Així doncs els valors que vol transmetre són els de vitalitat, energia i joventut. Mentre que el seu públic objectiu és una audiència jove de tendència inconformista que busca alguna cosa diferent en la televisió. Un altre punt important és la tonalitat de la imatge, en la qual es pot observar que utilitza claus tonals altes i mitjanes, com la resta de informatius. Perquè les claus altes i mitjanes donen la sensació de tranquil·litat. Per una altra banda es pot veure en la *figura 53* que el color corporatiu ha estat el verd però s'han invertit els colors. El que

¹¹ Són programes de telerealtà, o el que és el mateix: episodis televisius en què es grava el que succeeix a persones reals. Poden ser retransmissions permeses per un o diversos subjectes protagonistes, enregistraments a través de càmera oculta o concursos en què els participants competeixen per un premi.

abans era verd ara és blanc i al revés, a més la tonalitat del verd s'ha modificat a un verd més brillant.



Figura 53

7. La fotografia dels informatius

El punt següent tracta de com estan compostats els informatius en relació al tipus de pla, al moviments de càmera, a l'altura de la càmera i la duració de cada pla. Per això es realitzarà una visionada de l'informatiu de cada cadena en el transcórrer dels anys fins arribar al dos mil quinze. S'ha d'examinar el tipus de pla per a veure si ha canviat o es manté el mateix. Per un altre costat s'ha d'estudiar els moviments de càmera per a saber amb quina intenció es realitza. A més, s'ha de tindre en compte l'altura de la càmera, perquè qualsevol canvi por variar el sentit d'interpretació per part de l'audiència. Així mateix s'ha de controlar la duració de cada pla per tal veure que transcorre en eixe període de temps.

A més s'ha de tindre en compte el binomi entre les imatges i l'expressió oral del presentador, perquè segons esposa CEBRIÁN (1998: 50) "las imágenes ejercen mayor atractivo que la palabra oral debido al enorme desarrollo perceptivo de la vista. Si la carga informativa se transmite por la palabra mientras aparecen las imágenes de gran atractivo, sin relación entre ellas, la atención del espectador se dividira en dos sentidos. Se requiere una rigurosa combinación para que entre ambos sistemas expresivos se apoyen y refuercen mutuamente y no diverjan".

7.1. La fotografia de l'informatiu de TVE

A principis dels anys noranta es pot apreciar que els telediaris s'iniciaven amb un pla mitjà del presentador, aquest tipus correspon amb la distància òptima per a la relació personal i és adequat per a les entrevistes. Ja que pareix que el presentador estiga mirant al televident assegut a casa i narrant-li les notícies a ell. Per això aquest tipus de pla denota proximitat amb el televident. Per altra banda també es pot observar que la càmera es desplaça, aquest tipus de moviment és quasi inapreciable. Es tracta d'un desplaçament lateral mitjançant un tràveling o una grua. Aquests desplaçaments es realitzaven amb un pla general del set, en què ens revela l'indret on transcorre l'acció, a més de mostrar com és de gran el set.

A finals dels anys noranta es mante el mateix tipus de pla, però amb la particularitat que eixe mateix pla es va tancant més l'enquadrament fins arribar a un pla mitjà curt.

Aquest pla ens permet aïllar una sola figura per a concentrar en ella la màxima atenció. Es barregen aquest dos tipus de pla per a trencar la monotonia d'un sol pla i així aconseguir que els informatius siguin més dinàmics. Aquests plans generals realitzats en grua es produeixen al principi del informatiu, per a situar a l'espectador o després del titulars. Mentre que els plans duren el que el presentador tarda en narrar o contar la notícia.

Arribats al dos mil quinze es manté el mateix pla mitjà per a narrar les notícies, però a la vegada utilitza el pla mitjà curt. En quant a la altura de càmera és la mateixa que a principis dels anys noranta. En canvi, cal destacar que amb la introducció d'una nova pantalla al lateral del set es produeix un moviment de la càmera mitjançant una grua o una *cabeza caliente*¹², ja que la presentadora interactua amb la pantalla amb aquest mecanisme l'espectador pot veure tant a la presentador/a com es comunica amb la pantalla o es utilitza per a donar pas a altres seccions com potser els esports, tal com es veu en la *figura 54*.



Figura 54

7.2. La fotografia de l'informatiu de *Telecinco*

Després de dur a terme la visionada de l'informatiu de *Telecinco* en aquest vint-i-cinc anys, s'ha de comentar tot allò que estiga relacionat amb la composició dels plans. Es per aquest motiu que en els seus inicis, al 1993, utilitza el pla mitjà com el pla predominant a l'informatiu. Posteriorment, introduiria un pla més general del set, al qual aniria acompanyat d'un moviment lateral. Tot aquest pla es realitza mitjançant una grua o una *cabeza caliente*, amb això s'aconsegueix que l'espectador tinga una visió de com és el set de gran i quins són els elements que el componen. Convé ressaltar que l'informatiu de 1996 comença amb un *tràveling* de grua, la qual es troba en una posició elevada que permet al televident tindre una vista general de set. Després la càmera es desplaça lentament de dalt a baix fins arribar a un pla mitjà de la presentadora. Al mateix temps s'ha de comentar que també utilitza el pla mitjà llarg i el pla mitjà per tal de que hi haja un poc de diversitat en la realització de l'informatiu.

¹² Consisteix en una ròtula col·locada en l'extrem d'una ploma, de dimensions variables però més lleugera que la grua tradicional. El mecanisme, guiat per control remot, permet situar la càmera en posicions difícilment accessibles per a una grua amb operador, a més de facilitar moviments ràpids i espectaculars.

Amb l'arribada del 2000 s'observa que realitzen un *tràveling* diferent, perquè és un desplaçament vertical, sobre el mateix eix, i a més es realitza en una posició zenital. Per un altre costat es pot observar que a vegades desplacen al presentador/a del centre de l'enquadre, per a possibilitar que l'espectador tinga una visió més clara de les imatges que es projecten en la pantalla. Però al 2010 es produeix un canvi en la realització i composició dels plans que es mante fins l'actualitat, els canvis són que ja no es realitzen els moviments de grua, ni plans generals del set des d'una posició elevada, tampoc no es troben *zooms in* o *zooms out* i ja no es desplaça al presentador/a del centre . Així és que ara, en aquest moments sols s'utilitza un pla mitjà i centrat del presentador que narra les notícies.

7.3. La fotografia de l'informatiu d'Antena 3

Una vegada duta a terme la visionada de l'informatiu d'Antena 3 des del seu inicis fins l'actualitat. S'ha de comentar que l'informatiu ha experimentat una evolució al respecte del posicionament de la càmera, l'angulació i el moviment. Per tant, a principi dels anys noranta l'informatiu començava amb un pla mig del presentador donant la benvinguda als televidents i informant-los que es trobaven veient l'informatiu d'Antena 3. Després es dóna pas als titulars i quan aquests finalitzen, passa a un pla general amb una angulació picada, en la qual realitza un avançament quasi imperceptible. Aquest tipus de pla el que fa és mostrar a l'espectador on i com es realitza l'informatiu. Pel que fa a la durada del pla això s'ha mantingut amb el pas del temps, perquè cada pla esta sotmès a la narració de la notícia per part del presentador.

Al finals dels noranta i principis del dos mil el pla mig del presentador mirant a càmera es tanca un poc per arribar a un pla mig curt. Aquest pla mig curt és utilitzat per a relatar notícies que necessiten l'atenció de televident, per tal de crear proximitat entre presentador i espectador. Per aquest motiu s'observa la proliferació de *zoom in* i *zoom out* per tal de enquadrar correctament al presentador. Una altra evolució és que amb el trasllat del set a la redacció el moviment de grua o *cabeza caliente* es realitza des del final de la redacció fins aplegar a la taula dels presentadors. Aquest recorregut en retrocés és per a ensenyar a l'espectador com és de gran el set i també per a comunicar que la gent que esta en la redacció esta treballant per a obtindre les notícies d'última hora, per tal de mantindre l'actualitat informativa.

Pel que fa a la realització de l'informatiu en el dos mil quinze, el que més crida l'atenció és que els presentadors estan de peu al començament del telediari. Aquesta nova presentació ha portat nous plans, com per exemple el pla sencer, on es pot apreciar tot el presentador i part el decorat, que en aquest cas es una pantalla d'una dimensió considerable. Amb això el que es pretén que el presentador es desplace per davant de tota la pantalla, on es podrà veure imatges relacionades amb els titulars. Tot aquest desplaçament del presentador/a serà seguit per una *steadycam*¹³, per tal de no perdre l'enfocament del presentador/a quan aquest es desplace.

¹³ Suport sobre el qual es col·loca una càmera que permet que l'operador es desplace caminant com si fos rails.

Altrament un altre pla és el de $\frac{3}{4}$ que és utilitzat per veure més la gestualitat dels presentadors en notícies que són més rellevants i sempre recolzant-se en imatges exposades en la pantalla. A banda d'això els moviments de càmera són més marcats i ja no passen desapercebuts. Els *zooms in* són més ràpids per tal que l'espectador s'adone compte d'aquest apropament i així cridar l'atenció, a més el presentador comença amb un titular impactant, per a enganxar al televident a veure aquest informatiu i no un altre.

7.4. La fotografia de l'informatiu de *Cuatro*

En aquest punt s'estudiarà si hi hagut modificacions en la composició del pla, en la posició de la càmera, l'angulació i el moviment, a més de la durada del mateix. És per aquest motiu que s'ha realitzat una visionada de l'informatiu de *Cuatro* des del 2005 al 2015. En els seus inicis a l'any 2005, es pot apreciar que l'informatiu s'iniciava amb un pla mitjà llarg del presentador que progressivament anava tancant-se, mitjançant un *zoom in*, fins arribar a un pla mitjà, perquè el televident poguera apreciar clarament les expressions del presentador. Així com és la distància òptima per a la relació personal i és adequada per a les entrevistes. Ja que pareix que el presentador estiga mirant al televident assegut a casa i narrant-li les notícies a ell. Pel que fa a la durada del pla, quasi sempre està sotmesa a la locució del presentador, per això no hi hagut modificacions.

A principis del 2010 es pot apreciar com mostra la *figura 55*, que en la composició del pla, el presentador es troba desplaçat del centre de l'enquadrament. Amb això el que s'aconsegueix és que es veu millor la pantalla que està darrere del presentador. Per tant, el televident se centra visualment en les imatges que es projecten en la pantalla i el presentador realitza la funció sonora, la de narrar la notícia. Així doncs resta protagonisme al presentador per atorgar-li'l a la pantalla. També utilitzen moviments de càmera com tràvelings horitzontals, fets per una grua o per una *cabeza caliente*.



Figura 55

Arribats al 2015 s'aprecia que el presentador presenta les notícies de peu. Alterna amb plans mitjos llarg i plans mitjans, per tal de trencar eixa monotonia i dotar a l'informatiu de dinamisme. A més les notícies que tenen una certa massificació d'informació, el presentador es recolza un la pantalla per a explicar-la millor.

7.5. La fotografia dels informatius de *laSexta*

Després de realitzar una visionada a l'informatiu de *laSexta* des dels seus inicis fins l'actualitat, s'ha de comentar que des de l'inici de l'informatiu ha estat present en totes les edicions el pla mitjà llarg i el pla mitjà. El que es pretén amb aquesta alternança de plans és trencar la monotonia de un sol pla i dotar a l'informatiu d'agilitat. També es pot observar que utilitza els moviments de grua en els plans generals, ja siga per avançar o retrocedir, i a la vegada són apreciables per l'espectador, perquè són moviments ràpids. Poc després, a l'any 2010 i successius s'aprecia que la presentadora és desplaçada lleugerament del centre de la imatge, això és perquè volen que l'espectador estiga pendent sonorament de la presentadora i visualment de les imatges que es projecten en la pantalla que està darrere de la presentadora.

En el 2013 amb el canvi en l'escenografia es pot observar que els titulars són presentats estant de peu la presentadora. El pla comença amb un pla general del set, per tal que el televident aprecia tots els canvis realitzats en aquesta nova temporada, i poc a poc va tancant l'enquadrament per arribar a un pla de conjunt o un de $\frac{3}{4}$ de la presentadora. Aquest moviment es quasi imperceptible pel televident perquè és suau i lent. També es poden apreciar *zooms in* suaus per aconseguir l'enquadrament òptim de la presentadora. En l'actualitat els moviments de grua o *cabeza caliente* es realitzen en totes les direccions, en el qual es produeixen *zooms in* i *zooms out* en diverses velocitats tant suaus com ràpids. També s'aprecia alternança amb els plans mitjans llargs i els plans mitjos, però predominen els plans mitjos llargs per així mostrar el màxim possible la pantalla.

8. La il·luminació

Tots els informatius es basen en els mateixos principis bàsics, com per exemple la il·luminació bàsica de tres punts i una il·luminació en clau alta. La il·luminació bàsica de tres punts es basa en il·luminar al personatge amb una llum clau o principal, un contrallum i una llum suau secundària des del costat. Això proporciona una molt bona il·luminació i elimina la major part de les ombres. Per a la llum secundària, s'utilitza una llum suau i difusa. Aquesta llum secundària treballa sobre les ombres, llevant-los la seua duresa. A la vegada des de darrere del personatge, s'utilitza una llum de contrallum, per crear una vora lluminosa al voltant del pèl i l'esquena, fent que el personatge es veja més en tres dimensions, al separar-lo del fons, a les pantalles de televisió bidimensionals.

A més s'afegeix un quart punt al sistema d'il·luminació, la llum de fons que determina la brillantor de l'escenografia darrere del personatge per separar encara més del fons. Per aquest motiu la il·luminació dels informatius es distribueix per tot l'escenari, el que s'intenta és que no apareguen ombres, perquè això provocaria confusió en l'espectador i el trauria de la notícia i del presentador.

8.1. La il·luminació en l'informatiu de TVE

Es aquest apartat s'ha agrupat diversos períodes dels informatius de TVE, per veure si la il·luminació s'ha modificat. Per aquest motiu s'ha realitzat una visionada dels diferents informatius. Com es veu en la *figura 56*, es tracta d'una il·luminació difusa, perquè comprenen grans àrees i és una llum plana, la qual genera ombres suaus. El que es pretén és il·luminar tot el set i eliminar les possibles ombres creades pels presentadors i per part del decorat, així com modelar la figura d'aquests. Tota la il·luminació ve des de dalt de la graella.

Mentre que en la *figura 57* és d'un informatiu del dos mil, així doncs el que s'observa és que hi ha més llum i enlluernen més els elements que componen l'escenografia. També s'aprecia que el fons no sols està il·luminat des de dalt, sinó que també ho fa des de baix, per la qual integra tota una filera de focus al voltant del fons. Els focus utilitzats per a il·luminar tot el set són fluorescents, perquè aporten una major lluminositat.



Figura 56



Figura 57

Ara, amb el desenvolupament de les noves tecnologies d'alta definició de la imatge, com el *Full HD*, *4K* i *8K*, la il·luminació no s'ha quedat darrere. Més que un canvi en el tipus de lluminàries s'ha donat un canvi en la forma d'il·luminar perquè la producció en alta definició requereix d'una il·luminació més nítida, ja que la imatge projectada és de major definició. És per això que es pot veure que s'incorporen a l'informatiu nous avanços com per exemple els llums de *LED*¹⁴, gràcies a la seua eficiència energètica, brinda alts nivells d'il·luminació amb baixa generació de calor, ja que en un espai tancat, els equips generen calor que es converteix en un problema. D'altra banda gran part de la llum prové de les graelles situades dalt del decorat, com es pot observar en la *figura 58*, però al reduir la mida dels focus i guanyar en intensitat lumínica es poden integrar en qualsevol lloc del decorat.

¹⁴ Díode emissor de llum, també conegut com LED (acrònim de l'anglès Light-Emitting Diode) és un dispositiu semiconductor (díode) que emet una llum blanca i freda. Es tracta d'un cos semiconductor sòlid de gran resistència que en rebre un corrent elèctric de molt baixa intensitat, emet llum de forma eficient i amb un alt rendiment.



Figura 58

8.2. La il·luminació en l'informatiu de *Telecinco*

Després de realitzar la visionada de l'informatiu de *Telecinco* referent a les modificacions d'il·luminació, s'observa que segueix quasi la mateixa línia que l'informatiu de *TVE*. Això és perquè tenen els mateixos avanços tècnics, però es diferencien en la presentació a l'espectador. *Telecinco* també utilitza una il·luminació difusa en clau tonal alta, per tal que l'informatiu siga realista. A més els focus des de l'inici estan col·locats en la graella o integrats en el decorat però no son visibles a l'espectador. Aquests focus integrats en el decorat són per a il·luminar un element concret com s'observa en la *figura 59*, en els focus que il·luminen el fons. Cal anomenar que l'informatiu amb el pas del temps ha anat guanyant en intensitat lumínica conforme la imatge anava guanyant en resolució.



Figura 59

Cal destacar també que en el 2015 la il·luminació de l'informatiu del migdia utilitza una il·luminació molt més clara que en l'informatiu de la nit, com es pot veure en les *figures 60* i *61*. Altrament s'observa que s'usa una banda serigrafia d'una ciutat o una maqueta, però el que destaca és que en l'informatiu de la nit part dels edificis estan il·luminats, donant la sensació que hi haja algú vivint allí. En canvi en l'informatiu del migdia quasi no s'aprecien.



Figura 60



Figura 61

8.3. La il·luminació en l'informatiu d'*Antena 3*

En els inicis de l'informatiu el que pretenien era que la il·luminació no creara ombres i que prevalgués la llum que incideix sobre el presentador. Poc a poc van anar il·luminat els elements que componen el set i integrant els focus en el mateix decorat.

Pel que fa als canvis en la il·luminació de l'informatiu d'*Antena 3*, s'ha de comentar que ha guanyat en brillantesa o lluentor gràcies a la incorporació de la tecnologia *LED*, en la qual en l'última etapa s'han basat en nombrosos sistemes de fluorescència que permet un consum més baix d'energia, com s'observa en la *figura 62* i *63*, i que a la vegada té una eficàcia igual que els focus utilitzats en etapes anteriors. A més integren un dímer, el qual possibilita la regulació de la intensitat de llum. Amb l'objectiu de no produir molta calor en el mateix set i la regulació de la intensitat es perquè la llum no rebote en la pantalla de grans dimensions i pugui crear algun que altre resplendor sobre la càmera.



Figura 62



Figura 63

8.4. La il·luminació en l'informatiu de *Cuatro*

En els primers informatius de *Cuatro* es pot observar com mostra la *figura 64*, que hi ha focus que il·luminen zones concretes de l'escenografia, a més de la il·luminació de llum difusa que predomina en el set. Aquestes zones són il·luminades per atraure la atenció de l'espectador sobre elles, ja que són focus d'il·luminació directa. Aquestes llums estan dirigides cap al presentador; la pantalla, on es pot veure les imatges d'actualitat i el fons, per tal de ressaltar els colors corporatius del mitjà. Per contra la il·luminació de la *figura 65* és molt més clara i brillant, desapareix la llum que incideix

directament sobre el presentador, perquè va servir la tecnologia *LED*, per tal que els elements que integren el set ajuden a dispersar la llum per l'escenografia.



Figura 64



Figura 65

8.5. La il·luminació en l'informatiu de *laSexta*

Com es pot apreciar en les *figures 66 i 67* el canvi que s'ha produït en *laSexta Noticias* ha sigut complet no sols en l'escenografia sinó també en la il·luminació. Al seus inicis *laSexta* aposta per la integració de xicotets focus repartits per tota l'escenografia, així mateix aquests focus feien ressaltar el color verd corporatiu, és per això que l'informatiu tenia una predominança de color verd. En canvi ara es pot observar que la llum és molt més brillant i la combinació de colors entre el negre, el blanc i el verd donen més contrast entre els elements que componen l'escenografia. *LaSexta* també es fa servir de la tecnologia *LED*, per a donar a l'informatiu eixe punt de brillantor que fa que els components que es troben en el decorat destaquen, amb l'objectiu d'atraure a l'espectador.



Figura 66



Figura 67

9. Conclusions

Després d'examinar els diferents elements estètics que componen els informatius, ens disposem a valorar els apartats que s'han analitzat per a traure les conclusions al respecte. Per tant, hem de comentar si s'han complert els objectius proposats en la introducció i quins han sigut els resultats.

Com hem vist al llarg d'aquest treball l'escenografia dels diferents informatius ha anat canviant en el transcórrer dels anys, adaptant-se a les noves tecnologies o formes de realitzar un informatiu, així com a la incorporació de nous materials per a l'elaboració del decorat. Dit això, ens trobem en la posició de manifestar que l'escenografia dels diferents informatius ha evolucionat amb l'objectiu de captar la màxima audiència possible, ja que les notícies són les mateixes per a totes elles, sols es diferencien en la comunicació de la notícia, perquè cadascuna segueix una línia editorial diferent a l'altra. Per aquesta raó es fan servir de tots els recursos televisius, com tancar el pla del presentador/a perquè l'espectador estiga atent al que està dient, els moviments de càmera, la introducció de la pantalla com a reforç visual, la presentació dels titulars estant de peu els presentadors, etc. Tot aquests recursos són utilitzats per tal de captar al màxim públic possible.

Pel que fa a l'evolució de l'escenografia es pot veure que els monitors han estat presents des dels anys noranta, més avant passen a ser pantalles. Al principi el que pretenia transmetre el monitor era la seua capacitat informativa mundial, a més d'actualitat a l'hora de rebre la informació, però de seguida es van donar compte que els monitors distreien a l'espectador, així que alguns decidiren llevar-los i altres mantindre'ls però posant-los a certa distància, per tal de no veure clarament el que estan retransmetent. Mes avant les pantalles són utilitzades com a reforç visual de les notícies i quan no hi ha imatges projecten el logotip del mitjà, amb la finalitat que l'espectador identifique de seguida quin canal i informatiu està veient. De manera paral·lela es traslladà el set a la redacció, amb l'objectiu d'atorgar a l'informatiu un aspecte més real, on tot el personal està corrent d'un lloc altre i segons OLSEN (2005: 201) provoca "muchos problemas: ruido, confusión y la mayoría de las veces inactividad en el fondo a la hora de emisión del informativo, puesto que la mayoría del personal de la redacción ya había acabado su trabajo". L'únic mitjà que traslladà l'informatiu a la redacció va ser Antena 3 i el va mantindre durant quasi quinze anys.

Un altre element que ha estat en constant evolució és la taula dels presentadors. Als inicis eren grans, pesades i molt clàssiques en el color i la forma, quasi totes eren ovalades, perquè permetia un enfocament òptim de les diverses càmeres, entre el presentador/a i el fons. Després amb el pas dels anys les taules començaren a tindre diverses formes com rectangulars, triangulars, a més de barrejar colors i a la vegada incorporaven elements com rellotges, monitors, etc. En aquests últims anys les taules són molts senzilles, però d'un disseny abstracte i elaborades amb materials, com el metacrilat. També es van anar incorporant a l'informatiu elements com el telèfon, el qual permetia al presentador estar en comunicació amb la realització per si hi havia una notícia d'última hora. Un altre element fou l'ordinador, el qual dotava a l'informatiu immediatesa en la recepció de la informació i com actualitat tecnològica.

Per una altra banda s'ha analitzat la paleta de colors utilitzada en l'informatiu per tal de saber si correspon amb la utilitzada per el mitjà. De seguida es pot apreciar que mitjans com *TVE*, *Cuatro* o *laSexta*, tingueren clar des del seus inicis que els colors corporatius del mitjà havien d'estar presents en l'informatiu, per tal de transmetre els mateixos valors a l'espectador. En canvi *Telecinco* tardà poc de temps adonar-se compte de la complicitat entre els valors del mitjà i el de l'informatiu, així que en poc

temps adapta tant el color blau al mitjà com a l'informatiu. Cal ressaltar que *Antena 3* és un dels mitjans de comunicació que amb el pas del temps li ha costat trobar un color que els identifique com a mitjà. En general tots els mitjans tenen clar que l'informatiu es el mitjà per a transmetre els valors corporatius a l'audiència, amb l'objectiu que aquesta se senta identificada amb eixos valors.

Després de realitzar una visionada dels informatius des del 1990 al 2015, ens trobem en la posició d'afirmar o manifestar que la fotografia dels informatius no hi hagut grans modificacions al respecte. Pel que fa a l'altura de la posició de la càmera és la mateixa, perquè els ulls deuen estar a la mateixa altura que l'objectiu de la càmera perquè li prenga el primer pla, i com manifesta PÉREZ (2010: 197) “para evitar que el mentón o la papada desfiguren la perspectiva del rostro o que la imagen del presentador quede empequeñecida”. En darrer lloc els plans utilitzats són quasi sempre els mateixos, perquè juguen amb el pla mitjà del presentador/a, tant un pla mitjà llarg com curt. Els plans mitjans llargs són utilitzats per a mostrar el màxim possible de la pantalla i del presentador sense que l'espectador perda l'atenció en el presentador. A més els plans mitjans curts són utilitzats per a relatar notícies que necessiten l'atenció de televident, per tal de crear proximitat entre presentador i espectador. És per això que es barregen aquests tres tipus de pla per a trencar la monotonia d'un sol pla i així aconseguir que els informatius siguin més dinàmics.

De manera paral·lela podem trobar alguna modificació en els moviments de càmera, realitzats per una grua o *cabeza caliente*. Al principi eren quasi imperceptibles però ara en els informatius de *Antena 3* i *laSexta* són més marcats i perceptibles per part de l'espectador. Això provoca que el televident capte aquest moviment i preste atenció en el que esta succeint. Un altra modificació que es va produir amb la utilització de les pantalles com a reforç visual, fou el desplaçament del presentador/a del centre de la imatge. Posant-lo a un lateral de l'enquadrament l'espectador centra la seua atenció visual en les imatges projectades en la pantalla i per contra l'atenció sonora li l'atorga al presentador/a.

Altrament trobem el cas de *Telecinco* que en la seua última etapa de l'informatiu ha deixat de banda totes aquestes modificacions i sols se centre en un pla mitjà del presentador/a, el qual ens narra les notícies. Per contra es pot veure que *Antena 3* i *laSexta* han modificat la seua manera de presentar els informatiu, ara els presentadors es troben de peu davant d'un pantalla per tal de comunicar i fer més accessibles els continguts a l'espectador. Així mateix la duració de cada pla està sotmesa a la narració del presentador/a.

Pel que fa a la il·luminació dels diferents informatius, s'ha d'afirmar que a principis dels noranta, el que es pretenia era crear una il·luminació difusa, que permetia que no es crearen ombres marcades tant dels presentadors com dels elements que incorporen l'escenografia, amb l'objectiu de no distraure al televident. A més utilitza una il·luminació tonal en clau alta i mitjana, per tal de percebre tot el decorat amb la mateixa il·luminació. En aquest moment el desenvolupament de les noves tecnologies d'alta definició de la imatge, requereix d'una il·luminació més nítida, amb la finalitat que els elements que estan present en la imatge estiguen ben definits. Per això s'utilitza la

tecnologia *LED*, la qual permet una eficiència energètica i la integració de xicotets focus per tot el decorat, per a donar volum al decorat i ressaltar les seues característiques. Així mateix el que es pretén en els informatius és que la il·luminació tinga una estètica realista, a més de voler captar l'atenció de l'espectador.

10. Bibliografia

- AMELA, V. (2008), *Història cultural de l'audiovisual*, Barcelona, Editorial UOC.
- ARTERO, J.P. (2008), *El mercado de la televisión en España: oligopolio*, Barcelona, Ediciones Deusto.
- BARROSO, J. (2002), *Realización de los géneros televisivos*, Madrid, Síntesis.
- BROWN, B. (1994): *Iluminación en cine y televisión*, Andoain, Escuela de cine y video.
- CASTILLO, J. M. (2004), *Televisión y lenguaje audiovisual*, Madrid, Instituto oficial de radio y televisión.
- CEBRIÁN, M. (1998), *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresiones y programación*, Madrid, Síntesis.
- ELINDRISSI, F. (2014), <<El espectador de televisión, un animal de costumbres>>, El Mundo, Disponible en <http://www.elmundo.es/television/2014/11/08/545d0ed4e2704ef6478b4588.html>, [Consulta: 20-08-2015]
- GALÁN, E. (2007), *El uso de escenografía virtual en la realización de un programa de televisión: desarrollo de un modelo ad doc*, Valencia, Tesis doctoral.
- GARCÍA, F. (2009), *El nacimiento de la Sexta: análisis de una estrategia competitiva de televisión "generalista"*, Madrid, Tesis doctoral.
- GONZÁLEZ, C. (2006), *La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro*, Castellón, Tesis doctoral.
- GUTIÉRREZ, B. (2002), <<La luz como elemento expresivo de la narrativa audiovisual>>, Revista científica de comunicación y educación, núm. 18, p. 101-110.
- HELLER, E. (2004), *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcelona, Gustavo Gil.
- MILLERSON, G. (1989), *Diseño escenográfico para televisión*, Madrid, Instituto oficial de radio i televisión.

- OLIVA, L. i X. SITJÀ. (2007): *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*, Barcelona, Omega.
- OLSEN, R. (2002), *Conceptos básicos de la dirección artística en cine y televisión*, Madrid, Instituto oficial de radio y televisión.
- PALACIOS, M. (2005): *Historia de la televisión en España*, Barcelona, Gedisa.
- PAREJA, E. (1998), *Escenografía virtual*, Madrid, Instituto oficial de radio y televisión.
- PÉREZ, G. (2010), *Informar en la e-televisión. Curso básico de periodismo audiovisual*, Navarra, EUNSA.
- RUIZ, F. J. (1997), *Orígenes de la televisión en España*, Universidad de Málaga.

11. Annexos

11.1. Annex 1

I. Disposicions generals

CAP DE L'ESTAT

250 LLEI 46/1983, de 26 de desembre, reguladora del tercer canal de televisió. («BOE» 4, de 5-1-1984.)

JUAN CARLOS I,

REI D'ESPANYA

A tots els qui vageu i entengueu aquesta Llei.
Sapigueu: que les Corts Generals han aprovat la Llei següent i jo la sanciono.

CAPÍTOL PRIMER

Principis generals de la concessió

Article u.

S'autoritza el Govern perquè prengui les mesures necessàries per a la posada en funcionament d'un tercer canal de televisió de titularitat estatal i per atorgar-lo, en règim de concessió, en l'àmbit territorial de cada comunitat autònoma, amb la sol·licitud prèvia dels òrgans de govern d'aquestes, i en els termes que preveuen els respectius Estatuts d'autonomia, l'Estatut de la radio i la televisió, les seves disposicions complementàries d'ordre tècnic i aquesta Llei.

Article dos.

L'Estat ha de proporcionar a cada comunitat autònoma la infraestructura tècnica d'una xarxa per a la difusió del tercer canal.

Amb aquesta finalitat, s'ha de posar en funcionament la xarxa d'emissions, enllaços i reemissors que garanteixin la cobertura del territori afectat, salvaguardant el respecte a les obligacions derivades dels acords, convenis internacionals i resolucions i directius d'òrgans internacionals als quals pertany Espanya.

Article tres.

El Govern, en el termini de sis mesos des de l'entrada en vigor d'aquesta Llei, ha d'aprovar un pla nacional de cobertura per al tercer canal, el ritme d'execució del qual s'ha d'efectuar en funció de la data de publicació dels Estatuts de les comunitats autònomes que el sol·licitin.

Així mateix ha de proposar a les Corts Generals les dotacions pressupostàries que possibilitin la realització de les instal·lacions i l'explotació a què es refereix el paràgraf dos de l'article 2n d'aquesta Llei.

La xarxa del tercer canal s'ha d'explotar d'acord amb les necessitats i els horaris que fixi l'organisme de gestió del tercer canal de televisió de la comunitat autònoma corresponent.

Article quatre.

L'organisme de gestió del tercer canal de cada comunitat autònoma està obligat a satisfer, al venciment de cada any, un cànon per la utilització de la xarxa, la quantia del qual s'ha de calcular de manera que absorbeixi els costos de manteniment, explotació i amortització dels equips i part proporcional de la infraestructura d'aquesta.

Article cinc.

L'activitat dels tercers canals de televisió que regula aquesta Llei s'ha d'inspirar en els principis següents:

- L'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions.
- La separació entre informacions i opinions, la identificació dels qui sustentin aquestes últimes i la seva lliure expressió amb els límits de l'apartat quart de l'article 20 de la Constitució.
- El respecte al pluralisme polític, religiós, social, cultural i lingüístic.
- El respecte a l'honor, la fama, la vida privada de les persones i tots els drets i les llibertats que reconeix la Constitució.
- La protecció de la joventut i de la infància.
- El respecte als valors d'igualtat que recull l'article 14 de la Constitució.

Article sis.

La concessió del tercer canal faculta la comunitat autònoma per a la lliure fixació de l'honorari d'utilització de la xarxa, sense més limitacions que les que es deriven d'aquesta Llei i de les normes amb rang de llei que, dins les seves competències, puguin establir les comunitats autònomes.

La gestió que es concedeix no es pot transferir, sota cap forma, totalment o parcialment, a tercers, i correspon directament i íntegrament el desenvolupament de l'organització, execució i emissió del tercer canal a la societat anònima constituïda a aquest efecte a cada comunitat autònoma.

Article set.

Amb caràcter previ a la concessió, i sense perjudici de l'activitat encomanada a les comissions mixtes, la comunitat autònoma sol·licitant ha de regular mitjançant una llei l'organització i el control parlamentari del tercer canal, d'acord amb les previsions de la Llei 4/1980.

CAPÍTOL II**La gestió****Article vuit.**

La gestió del tercer canal de televisió es regeix pel que disposen l'Estatut de la ràdio i la televisió, aquesta Llei i altres de l'Estat i de les comunitats autònomes que per raó de la matèria siguin aplicables.

Article nou.

La gestió mercantil del servei públic de televisió del tercer canal l'ha de fer una societat anònima.

El capital de la societat a què es refereix l'apartat anterior i de les societats filials que, si s'escau, es constitueixin, ha de ser públic en la seva totalitat, subscrit íntegrament per la comunitat autònoma i no es pot alienar, hipotecar, gravar, pignorar o cedir en qualsevol forma onerosa o gratuïta. Aquesta societat es regeix pel dret privat, sense més excepcions que les previstes a la legislació vigent.

Als càrrecs directius dels òrgans de govern i de les societats d'explotació del tercer canal s'aplica el mateix règim d'incompatibilitats que, per a RTVE i les seves societats, preveu l'article 76, 4, de la Llei 4/1980.

Article deu.

L'exercici de la gestió directa concedit per aquesta Llei inclou la propietat, finançament i explotació d'instal·lacions de producció de programes, comercialització i venda dels seus productes i activitats d'obtenció de recursos mitjançant publicitat, així com qualsevol altra activitat patrimonial, pressupostària, financera o comercial.

CAPÍTOL III**Programació i control****Article onze.**

Les normes tècniques de gravació, transmissió i qualitat del tercer canal s'han d'ajustar a les que estableixin per al territori espanyol els organismes competents de l'Administració de l'Estat en matèria de ràdio i televisió.

Article dotze.

L'ens públic Radiotelevisió Espanyola i cada organisme autònom creat per a la gestió del servei públic del tercer canal, així com aquests organismes autònoms entre si, poden establir convenis sobre connexions de les emissions entre les diferents cadenes i sobre la recepció dels serveis internacionals de notícies i transmissions, així com per a l'intercanvi de programes i serveis.

Igualment i amb els organismes esmentats que ho vulguin, es poden subscriure convenis de cessió temporal de mitjans i serveis de l'ens públic RTVE, amb l'acord previ amb aquest i després de l'establiment i l'abonament del cànon corresponent, que s'ha de fixar mitjançant un acord entre els dos organismes de televisió.

Article tretze.

El Govern pot fer que es difonguin totes les declaracions o comunicacions oficials d'interès públic que estimi necessàries, amb indicació de l'origen, les quals s'han d'expressar en castellà i en l'altra llengua oficial de la comunitat autònoma corresponent. Per raons d'urgència apreciades pel mateix Govern, aquests comunicats i declaracions tenen efecte immediat.

Article catorze.

Durant les campanyes electorals s'ha d'aplicar el règim especial que prevegin les normes electorals. La seva aplicació i el seu control es defereixen a la junta electoral que correspongui.

Article quinze.

1. Les societats concessionàries del tercer canal no poden adquirir en exclusiva programes que impedeixin la seva projecció en un àmbit territorial diferent del de la seva pròpia comunitat.

2. Amb la finalitat d'ordenar la concurrència entre les diferents societats de gestió del servei públic de televisió en l'adquisició de programes a l'exterior, el Govern ha de constituir una comissió coordinadora composta per representants de totes les societats concessionàries del tercer canal i de l'ens públic RTVE. Aquesta comissió ha de conèixer les condicions d'adquisició de programes i ha d'ordenar i resoldre els possibles conflictes, en la forma i amb els efectes que es determinin per reglament.

3. Quan hi hagi concurrència per a l'adquisició d'un mateix programa entre una societat concessionària d'un tercer canal d'una comunitat autònoma amb llengua pròpia i l'ens públic RTVE, aquella pot en qualsevol cas adquirir el mateix programa per a l'emissió exclusivament en la llengua pròpia de la comunitat.

Article setze.

Es reserva a l'ens públic RTVE la prioritat en la retransmissió, en directe, de les competicions o esdeveniments esportius d'àmbit internacional.

No obstant això, i amb el pagament previ del cànon que s'estableixi en cada cas, quan aquest esdeveniment tingui un interès específic per a una comunitat autònoma o quan es tracti d'una comunitat autònoma amb llengua pròpia, la societat concessionària del tercer canal pot retransmetre aquest esdeveniment, però únicament en la llengua pròpia quan es doni la segona de les circumstàncies expressades.

Les societats concessionàries del tercer canal no poden contractar en exclusiva la retransmissió d'esdeveniments d'interès nacional.

CAPÍTOL IV**Pressupost i finançament****Article disset.**

El pressupost del tercer canal s'ha d'ajustar al que preveu la normativa general pressupostària, sense perjudici de les singularitats que preveu aquesta Llei.

El finançament del funcionament efectiu del tercer canal de televisió s'ha de fer mitjançant subvencions consignades en els pressupostos de les comunitats autònomes, la comercialització i venda dels seus productes i la participació en el mercat de la publicitat.

Article divuit.

Les societats gestores del tercer canal tenen el mateix tracte aranzelari i fiscal que la legislació vigent atorgui a l'ens públic Radiotelevisió Espanyola.

DISPOSICIONS ADDICIONALS

Primera.-L'emissió i transmissió de senyals del tercer canal de televisió s'ha d'efectuar a través d'ones, de conformitat amb el que disposa l'article 2n, números 2 i 4, de

la Llei 4/1980, de 10 de gener, i queden reservats en exclusiva a RTVE per a tot el territori espanyol els sistemes d'emissió i transmissió mitjançant cable, satèl·lit o qualsevol altre procediment de difusió destinat mediatament o immediatament al públic.

Segona.—L'atribució i assignació de freqüències, potències i emplaçaments de les instal·lacions radioelèctriques del tercer canal s'entenen sotmesos a les normes que estableixin les disposicions nacionals i internacionals que a cada moment puguin obligar l'Administració espanyola i als successius plans tècnics nacionals de televisió. En aquest sentit per obtenir els més alts rendiments de les freqüències atorgades a l'Estat, el Govern pot disposar la modificació de les freqüències, potències, emplaçaments i altres característiques tècniques del tercer canal, sense perjudici del funcionament normal de la concessió.

Tercera.—Els òrgans del Govern i les societats de gestió del tercer canal de televisió queden sotmesos al compliment de les lleis i altres disposicions de protecció a la indústria nacional.

Quarta.—Les qüestions litigioses que sorgeixin amb motiu de les concessions del tercer canal, regulades en aquesta Llei, s'han de resoldre en via administrativa, i, si s'escau, en la contenciosa administrativa.

Cinquena.—Tot i ser de l'exclusiva competència del Govern espanyol la representació de l'Estat en els organismes intergovernamentals internacionals, les societats concessionàries del tercer canal que ho sol·licitin al Govern poden participar en les organitzacions professionals internacionals de ràdio i televisió. A aquest efecte, el Govern ha de regular mitjançant un real decret la coordinació de tots els organismes de televisió existents, a fi de la seva participació en les organitzacions professionals internacionals de ràdio i televisió.

Sisena.—Els governs de les comunitats autònomes han de sol·licitar la concessió de la gestió directa del ter-

cer canal de televisió davant el Govern, al qual l'ha de concedir, mitjançant un real decret, i ha d'ordenar que es desenvolupin les accions necessàries per a la seva posada en funcionament. El real decret de concessió s'ha d'ajustar a les disposicions d'aquesta Llei i a les previsions, que, si s'escau, estableixen els respectius estatus d'autonomia.

DISPOSICIÓ TRANSITÒRIA

Complets els requisits que fixen l'article 3r i la disposició addicional sisena, s'ha de constituir una comissió mixta, composta per quatre membres de l'ens públic de Radiotelevisió Espanyola i altres quatre de la corresponent societat gestora del tercer canal. Aquesta Comissió Mixta té com a funcions fixar els ritmes d'establiment de cada xarxa, així com resoldre tots els problemes tècnics relacionats amb la gestió directa, pública o mercantil del tercer canal que se suscitin en els termes d'aquesta Llei.

DISPOSICIÓ FINAL

El Govern queda autoritzat a dictar les disposicions necessàries per reglament per al desplaçament, dins les seves competències, del que preveu aquesta Llei.

Per tant, manó a tots els espanyols, particulars i autoritats, que compleixin aquesta Llei i que la facin complir.

Palau de la Zarzuela, Madrid, 26 de desembre de 1983.

JUAN CARLOS R.

El president del Govern,
FELIPE GONZÁLEZ MÁRQUEZ

11.2. Annex 2

Ley 10/1988, 3 mayo, derogada por el apartado 4 de la disposición derogatoria de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual («B.O.E.» 1 abril) el 1 de mayo de 2010. Téngase en cuenta que el apartado uno de la disposición derogatoria de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad española («B.O.E.» 6 junio), establece lo siguiente: «Se deroga la Ley 4/1980, de 10 de enero, por la que se aprueba el Estatuto de la Radio y Televisión. No obstante dicha Ley seguirá siendo de aplicación a los efectos previstos en la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión, y en la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada».

Preámbulo

La televisión es, en nuestro ordenamiento jurídico y en los términos del artículo 128 de la Constitución, un servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado.

Esta configuración de la televisión como servicio público ha recibido el reconocimiento de nuestro Tribunal Constitucional y puede decirse que representa, asimismo, un principio ampliamente aceptado en el Derecho público

europeo, como se recogió en la Conferencia del Consejo de Europa sobre política de comunicación celebrada en Viena. La finalidad de la televisión como tal servicio público ha de ser, ante todo, la de satisfacer el interés de los ciudadanos y la de contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura.

La titularidad estatal del servicio público no implica, sin embargo, un régimen de exclusividad o de monopolio, sino que, por el contrario, la gestión del servicio puede ser realizada en forma directa, por el propio Estado, y de una manera indirecta, por los particulares que obtengan la oportuna concesión administrativa.

El Tribunal Constitucional, en sus sentencias número 12, de 31 de marzo de 1982, y número 74, de 7 de diciembre de 1982, declaró que la llamada «televisión privada» no estaba constitucionalmente impedida y que su implantación no era exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política que podía adoptarse siempre que, al organizarla, se respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo.

El Gobierno, de acuerdo con su programa de ampliar al máximo el disfrute y la pluralidad de los medios de comunicación y la difusión de la información que a través de ellos se canaliza, ha adoptado la decisión de regular la gestión indirecta de la televisión, de acuerdo con los principios señalados por el Tribunal Constitucional y los que se derivan necesariamente de su carácter de servicio público esencial.

En concordancia con estos criterios, la Ley sobre Televisión Privada establece que la actividad de las Sociedades concesionarias de dicha gestión indirecta se inspirará en los principios expresados en el artículo 4 de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

El modelo de televisión privada que se establece en la Ley es, desde el punto de vista geográfico o territorial, de cobertura mixta. Es decir, de una parte, se establece que el objeto de las concesiones será la emisión de programas de televisión con una cobertura nacional; pero, de otra parte, se requiere, asimismo, que las concesiones prevean la emisión de programas, por las mismas Sociedades concesionarias, con una cobertura limitada a zonas territoriales que se delimitarán en un Plan Técnico Nacional.

En cuanto al número de tales concesiones, la Ley, considerando conjuntamente cálculos de viabilidad económica para las Empresas concesionarias, exigencias o limitaciones técnicas hoy existentes y el interés del público por una programación diversificada, ha fijado el número de tres.

Se trata de una Ley que quiere estar abierta a futuros cambios o innovaciones tecnológicas. Con esta finalidad se ha previsto un instrumento -el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada- que podrá ser modificado con bastante flexibilidad y en el que se regularán, en cada momento, las condiciones técnicas para el funcionamiento de la televisión privada.

A fin de asegurar la más estricta igualdad de oportunidades, el otorgamiento de las concesiones se hará mediante el oportuno concurso público, que se convocará por acuerdo del Consejo de Ministros.

La naturaleza de servicio público de la televisión, su importancia y el número limitado de las concesiones conlleva que la Ley introduzca un conjunto de normas relativo a las Sociedades privadas que han de gestionar dicho servicio, con el objeto de asegurar la solvencia y la transparencia financiera de tales Sociedades, así como un ensanchamiento o ampliación del pluralismo informativo a través de su estructura interna.

Uno de los objetivos de la Ley es que, en efecto, la televisión privada sirva para ensanchar las posibilidades del pluralismo informativo en España. De ahí que la Ley se haya inspirado para cumplir tal objetivo en las normas que los ordenamientos jurídicos de otros sistemas democráticos suelen prever para evitar las situaciones contrarias a la libre competencia o que puedan implicar la existencia de oligopolios o el abuso de una posición dominante.

La adjudicación de las concesiones se hará, en todo caso, mediante criterios objetivos, que se especifican pormenorizadamente en el articulado de la Ley.

Por lo que afecta al contenido de la programación, la Ley, siguiendo criterios vigentes entre los países de las Comunidades Europeas, fija unos porcentajes mínimos de producción, destinados a fomentar la producción y el intercambio de programas en el ámbito de comunicación europeo.

Se determinan, asimismo, los tiempos máximos de emisión que pueden ser destinados a publicidad y, en tanto no haya sido regulada la materia con carácter general, se limita de modo transitorio la publicidad que se refiera al consumo de alcohol, tabaco y cualquier otra sustancia nociva para la salud con los mismos criterios que rigen para la televisión estatal.

En la Ley se establecen, por último, de acuerdo con el principio de legalidad que rige en la materia, las normas correspondientes al régimen de infracciones y sanciones administrativas en el ámbito de la televisión privada. *Las referencias al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, contenidas en la presente Ley deben entenderse realizadas al Ministerio de Fomento, conforme establece el número 4 del artículo 96 de la Ley 50/1998, 30 diciembre («B.O.E.» 31 diciembre), de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.*

CAPITULO

PRIMERO

Disposiciones generales

Artículo 1

Es objeto de la presente Ley regular la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, cuya titularidad corresponde al Estado.

Artículo 2

La gestión indirecta del servicio público de la televisión se realizará por sociedades anónimas, en régimen de concesión administrativa, conforme a lo previsto por la presente Ley.

Artículo 3

La gestión indirecta por parte de las Sociedades concesionarias se inspirará en los principios expresados en el artículo 4.º de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

Artículo 4

1. El objeto de la concesión administrativa será la emisión de programas con una cobertura nacional.

2. La concesión deberá, asimismo, prever la emisión de programas para cada una de las zonas territoriales que se delimiten en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada.

3. ...

Número 3 del artículo 4 suprimido por el apartado uno del artículo segundo de la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo («B.O.E.» 15 junio). *Vigencia: 15 junio 2005*

Artículo 5

1. El Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada será aprobado, mediante Real Decreto, por el Gobierno.

2. El Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada comprenderá la regulación de las condiciones de carácter técnico que sean necesarias para garantizar la adecuada prestación del servicio y, entre ellas, las siguientes:

-
- **a)** Sistemas de transporte y difusión de señales previstos para la prestación del servicio por parte de las sociedades concesionarias.
-
-
- **b)** Bandas, canales, frecuencias y potencias reservadas para la emisión de los programas de tales sociedades, así como emplazamientos y diagramas de radiación de los centros emisores y reemisores.
-
- **c)** La delimitación de las zonas territoriales a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 6

1. Las concesiones se entenderán sometidas, a efectos exclusivos de la emisión y transporte de las señales, a las eventuales modificaciones de las condiciones técnicas contenidas en el Plan Técnico Nacional de la Televisión.

2. Las concesiones y las sociedades concesionarias estarán sujetas, en todo caso, a los acuerdos internacionales suscritos por España en materia de telecomunicaciones y comunicación social.

3. En ningún supuesto el otorgamiento de una nueva concesión administrativa para la emisión de programas con una cobertura nacional podrá alegarse como alteración del equilibrio económico financiero de las concesiones ya otorgadas, ni dará motivo a indemnización de clase alguna.

Artículo 7

1. Corresponde al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones el cumplimiento de las siguientes funciones:

-
- **a)** La elaboración y propuesta al Gobierno del Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, así como de las modificaciones que en dicho Plan se considere oportuno introducir, a cuyo efecto le corresponderán asimismo las tareas de seguimiento del Plan.
-
- **b)** La contratación y, en su caso, la gestión de los sistemas de transporte y difusión de señales televisivas, en la medida que, de conformidad con el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, hayan de utilizarse para el funcionamiento de las Entidades concesionarias.
-
- **c)** El control e inspección de la observancia, por parte de las sociedades concesionarias, de las reglas contenidas en la presente Ley y en sus normas de desarrollo, así como de las condiciones de la concesión.
-
- **d)** Cualquier otra que le sea atribuida por la presente Ley o que, en orden a garantizar un mejor funcionamiento de la televisión privada, le sea encomendada por el Gobierno.

2. A los efectos de cumplir sus funciones, el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones podrá requerir cuantos datos y documentos estime oportuno de las sociedades concesionarias y de las sociedades accionistas de aquéllas.

La información así obtenida será confidencial y no podrá ser utilizada para fines distintos a los propios de la Ley.

Del régimen jurídico de la concesión*Artículo 8*

1. El otorgamiento de las concesiones para la gestión indirecta del servicio público de la televisión corresponderá al Gobierno mediante el oportuno concurso público.

2. Este concurso público se convocará por acuerdo del Consejo de Ministros, con sujeción a lo dispuesto en la presente Ley y en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada al que haya de ajustarse el funcionamiento de las sociedades concesionarias.

Artículo 9

1. La adjudicación por el Gobierno de las concesiones atenderá a los siguientes criterios:

-
- **a)** Necesidad de garantizar una expresión libre y pluralista de ideas y de corrientes de opinión.
-
- **b)** Viabilidad técnica y económica del proyecto atendiendo, entre otros factores, al capital social escriturado y desembolsado y a las previsiones financieras durante todo el período de la concesión.
-
- **c)** Relación en los proyectos de programación entre la producción nacional, europea comunitaria y extranjera, dándose preferencia a la de expresión originaria española y a la europea comunitaria.
-
- **d)** Capacidad de las sociedades solicitantes para atender las necesidades de programación con una cobertura limitada a cada una de las zonas territoriales a que se refiere el apartado 2 del artículo 4 de la presente Ley.
-
- **e)** Previsiones de las sociedades solicitantes para satisfacer en el conjunto de su programación las diversas demandas y los plurales intereses del público.

2. El Gobierno apreciará en su conjunto las ofertas presentadas y su idoneidad para satisfacer los criterios enunciados en el párrafo anterior. El Gobierno adjudicará las concesiones en favor de las ofertas más ventajosas para el interés público, valorando prioritariamente las garantías ofrecidas por los concurrentes a fin de salvaguardar la pluralidad de ideas y corrientes de opinión, así como la necesidad de diversificación de los agentes informativos y el objetivo de evitar tanto los abusos de posición dominante como las prácticas restrictivas de la libre competencia.

Artículo 10

En ningún caso podrán ser concesionarias las siguientes sociedades:

-
- **a)** Las comprendidas en algunas de las circunstancias previstas en el artículo 9.º de la Ley de Contratos del Estado.
-
- **b)** Las que no se hallen al corriente de pago de sus obligaciones tributarias o de la Seguridad Social.
-
- **c)** Aquellas a las que se hubiere extinguido con anterioridad una concesión como consecuencia de sanción por infracción calificada de muy grave por la presente Ley.
-
- **d)** Aquellas cuyos accionistas hubieran sido a su vez, en un porcentaje superior al 10 por 100, accionistas de sociedades concesionarias cuya concesión se hubiese extinguido a consecuencia de sanción por infracción calificada de muy grave por la presente Ley.
-
- **e)** Las que sean titulares de otra concesión, así como las que participen mediante acciones o controlen efectivamente otra sociedad concesionaria.

Artículo 11

La concesión se otorgará por un plazo de diez años y podrá ser renovada por el Gobierno sucesivamente por períodos iguales.

Artículo 12

La concesión obliga a la explotación directa del servicio público objeto de la misma y será intransferible.

Artículo 13

Los gastos derivados de la contratación y, en su caso, de la explotación mantenimiento y reposición de los sistemas de transporte y difusión de señales previstos para el funcionamiento de la televisión privada, serán abonados por las sociedades concesionarias, según tarifas cuya autorización o modificación corresponderá al Gobierno.

Artículo 14

1. Cada una de las sociedades concesionarias estará obligada a emitir programas televisivos durante un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales. A estos efectos se computarán tanto los programas emitidos con una cobertura nacional como con una cobertura limitada para cada una de las zonas territoriales a que se refiere el apartado 2 del artículo 4.º de la presente Ley. En ningún caso la duración diaria de la programación con dicha cobertura limitada podrá exceder la duración diaria de los programas con cobertura nacional.

2. No se considerarán programas televisivos, a los efectos previstos por el apartado anterior, las emisiones meramente repetitivas o las consistentes en imágenes fijas ni los tiempos destinados a la publicidad.

3.

Número 3 del artículo 14 derogado por Ley 25/1994, 12 julio («B.O.E.» 13 julio), por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

4.

Número 4 del artículo 14 derogado por Ley 25/1994, 12 julio («B.O.E.» 13 julio), por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

5. El acceso a fuentes internacionales de imagen por parte de las sociedades concesionarias no podrá alterar en ningún caso las condiciones de la concesión.

6. Los titulares de las concesiones deberán archivar durante un plazo de seis meses, a contar desde la fecha de su primera emisión, todos los programas emitidos por las respectivas emisoras de televisión y registrar los datos relativos a tales programas, así como a su origen y a las peculiaridades de la labor de producción, a efectos de facilitar su inspección por las autoridades competentes y su consulta por los particulares conforme a la regulación general en esta materia.

Artículo 15

....

Artículo 15 derogado por Ley 25/1994, 12 julio («B.O.E.» 13 julio), por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

Artículo 16

Las sociedades concesionarias estarán obligadas a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público, el Gobierno estime necesarios.

Artículo 17

1. Las concesiones otorgadas al amparo de la presente Ley se extinguen:

•

- a) Por transcurso del plazo de concesión, sin haberse tramitado su renovación.
-
-
- b) Por incumplimiento de los requisitos establecidos por los artículos 18 y 19 de la presente Ley, siempre que, en este último caso, la vulneración del artículo 19 sea imputable al socio mayoritario, o que, de otro modo, ostente el control de la sociedad concesionaria.

En otro caso será de aplicación lo señalado en el capítulo IV de la presente Ley.

Letra b) del número 1 del artículo 17 redactada por el artículo 112 de la Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social («B.O.E.» 31 diciembre). Vigencia: 1 enero 2003

-
- c) Por declaración de quiebra o de suspensión de pagos, o acuerdo de disolución de la sociedad concesionaria.
-
- d) Por consecuencia de pérdidas que dejen reducido el patrimonio de la sociedad concesionaria a una cantidad inferior a la cifra del capital social inicial, a no ser que éste se reintegre en los términos previstos en la Ley de Sociedades Anónimas.
-
- e) Por no haber iniciado, sin causa justificada, las emisiones dentro del plazo fijado en la concesión.
-
- f) Por suspensión injustificada de las emisiones durante más de quince días en el período de un año.

2. El incumplimiento sobrevenido de los límites establecidos en el artículo 19 dará lugar a la extinción de la concesión, a menos que, en el plazo de un mes desde el requerimiento que la Administración dirija a la sociedad, ésta subsane dicho incumplimiento.

Número 2 del artículo 17 redactado por Ley 50/1998, 30 diciembre («B.O.E.» 31 diciembre), de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

3. La extinción de la concesión se declarará por acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta del de Transportes, Turismo y Comunicaciones, y dará lugar, en su caso, a la convocatoria de nuevo concurso público.

CAPITULO

III

De las sociedades concesionarias

Artículo 18

1. Las sociedades concesionarias habrán de revestir la forma de sociedades anónimas y tendrán como objeto social la gestión indirecta del servicio público de televisión, con arreglo a los términos de la concesión. Las acciones de estas sociedades serán nominativas.

Número 1 del artículo 18 redactado por Ley 37/1995, 12 diciembre («B.O.E.» 13 diciembre), de Telecomunicaciones por Satélite.

2. Las sociedades deberán tener un capital mínimo de 1.000 millones de pesetas, totalmente suscrito y desembolsado, al menos, en un 50 por 100. Al tiempo de otorgarse la concesión deberá acreditarse haber sido desembolsada la totalidad del capital social.

3. Sin perjuicio de lo previsto en el derecho comunitario europeo, las sociedades concesionarias deberán tener la nacionalidad española y estar domiciliadas en España.

4. En el caso en que el objeto social mencionado en el apartado 1 de este artículo no sea exclusivo, deberán presentar contabilidades separadas en lo que se refiere a la explotación de la concesión prevista en la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.

Número 4 del artículo 18 introducido por Ley 37/1995, 12 diciembre («B.O.E.» 13 diciembre), de Telecomunicaciones por Satélite.

Artículo 19

1. Las personas físicas o jurídicas que, directa o indirectamente, participen en el capital o en los derechos de voto, en una proporción igual o superior al cinco por ciento del total, de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión no podrán tener una participación significativa en ninguna otra sociedad concesionaria de un servicio público de televisión que tenga idéntico ámbito de cobertura y en la misma demarcación.

Las personas físicas o jurídicas pueden ser titulares simultáneamente de participaciones sociales o derechos de voto en diferentes concesionarios del servicio público de televisión en el ámbito estatal. No obstante, y para las concesiones del servicio público de televisión en ese ámbito, ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa en más de una concesión cuando la audiencia media del conjunto de los canales de las concesiones de ámbito estatal consideradas supere el 27% de la audiencia total durante los doce meses consecutivos anteriores a la adquisición. La superación de este porcentaje con posterioridad a la adquisición de una nueva participación significativa no será considerada a los efectos de la aplicación de lo previsto en los artículos 17.2 y 21 bis de esta ley. Párrafo 2.º del número 1 del artículo 19 redactado por el número 1 del artículo 2 de la Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones (procedente del R.D.-ley 1/2009, de 23 de febrero) («B.O.E.» 4 julio). Vigencia: 4 julio 2009

Igualmente, las personas físicas o jurídicas no incluidas en el párrafo anterior que, directa o indirectamente, participen en el capital o en los derechos de voto, en una proporción igual o superior al cinco por ciento del total, de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión de ámbito autonómico no podrán tener una participación significativa en ninguna otra sociedad concesionaria de un servicio público de televisión local cuyo ámbito esté incluido

en el anterior, siempre que la población de las demarcaciones cubiertas por sus emisiones exceda del 25 por ciento del total autonómico.

En ningún caso se podrá tener una participación significativa en el capital o en los derechos de voto, de sociedades concesionarias de servicios públicos de televisión de ámbito estatal, autonómico y local en caso de que coincidan simultáneamente en el mismo punto de recepción de la emisión.

2. Ningún concesionario de un servicio público de televisión podrá tener una participación significativa de otra sociedad que tenga la misma condición en los supuestos a que se refiere el apartado anterior.

3. En todo caso, las personas físicas o jurídicas que, directa o indirectamente, participen en el capital o en los derechos de voto, en una proporción igual o superior al cinco por ciento del total, de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión, así como los concesionarios de un servicio público de televisión no podrán designar, directa o indirectamente, miembros de los órganos de administración de más de una sociedad que tenga la condición de concesionaria del servicio público de televisión salvo en los supuestos en que resulte admitida la participación significativa en las mismas conforme a lo establecido en los apartados 1 y 2 de este artículo.

4. A los efectos de este artículo, se considera participación significativa aquella que alcance de forma directa o indirecta al menos el cinco por ciento de capital o de los derechos de voto.

5. A los efectos previstos en este artículo, se considerarán poseídas o adquiridas por una misma persona física o jurídica las acciones u otros valores poseídos o adquiridos por las entidades pertenecientes a un mismo grupo tal y como éste se define en el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, así como los poseídos o adquiridos por las demás personas que actúen en nombre propio pero por cuenta de aquella, de forma concertada o formando con ella una unidad de decisión.

Se entenderá, salvo prueba en contrario, que actúan por cuenta de una persona jurídica o de forma concertada con ella los miembros del órgano de administración. Igualmente se presumirá que existe actuación concertada en los siguientes supuestos:

-
- **a)** Entre accionistas o personas jurídicas entre las que medie cualquier pacto o acuerdo de participación recíproca en el capital o en los derechos de voto;
-
- **b)** Entre las personas físicas o jurídicas entre las que se haya celebrado cualquier género de acuerdo o pacto con el fin de adoptar o bloquear actuaciones que puedan influir significativamente en la estrategia competitiva de una sociedad en la que participen directa o indirectamente;
-
- **c)** Entre accionistas o titulares de derechos de voto de una entidad que puedan controlar una sociedad mediante el ejercicio común de sus derechos de voto, por

existir entre ambos intereses comunes que favorezcan una acción conjunta para evitar el perjuicio mutuo o para la consecución de un beneficio común al ejercer sus derechos sobre la sociedad participada;

-
- **d)** Entre sociedades matrices o dominadas de grupos de empresas competidoras entre las que existan intereses cruzados;
-
- **e)** Entre accionistas o titulares de los derechos de voto entre los que exista o se haya celebrado cualquier género de pacto o acuerdo con el objeto de gestionar conjuntamente, de forma relevante, la programación, la definición o coordinación de la estrategia empresarial, de la política comercial de diseño, gestión, fijación de precios, gestión de actividades de promoción y campañas de publicidad, así como la gestión de instalaciones y recursos. La existencia de pactos o acuerdos a que se refiere esta letra entre los accionistas o titulares de derechos de voto y un tercero determinará, directa o indirectamente, la existencia de actuación concertada entre los accionistas o titulares de derechos de voto que hayan suscrito los mismos con el referido tercero.
-
- **f)** Entre accionistas o titulares de derechos de voto en los que hayan concurrido alguna de las circunstancias anteriores en el pasado de manera que pueda entenderse subsistente algún interés común.

En todo caso se tendrá en cuenta tanto la titularidad dominical de las acciones y demás valores como los derechos de voto que se disfruten en virtud de cualquier título.

6. La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información o, en su caso, la autoridad territorial competente, está legitimada, dentro de sus respectivas competencias, para el ejercicio de las acciones tendentes a hacer efectivas las limitaciones impuestas en el presente artículo.

7. Para determinar la población de la demarcación cubierta por las emisiones se estará al último Padrón de Población publicado por el Instituto Nacional de Estadística.

8. Lo dispuesto en el presente artículo, se entiende sin perjuicio de lo establecido en las normas sectoriales aplicables en cada caso.

9. Las participaciones sociales o derechos de voto de personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo que se adquirieran a partir de la entrada en vigor de esta Ley en concesionarios del servicio público de televisión estarán sujetas al cumplimiento del principio de reciprocidad.

De producirse un incremento en las participaciones o derechos de voto de las que, a la entrada en vigor de esta Ley, fuesen titulares las personas físicas y jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo, el porcentaje total del capital social de la persona jurídica titular de la concesión que ostenten deberá ser, en todo momento, inferior al 50% del mismo.

Número 9 del artículo 19 redactado por el número 2 del artículo 2 de la Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones (procedente del R.D.-ley 1/2009, de 23 de febrero) («B.O.E.» 4 julio). Téngase en cuenta que el presente número fue introducido por el citado Real Decreto Ley. Vigencia: 4 julio 2009

10. Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en más de una concesión del servicio público de televisión:

-
- *a) Cuando las concesiones del servicio público de televisión de ámbito estatal, acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a dos canales múltiples.*
-
- *b) Cuando las concesiones del servicio público de televisión de ámbito autonómico, acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a un canal múltiple.*

Número 10 del artículo 19 redactado por el número 2 del artículo 2 de la Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones (procedente del R.D.-ley 1/2009, de 23 de febrero) («B.O.E.» 4 julio). Téngase en cuenta que el presente número fue introducido por el citado Real Decreto Ley. Vigencia: 4 julio 2009

11. Ninguna persona física o jurídica titular o partícipe de una concesión de servicio público de televisión de ámbito estatal podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en otra concesión cuando ello suponga impedir la existencia de, al menos, tres concesionarios asegurándose el respeto al pluralismo informativo.

Número 11 del artículo 19 redactado por el número 2 del artículo 2 de la Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones (procedente del R.D.-ley 1/2009, de 23 de febrero) («B.O.E.» 4 julio). Téngase en cuenta que el presente número fue introducido por el citado Real Decreto Ley. Vigencia: 4 julio 2009

Artículo 19 redactado por el número uno de la disposición adicional trigésima segunda de la Ley 62/2003, 30 diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social («B.O.E.» 31 diciembre). Vigencia: 1 enero 2004

Artículo 20

1. Se crea en el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones el Registro Especial de Sociedades Concesionarias, de carácter público, y cuya regulación se hará por Real Decreto.

2. En dicho Registro Especial deberán inscribirse la correspondiente concesión y las sociedades concesionarias, mediante la aportación de la correspondiente escritura y Estatutos sociales.

3. Cualquier modificación de la escritura o de los Estatutos sociales de las sociedades concesionarias habrá de comunicarse al Registro Especial, así como la composición de sus órganos de administración. Tales circunstancias requerirán para su inscripción en el Registro Mercantil haber sido comunicadas previamente al Registro Especial.

Artículo 21

1. Toda persona física o jurídica que pretenda adquirir, directa o indirectamente, una participación significativa en el capital de una sociedad concesionaria deberá informar previamente de ello al Ministerio de Fomento, indicando el porcentaje de dicha participación, los términos y condiciones de la adquisición y el plazo máximo en el que pretenda realizar la operación.

Se entenderá por participación significativa en una entidad concesionaria del servicio esencial de televisión aquella que alcance, de forma directa o indirecta, al menos el 5 por 100 del capital o de los derechos de voto vinculados a las acciones de la entidad.

2. También deberá informar previamente al Ministerio de Fomento, en los términos señalados en el apartado 1, quien pretenda incrementar, directa o indirectamente, su participación de tal forma que su porcentaje de capital o derechos de voto alcance o sobrepase alguno de los siguientes porcentajes: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 y 45 por 100.

3. El Ministerio de Fomento dispondrá de un plazo máximo de tres meses, a contar desde la fecha en que la información correspondiente haya tenido entrada en cualquiera de los registros del Departamento, para notificar la aceptación o, en su caso, la denegación de la adquisición pretendida. La denegación podrá fundarse en la falta de transparencia de la estructura del grupo al que eventualmente pueda pertenecer la entidad adquirente o en la existencia de vinculaciones entre la persona o entidad que pretenda la adquisición y otra entidad concesionaria del servicio esencial de televisión que puedan entrañar perturbación al principio de no concentración de medios que inspira la presente Ley.

Número 3 del artículo 21 redactado por el artículo 67 de la Ley 55/1999, 29 diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social («B.O.E.» 30 diciembre). *Vigencia: 1 enero 2000*

4. La adquisición deberá consumarse en el plazo máximo de un mes a contar desde que se produzca la referida aceptación.

5. Lo dispuesto en este artículo se entiende sin perjuicio de la aplicación de las normas sobre participaciones significativas, contenidas en la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

6. Efectuada la adquisición sujeta al procedimiento de notificación previa regulado en este artículo, se comunicará por el adquirente al Ministerio de Fomento que instará su inscripción en el Registro Especial de Sociedades Concesionarias. Será igualmente obligatoria para que inste su inscripción registral,

la comunicación por el transmitente al Ministerio de Fomento, de todo acto de transmisión de acciones de la sociedad concesionaria que determine que aquél minore uno de los porcentajes de participación recogidos en el apartado 2 precedente.

Las comunicaciones de la adquisición y de la transmisión a las que se refiere este apartado, habrán de realizarse en el plazo de un mes desde que se produzcan.

Artículo 21 redactado por Ley 50/1998, 30 diciembre («B.O.E.» 31 diciembre), de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

Artículo 21 bis

1. Cuando, como consecuencia de circunstancias sobrevenidas se incumpliera lo dispuesto en el artículo 19 de esta Ley o cuando, por cualquier otra causa, se rebasaran los límites de población previstos en dicho precepto, las personas físicas o jurídicas que incurran en dicho incumplimiento, deberán comunicarlo a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información o, en su caso, a la autoridad territorial competente en el plazo de un mes desde que se produzca la referida circunstancia.

A la comunicación a que se refiere el párrafo anterior, se acompañará un plan de actuaciones para subsanar el referido incumplimiento.

2. La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información o, en su caso, la autoridad territorial competente podrá introducir en el plazo de un mes desde la recepción de la comunicación las modificaciones necesarias en el plan de actuaciones para asegurar la subsanación del incumplimiento.

El Plan de actuaciones presentado, con las modificaciones que en su caso se introduzcan, de conformidad con lo establecido en el párrafo anterior, se cumplirá en todo caso dentro del plazo máximo de seis meses a contar desde su comunicación.

3. Durante el plazo de seis meses a que se refiere el apartado 2, o transcurrido un mes desde que se produjera el incumplimiento sin que se hubiera realizado la comunicación exigida en el apartado 1, y en todo caso, en tanto no se proceda a subsanar el incumplimiento de lo establecido en el artículo 19 de esta ley, no se podrán ejercer los derechos de voto o, en su caso, la condición de miembros del órgano de administración en aquella de las sociedades cuya titularidad o participación hubiera generado el incumplimiento.

4. Transcurrido el plazo de seis meses a que se refiere el apartado 2 sin que se hubiera dado cumplimiento al plan de actuaciones, o cuando no se hubiera comunicado el incumplimiento en el plazo de un mes a que se refiere el apartado 1, y en todo caso, en tanto no se proceda a subsanar el incumplimiento de lo establecido en el artículo 19 de esta ley, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información o, en su caso, la autoridad territorial competente podrá imponer a la persona física o jurídica a

quien se imputa dicho incumplimiento multas coercitivas de 10.000 a 100.000 euros por día transcurrido hasta que se subsane definitivamente el mismo, sin perjuicio de las sanciones en que pudiera incurrir de acuerdo con lo dispuesto en el capítulo IV y de la extinción de la concesión a que alude el artículo 17 de esta ley.

Artículo 21 bis introducido por el número dos de la disposición adicional trigésima segunda de la Ley 62/2003, 30 diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social («B.O.E.» 31 diciembre). Vigencia: 1 enero 2004

Artículo 22

Las sociedades concesionarias deberán someterse a una auditoría externa con una periodicidad anual. Los resultados de cada auditoría serán remitidos por las sociedades concesionarias al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones.

Artículo 23

A los efectos previstos por la presente Ley serán considerados supuestos de interposición o de participación indirecta todos aquellos en los que, mediante acuerdos, decisiones o prácticas concertadas, se produzca el resultado del control o dominación efectiva del capital en proporción superior a la autorizada por esta Ley.

CAPITULO

IV

Del régimen de infracciones y sanciones

Artículo 24

1. Las infracciones de lo previsto en la presente Ley se clasifican en muy graves, graves y leves.

2. Serán infracciones muy graves:

-
- **a)** El incumplimiento de lo previsto en los artículos 3, 10, 20 y 21, que sea imputable a las sociedades concesionarias.
-
- **b)** La violación reiterada de los deberes de programación y de los límites y exigencias de la emisión de publicidad.
-
- **c)** La violación, declarada en resolución firme, de la normativa vigente sobre el derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen, campañas electorales, difusión de sondeos y ejercicio del derecho de rectificación.
-
- **d)** La transmisión de mensajes cifrados, convencionales o de carácter subliminal.
-

- e) La reiteración en la producción deliberada de interferencias perjudiciales definidas en acuerdos o convenios internacionales suscritos por España.
-
- f) La negativa, resistencia u obstrucción que impida, dificulte o retrase el ejercicio de las facultades de inspección de la Administración previstas en el artículo 7.1, c), de esta Ley.
-
- g) La comisión de una infracción grave, cuando hubiere sido sancionada, en el plazo de un año, por dos o más infracciones graves o muy graves.
-
-
- h) El incumplimiento de lo previsto en el artículo 19 de la presente Ley por aquellos socios de las entidades concesionarias que no tengan la condición de mayoritarios, o no ostenten, de cualquier otro modo, el control de la sociedad concesionaria. *Letra h) del número 2 del artículo 24 introducida por el artículo 113 de la Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social («B.O.E.» 31 diciembre). Vigencia: 1 enero 2003*

3. Serán infracciones graves:

-
- a) La utilización de equipos y aparatos que no cumplan las especificaciones técnicas y condiciones de homologación que reglamentariamente se establezcan o resulten de los acuerdos o convenios internacionales suscritos por España.
-
- b) la alteración o manipulación reiterada de las características técnicas de los equipos o aparatos, así como de sus signos de identificación.
-
- c) la utilización reiterada de bandas, canales, potencias o sistemas radiantes para cuyo uso no se está facultado.
-
- d) La producción de interferencias perjudiciales que impliquen perturbaciones de importancia, en la utilización de frecuencias, salvo que deba considerarse como infracción muy grave conforme a lo previsto en el apartado anterior.
-
- e) La emisión de señales de identificación falsas o engañosas.
-
- f) El incumplimiento reiterado de las condiciones esenciales de la concesión, salvo que deba considerarse como infracción muy grave conforme a lo previsto en el apartado anterior.
-
- g) La comisión de una falta leve, cuando hubiere sido sancionada, en el plazo de un año, por dos o más infracciones leves, graves o muy graves.

4. Serán infracciones leves las acciones u omisiones contrarias a las condiciones de la concesión y no comprendidas en los apartados anteriores, con resultados dañosos que sean fácilmente subsanables y no tengan consecuencias graves en la prestación del servicio público televisivo, ni impliquen perturbaciones importantes en la utilización del espectro de frecuencia.

5. Se entiende, a los efectos de este artículo, que hay reiteración cuando el titular de la concesión desatienda por dos veces los apercibimientos que le sean dirigidos por el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones en el plazo de un año, o dichos apercibimientos no sean atendidos en cuatro ocasiones durante el tiempo de disfrute de la concesión.

6. El incumplimiento por parte de los fedatarios públicos de las obligaciones que les impone esta Ley será considerado como infracción muy grave en su respectivo Estatuto disciplinario.

Artículo 25

1. Las infracciones serán sancionadas:

-
- **a)** Las leves, con multa de 500.00 hasta 2.000.000 de pesetas.
-
- **b)** Las graves, con multa de 2.000.001 a 15.000.000 de pesetas.
-
- **c)** Las muy graves, con multa de 15.000.001 a 50.000.000 de pesetas, suspensión temporal de las emisiones por plazo máximo de quince días o extinción de la concesión. Esta última sanción sólo podrá imponerse, en los supuestos del apartado 2, a) y g), del artículo anterior, cuando el titular de la concesión hubiera sido previamente objeto, en el período de un año, de una sanción de suspensión temporal de quince días.

2. La imposición de las sanciones se ajustará al procedimiento sancionador regulado en la Ley de Procedimiento Administrativo y su instrucción corresponderá al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones.

3. Corresponderá al Ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones la sanción de las infracciones leves y graves y al Consejo de Ministros la de las infracciones muy graves.

4. La sanción de las infracciones cometidas por los fedatarios públicos corresponderá a la autoridad que ejerza la potestad disciplinaria sobre los mismos mediante el procedimiento establecido para ello.

Véase el número 1 del Anexo de la Res. 1 noviembre 2001, de la Subsecretaría, por la que se da publicidad a la conversión a euros de las tarifas y sanciones correspondientes a las competencias ejercidas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y sus organismos dependientes («B.O.E.» 24 noviembre).

Artículo 26

Las emisiones televisivas realizadas sin la obtención de la previa concesión administrativa, o las realizadas cuando dicha concesión se encuentre suspendida o se hubiese extinguido, darán lugar a que por la autoridad gubernativa se proceda al cierre inmediato de la emisora y a la incautación de equipos y aparatos utilizados en la emisión.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

Se autoriza al Gobierno para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución de la presente Ley.

Segunda

Se autoriza al Gobierno para actualizar la cuantía del capital social mínimo previsto en el artículo 18.2 para tomar parte en el oportuno concurso público, así como la cuantía de las multas previstas en el artículo 25, en función de las variaciones que experimente el índice del coste de la vida.

Disposición transitoria

Primera

A las sociedades que obtengan una concesión en el primer concurso público convocado tras la entrada en vigor de esta Ley no les serán de aplicación los porcentajes a que se refiere el apartado 3 del artículo 14 durante los dos primeros años de la concesión. No obstante, será preciso cubrir tales porcentajes en una tercera parte durante el primer año y en dos terceras partes durante el segundo año de la concesión.

Segunda

En tanto no sea regulada con carácter general la publicidad referida al consumo de alcohol, tabaco y cualquier otra sustancia nociva para la salud, su emisión a través de la televisión privada quedará sometida a las mismas normas que las vigentes para el Ente Público Radiotelevisión Española.

Tercera Régimen transitorio de aplicación de las incompatibilidades previstas en el artículo 19

Lo dispuesto en el artículo 19 no será de aplicación con respecto a las participaciones simultáneas en una sociedad concesionaria del servicio público de televisión de ámbito estatal que emita en analógico y otra que emplee exclusivamente tecnología digital de difusión, hasta la fecha del cese efectivo de las emisiones de televisión con tecnología analógica establecida en el Plan técnico nacional de televisión digital terrenal, a partir de la cual será de aplicación lo previsto en el artículo 21 bis.

Disposición transitoria tercera redactada por el apartado dos del artículo segundo de la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo («B.O.E.» 15 junio). Vigencia: 15 junio 2005