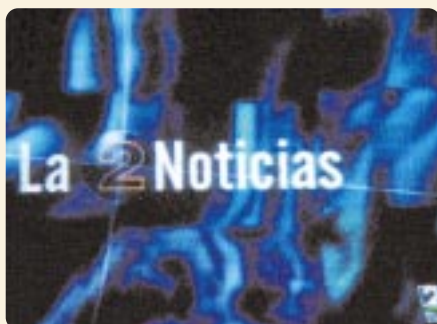


Analizados los telediarios de 15 cadenas durante un mes

# Deporte y política acaparan cerca de la mitad de los telediarios

El espacio destinado a las noticias de medio ambiente, ciencia, salud y consumo es demasiado exiguo



La televisión es, sin duda, el medio de comunicación preferido por los españoles para el ocio: el 89% de la población mayor de 14 años ve la tele, frente al 36% que lee diarios y al 52% que escucha la radio, tal y como recoge el Estudio General de Medios de 2002. Se trata, además, de un medio que goza de gran aceptación y credibilidad entre los telespectadores para informarse: prácticamente siete de cada diez ciudadanos ve habitualmente los informativos, y de éstos, el 72% afirman que les merecen mucha o bastante confianza las noticias que ofrecen las distintas cadenas de televisión, según datos del CIS. Por tanto, son muchos los ciudadanos que basan su conocimiento de la actualidad (y que probablemente conforman su opinión sobre la misma) en los noticieros de televisión.

Pero, ¿cómo son los espacios informativos de nuestras televisiones?

CONSUMER ha analizado los telediarios de más audiencia de TVE-1, La 2, Antena 3, Tele 5, Canal +,

## TELEDIARIOS, ¿CÓMO SON?

CADENA	Contenido mayoritario			Origen predominante de las noticias	Nº Total de informativos al día	Duración media de los Informativos	Nº de noticias por informativo	% minutos de publicidad sobre minutos totales
	1º	2º	3º					
TVE 1	Deporte 27%	Política 24%	Meteorología 12%	Acontecimientos de la calle 36%	4	65 minutos	27	18%
TVE 2	Política 29%	Cultura 21%	Deporte 9%	Acontecimientos de la calle 50%	2	30 minutos	13	0%
Antena 3	Deporte 32%	Política 19%	Sucesos 9%	Acontecimientos de la calle 35%	4	45 minutos	21	5%
Tele 5	Política 22%	Deporte 19%	Sociales1 2,7%	Acontecimientos de la calle 46%	4	57 minutos	29	12%
Canal +	Política 44%	Deporte 11%	Meteorología 10%	Acontecimientos de la calle 35%	3	17 minutos	9	1%
ETB 2	Deporte 29%	Política 25%	Cultura 8,6%	Instituciones Públicas 41%	2	57 minutos	34	8%
Canal 9	Deporte 35%	Meteorología 11%	Política 9,4%	Instituciones Públicas 43%	2	60 minutos	30	9%
Tele Madrid	Política 20%	Deporte 20%	Cultura 12%	Acontecimientos de la calle 52%	3	60 minutos	22	14%
TVG (Galicia)	Deporte 31%	Política 17%	Sucesos 15%	Instituciones Públicas 38%	1	63 minutos	27	9%
Canal Sur	Deporte 26%	Política 15%	Cultura 14%	Instituciones Públicas 37%	3	61 minutos	36	7%
TV3 (Cataluña)	Política 23%	Deporte 21%	Meteorología 9,1%	Acontecimientos de la calle 48%	5	44 minutos	23	8%
TVE (Castilla-León)	Política 20%	Cultura 18%	Deporte 16%	Instituciones Públicas 34%	1	21 minutos	14	0%
TVE (Navarra)	Deporte 27%	Cultura 17%	Política 16%	Instituciones Públicas 43%	1	21 minutos	12	0%
TVE (Cantabria)	Deporte 25%	Política 22%	Economía Finanzas 17%	Instituciones Públicas 47%	1	21 minutos	13	0%
TVE (Rioja)	Política 24%	Economía Finanzas 21%	Cultura 9,6%	Instituciones Públicas 35%	1	21 minutos	13	0%

ETB-2, Canal 9, Tele Madrid, TV3, Canal Sur, TVG y las desconexiones de TVE de Navarra, Cantabria, Rioja y Castilla y León, que en total han sumado más de 500 horas de grabación, 660 telediarios y 15.700 noticias. No se han estudiado el rigor y la objetividad ni la producción de los noticiarios. Lo único que se ha estudiado es los temas de que hablan las noticias, dejando a un lado el modo, tono o enfoque con el que se tratan las informaciones.

**Las conclusiones, aunque no sorprendan a nadie, invitan a una seria reflexión. El deporte y la política ocupan un 45% del tiempo de los informativos, y las noticias de tinte económico más de un 8%, mientras que se concede escasa atención a la cultura (11% del tiempo) y sólo testimonial a la sanidad y salud (3,1%), medio ambiente (2,3%), ciencia (2,1%) y consumo (1,8%).**

Parece, por tanto, que los telediarios (nacionales, autonómicas y desconexiones regionales) se muestran más pendientes de las guerras de "shares" de audiencia que de informar al ciudadano sobre temas relacionados directamente con su vida cotidiana. Las noticias sociales representan el 7%, y sumadas, las que se refieren a contenidos sobre sanidad y salud, medio ambiente, ciencia y consumo, alcanzan un mediocre 9%; en otras palabras, casi lo mismo que el tiempo dedicado a los casi siempre dramáticos y testimoniales sucesos.

Se comprueba, asimismo, que el interior de los telediarios se ha convertido definitivamente en un soporte publicitario ya que la mayoría de las televisiones interrumpe sus noticiarios para dar paso a anuncios o para ceder espacio a patrocinadores (en TVE-1, por ejemplo, la publicidad ocupa un 18% del telediario y en Tele Madrid un 14%). A efectos de comparación,

### ¿DE QUÉ HABLAN LOS INFORMATIVOS?

Temas de las noticias	% del tiempo que ocupan
Deporte	22,5%
Política	22,1%
Cultura	10,8%
Económico-Fras	8,2%
Sociales	6,9%
Meteorología	6,7%
Sucesos	6,7%
Terrorismo	3,8%
Sanidad	3,1%
Medio ambiente	2,3%
Ciencia	2,1%
Consumo	1,8%
Seguridad	1,4%
Sociedad	0,9%
Medios de Comunicación	0,5%
Lotería	0,1%
<b>Total 100%</b>	

**Las noticias sobre salud, medio ambiente, ciencia y consumo, en conjunto, ocupan casi lo mismo que las de sucesos**

CADENAS NACIONALES	TVE 1	TVE 2	ANTENA 3	TELE 5	CANAL +	TOTAL NACIONALES
Política	24%	29%	19%	22%	44%	28%
Deporte	27%	9%	32%	19%	11%	20%
Cultura	9%	21%	4,1%	7,3%	4,5%	9%
Sociales	5,6%	8,7%	8,7%	13%	3,1%	7,8%
Sucesos	5,9%	5,1%	9%	10%	6,1%	7,3%
Terrorismo	5,1%	8,5%	6,4%	4,9%	10%	6,9%
Meteorología	12%	1,7%	4,3%	5,5%	10%	6,7%
Económico-Financieras	2,5%	3%	5%	3,6%	6,2%	4,1%
Ciencia	1,1%	5,4%	2,4%	3,1%	1,2%	2,6%
Sanidad	2,2%	2,5%	3%	3,1%	0,9%	2,3%
Medio ambiente	1,1%	3,2%	0,8%	1,3%	0,2%	1,3%
Consumo	0,6%	0,9%	1,8%	2,9%	0,4%	1,3%
Sociedad	2%	0,6%	0,1%	2,5%	1,6%	1,4%
Seguridad	0,6%	0,5%	2,3%	1,1%	0,4%	1,0%
Medios de comunicación	0,5%	0,4%	1,1%	0,2%	0,0%	0,4%
Lotería	0,2%	0%	0,1%	0%	0%	0,1%

**POLÍTICA, EL TEMA ESTRELLA:** los informativos de los canales nacionales ofrecen, de media, más espacio a temas políticos –un 28% de su contenido– que a deportes –20%–. Pero hay dos excepciones: los de TVE-1 y los de Antena 3, que emiten más deporte que política (tendencia de los informativos autonómicos).

**POLÍTICA Y DEPORTE, POR ESE ORDEN, ACAPARAN CASI LA MITAD DE LOS INFORMATIVOS:** se les dedica el 47% del tiempo. Y hay dos cadenas que incluso sobrepasan esta media: Canal + y TVE-1, con el 56% y el 51%, respectivamente, destinan más de la mitad de sus informativos a ofrecer noticias sobre política y deporte.

**LOS INFORMATIVOS DE TVE-2 CONTINÚAN DESMARCÁNDOSE DEL RESTO:** tras la política, que ocupa un 30% de su tiempo, son los temas culturales los que más protagonismo tienen en La 2, con un 21% de los contenidos. Y los temas sociales (8,7%) prácticamente alcanzan a los deportes (9%), algo que no se observa en ninguna otra cadena.

**SUCESOS:** ofrecen menos sucesos –un 7,3% de sus contenidos– que los canales autonómicos (8,9%), pero dos cadenas se sitúan en torno a la media de las autonómicas: Antena 3 y Tele 5. En los noticiarios de Antena 3, los sucesos son el tercer bloque temático al que más tiempo se destina (9%), por detrás de deporte y política, y muy por encima de cultura (4,5%), por ejemplo. Y en Tele 5 las noticias sobre sucesos son el cuarto tema más emitido (10%), sólo superados por deportes, política y temas sociales.

**CULTURA:** con un 9% del espacio, ocupa un puesto importante en las cadenas nacionales (sobre todo en La 2), aunque en Antena 3 y Canal + se sitúa sólo en torno al 4%.

**SOCIALES:** cuarto bloque temático de más peso en los informativos nacionales (7,8%), más espacio que en las autonómicas (6,5%).

se ha considerado la información meteorológica como parte del telediario, aunque en algunos de ellos constituya un programa específico.

Otra conclusión es que no se perciben grandes diferencias entre las cadenas nacionales y autonómicas, aunque el deporte es el principal contenido de los informativos de los canales autonómicos, mientras que la política lo es en los nacionales, y que se mantienen porcentajes similares en el primer y segundo temas que más espacio acaparan, aunque se intercambian los puestos. Así, el 28% de los contenidos son sobre política en las cadenas nacionales y el 20% sobre deporte, y en las autonómicas el 27% del espacio de los informativos versa sobre deporte y el 19% sobre política.

Dos constataciones más sobresalen del estudio: una, que la titularidad –pública o privada– apenas influye (exceptuando en que el contenido cultural es menos frecuente en las privadas), en la atención que se presta a cada contenido. Y dos, que los telediarios son bien distintos en las diversas cadenas. Los que menos tratan noticias prácticas (sumando asuntos sociales, medio ambiente, cultura, consumo, meteorología, salud y seguridad) son los de Canal +, con sólo el 19% del tiempo

**Medio ambiente, consumo y salud: no interesan.** El tiempo que se dedica en los telediarios a la ciencia, el consumo y la salud es residual, mínimo, lo que denota la escasa conexión de las televisiones con las cuestiones prácticas y más cercanas a los ciudadanos.

Considerando las noticias culturales, sociales, de salud, de consumo, de seguridad, de medio ambiente y meteorológicas como las cuestiones más vinculadas al ciudadano, los informativos que menos apego muestran hacia éste son los de Canal + (donde la suma de éstas alcanza tan sólo el 19%), ETB-2 (23%) y Antena 3 y TVG, en torno al 25%.



**TVE 1**

Los temas mimados son deportes (27%) y política (24,5%). La que más publicidad inserta en sus telediarios (18% del tiempo). Emiten los 4 informativos diarios con la mayor duración media (65 minutos), aunque con menos noticias que los telediarios de la misma duración (27). Los que más tiempo dedican al apartado meteorológico (12%) y los que menos a noticias económico-financieras (2,5%).



**TVE 2**

Los temas principales son política (29%) y cultura (21%). Los que más espacio dedican a noticias internacionales (48%) y a los contenidos culturales (21%). Por el contrario, son los que menos tiempo dedican al apartado meteorológico (1,7%). Además, poco espacio al deporte (9%) y a las noticias económico-financieras (2,5%). Informativos de 30 minutos de duración media sin cortes publicitarios.



**TELE 5**

Los favoritos son política (22%) y deporte (19%). Los que más tiempo conceden a noticias sociales (13%) y a sucesos (10%). Mayor dedicación a noticias de carácter nacional (41%). Entre las cadenas con más informativos diarios (4), con un número alto de noticias (29). Entre los que más cortes publicitarios realizan (2 de media) y mucha publicidad (12%).



**ANTENA 3**

Destacan deporte (32%) y política (19%). Los que menos tiempo dedican a la cultura (4%). 4 informativos diarios. Realizan dos cortes publicitarios, que suponen un 5% del tiempo del informativo. 45 minutos de duración. La mayor parte del tiempo dedicado a noticias de ámbito nacional (46%).

**No hay grandes diferencias entre las cadenas nacionales y autonómicas, aunque en las últimas el deporte es el tema estrella**

dedicado a estas cuestiones, mientras que la más sensibilizada con la vida cotidiana es el informativo territorial de TVE en Castilla y León, en cuyos telediarios estas informaciones útiles representan el 43% del tiempo. Aunque en la cultura en particular sobresale, por encima de los demás, el telediario de La 2.

**Cómo se hizo.** Se estudiaron los informativos del mediodía y primera hora de la noche de 15 cadenas de televisión: TVE 1, TVE 2, Antena 3, Tele 5, Canal +, ETB 2, TV3, Tele Madrid, TVG, Canal 9, Canal Sur, TVE Cantabria, TVE Navarra, TVE Castilla y León, TVE Rioja.

Entre el 4 de mayo y el 1 de junio de 2002 se grabaron y visionaron un total de 660 telediarios, que supusieron 531 horas de informativos. Se anali-



**TODAS LAS CADENAS, UNA POR UNA**



■ **CANAL +**

Emite los informativos que más tiempo destinan a política (44%), seguida de lejos por deporte (11%). También los que más tiempo hablan sobre terrorismo (10% de la duración de los boletines). Junto con TVE-1 y Canal 9, los que más espacio dedican al apartado meteorológico (10%). Conceden poca importancia al deporte (11%) y a la cultura (4,5%). La más alejada del ciudadano (19% del tiempo dedicado a temas sociales, medio ambiente, etc.). Los informativos más breves (17 minutos) y con menor número de noticias (9), aunque sin cortes publicitarios.



CANTABRIA

■ **TVE CANTABRIA**

Deporte (25%) y política (22%) ocupan casi la mitad del informativo. Junto con TVE-1 Rioja, los que más espacio dedican a noticias económico-financieras (17%). Prácticamente todas sus noticias (99%) se refieren al ámbito regional. Los informativos más oficiales (el 47% de sus informaciones provienen de instituciones públicas). Telediarios de 21 minutos de duración y sin cortes publicitarios, que incluyen de media 13 noticias.



RIOJA

■ **TVE RIOJA**

Los favoritos son la política (24%) y el apartado económico-financiero (21%). Los que más espacio dedican a economía-finanzas y ciencia (5,5%). Por el contrario, los que menos al deporte (8,5%) emiten. Una media de 13 noticias por informativo. Duran 21 minutos y no hay cortes publicitarios.



CASTILLA Y LEÓN

■ **TVE CASTILLA Y LEÓN**

Política (20%) y cultura (18%) son los protagonistas. Junto con TVE-2, los que más tiempo conceden a cultura y entre los que más tiempo dedican a noticias económico-financieras (12%). La mayoría de sus noticias (45%) son de ámbito regional o autonómico. Los informativos más sensibilizados con lo cotidiano (43% del tiempo dedicado a medio ambiente, temas sociales, cultura...). Una media de 14 noticias por informativo, que duran 21 minutos y no realizan cortes publicitarios.



NAVARRA

■ **TVE NAVARRA**

Deporte (27%) y cultura (17%) constituyen los dos principales bloques informativos. Entre los que más espacio dedican a cultura y menos a política (16%). Los informativos que más abordan noticias sobre consumo. Prácticamente todas las noticias (98%) son de carácter regional o autonómico. Telediarios de 21 minutos de duración y sin cortes publicitarios, que incluyen de media 12 noticias.

CADENAS AUTONÓMICAS	ETB-2 (CAV)	Canal 9 (Valencia)	Tele Madrid (Madrid)	TVG (Galicia)	Canal Sur (Andalucía)	TV3 (Cataluña)	Total
Deporte	29%	35%	20%	31%	26%	21%	27%
Política	25%	9,4%	20%	17%	15,2%	23%	18%
Cultura	8,6%	5,8%	12%	9%	14%	8,2%	9,7%
Sucesos	7,3%	8%	11%	15%	8,6%	3,8%	8,9%
Meteorología	5,6%	11%	8,5%	6,3%	4,4%	9,1%	7,4%
Económico-Financieras	8%	5,5%	3,8%	5,9%	12%	7,8%	7,2%
Sociales	2,8%	7,9%	5,9%	6,4%	4,1%	12%	6,5%
Terrorismo	5,6%	1,7%	4,8%	2,3%	1,8%	3,7%	3,3%
Sanidad	2,1%	4%	3,5%	2,2%	4,4%	2,2%	3,1%
Medio ambiente	0,7%	2,9%	2,6%	1,1%	1,8%	2,1%	1,9%
Consumo	1,1%	2,7%	2,2%	0,3%	1,8%	2,5%	1,8%
Seguridad	2,1%	3,3%	1,8%	0,3%	1,9%	1,1%	1,8%
Ciencia	0,9%	2,4%	1,3%	1,2%	0,9%	1,6%	1,4%
Sociedad	0,1%	1,1%	1,6%	0,5%	1,8%	1,3%	1,1%
Medios de comunicación	0,4%	0%	0,2%	1,2%	0,3%	0%	0,4%
Lotería	0%	0%	0%	0,4%	0,2%	0%	0,1%

**DEPORTE, POR ENCIMA DE POLÍTICA:** los informativos de los seis canales autonómicos dedican más tiempo a deportes (27 %) que a política (18%). Los que más deporte emiten son los de Canal 9, con casi el 35%. La excepción viene dada por los noticiarios de TV3, que emiten algo más de política (23%) que de deporte (21%), y los de Tele Madrid, que ofrecen el mismo espacio tanto a deporte como a política (un 20% en ambos casos).

**DEPORTE Y POLÍTICA, CASI LA MITAD DE LOS INFORMATIVOS:** se llevan el 45% del tiempo de los noticiarios de las televisiones autonómicas. Por encima de esta media destacan los informativos de ETB-2, que dedican el 55% de su tiempo a deporte y política, y los de TVG, con un 48% de su espacio destinado esos dos temas. Las noticias de Tele Madrid son las que menos emplean para cubrir esos temas, con un 40,4% de su espacio. Canal 9 también marca la diferencia, pues emite más información sobre meteorología (11%) que sobre política (9,4%).

**A PARTIR DEL TERCER TEMA QUE MÁS ESPACIO OCUPA EN LOS INFORMATIVOS SE APRECIAN MÁS DIFERENCIAS ENTRE LOS INFORMATIVOS DE LAS AUTONÓMICAS.** Las noticias sobre cultura ocupan la tercera posición en Canal Sur (14%), Tele Madrid (12%) y ETB-2 (8,6%). En los otros tres canales autonómicos, en cambio, el tercer tema más tratado es bien distinto: en los informativos de TVG la tercera posición es para los sucesos, con el 15% del espacio; en TV3 para noticias sobre temas sociales, con el 12% del noticiario, y en Canal 9 para política, que ocupa el 9,4% de los informativos.

**Sucesos:** ocupan la cuarta posición en cuanto a minutos emitidos en las autonómicas, un punto y medio por encima de los canales nacionales.

**Sanidad, medio ambiente, consumo y ciencia** ocupan, de media y entre todos, el 8,2% del total de los minutos de los informativos.

zaron 15.700 noticias y se investigó su contenido, el origen de las noticias, el ámbito de las mismas y la publicidad insertada en los informativos. Para definir sus contenidos se clasificaron las noticias en 16 temas: política, deporte, economía, sociales, meteorología, sucesos, cultura, terrorismo, consumo y vida cotidiana, sanidad y salud, seguridad, medio ambiente, ciencia, medios de comunicación, noticias de sociedad y loterías. Se clasificaron las noticias según procedieran de instituciones (con origen en los diversos gobiernos y parlamentos, universidades, Banco de España, iglesia, etc.), acontecimientos de la calle, asociaciones, partidos políticos, empresas (públicas y privadas) y personajes de sociedad. Además, se distinguió entre noticias nacionales, internacionales, autonómicas y locales, y se contabilizó el número de cortes para inserción de publicidad y el de los propios spots que aparecieron en los informativos. Se midió también la duración de los cortes publicitarios. No se estudiaron otras cuestiones como el rigor o la objetividad, o la producción y realización de los noticiarios. Sólo se asignó su contenido a uno de los temas previstos en el cuestionario, dejándose a un lado el modo, tono o enfoque con el que se trataban las informaciones.

## TODAS LAS CADENAS, UNA POR UNA



### ■ ETB 2

Los favoritos son deporte (29%) y política (25%). Asimismo, adquiere importancia el apartado cultural (8,6%). Junto con TVE (Cantabria), los que menos tiempo dedican a noticias de temas sociales. Mayor importancia a las noticias regionales o autonómicas (47%). Informativos con una duración media de 57 minutos con una media de 34 noticias.



### ■ CANAL 9

Deporte (35%) y, sorprendentemente, meteorología (11%) son los temas principales. Los que más tiempo dedican al deporte (explicado, quizá en parte, por la victoria del Valencia en la Liga de este año) y menos a política (9%). Junto con Canal + y Antena 3, entre los que menos tiempo dedican a noticias de carácter cultural. La mayor parte de sus noticias son de carácter local. Junto con TVE (Cantabria), la más oficial (un 43% de las noticias provienen de instituciones públicas).



### ■ TELE MADRID

Los favoritos son, a partes iguales, política y deporte (20%). Entre los que más tiempo dedican a sucesos (11%). Los informativos con más publicidad: 2 cortes que suponen el 14% del tiempo. Más de la mitad de las noticias (52%) provienen de acontecimientos de la calle. Los que más importancia conceden a las noticias de carácter local (43%).



### ■ TVG

Deporte (31%) y política (17%) acaparan casi la mitad de los informativos. Los que más importancia dedican al apartado de sucesos (15%). La mayor parte de las noticias (44%) son de carácter regional o autonómico. Junto con TVE-1, los informativos más largos (63 minutos), aunque el número de noticias (27) es menor que en los informativos de su misma duración.



### ■ CANAL SUR

Deporte (26%) y política (15%) ocupan casi la mitad de las noticias. Los informativos de esta cadena tienen una duración media de 61 minutos y son los que más noticias emiten (36). Realizan dos cortes publicitarios que suponen el 7% de su tiempo. La mayor parte de las noticias son de carácter regional o autonómico.



### ■ TV3

Política (23%) y deporte (21%) acaparan casi la mitad de los informativos, aunque junto con Tele 5, son los que más espacio conceden a noticias de temática social (12%). La cadena que más informativos emite (5), con una duración media de 44 minutos. Tienen un corte publicitario que supone el 8% de su tiempo. Ofrecen noticias de ámbito nacional e internacional a partes iguales (30%).

### Fútbol y política monopolizan los telediarios.

En general, deporte –entre los que destaca el omnipresente fútbol– y política ocupan un 45% del tiempo de los informativos, pero en algunas cadenas superan incluso la mitad del tiempo. Así, en los de TVE-1 y ETB-2 el tiempo dedicado a política y deporte supera la mitad del tiempo, llegando, en ETB-2 incluso al 55% del tiempo.

Aunque, en general, el comportamiento de los informativos en este sentido se puede calificar de homogéneo, hay telediarios que revelan una identidad propia. Así, el de La 2 concede al deporte tan sólo un 9% de su tiempo mientras que la cultura ocupa el 21%, y en TVE Rioja son las noticias económicas las que siguen a la política en tiempo de emisión.

La cultura ocupa el tercer lugar en el ranking general de contenidos, aunque sólo representa la mitad del tiempo destinado tanto a la política como al deporte. En Canal + y Antena 3 dedican tan sólo el 4% de su tiempo a los temas culturales, mientras que TVE-2 es la cadena que más habla de cultura (21%).

Destaca también que algunas cadenas (TVE-1, TVE-2, Tele 5 y Tele Madrid), dedican muy poco tiempo (en torno al 3%) a las noticias económicas, siendo éstas mucho más tratadas por otras cadenas (ETB-2, 8%, y Canal +, 6%).

### Los telediarios de TVE-1, los de más publicidad.

No es nuevo que los informativos incorporen cortes publicitarios y que muchos de sus bloques sean introducidos por patrocinadores. Lo que no deja de ser curioso es que una televisión pública encabece el ranking en tiempo dedicado a la publicidad, aunque si tenemos en cuenta que Televisión Española y la RTP portuguesa encabezan la lista de las televisiones públicas que emiten más publicidad en Europa, el dato cobra sentido.

A efectos comparativos se ha considerado el bloque del tiempo como parte integrante del telediario, aunque algunas cadenas, como TVE-1 lo



consideren como una sección aparte. De todos modos, al finalizar el bloque de noticias de TVE-1 y antes del comienzo del tiempo, se computaron entre cinco y diez minutos de publicidad, lo que explica el generoso minutaje publicitario de esta cadena.

Y es que los informativos de TVE-1 han triplicado en cuatro años los minutos que dedican en sus informativos a la publicidad (del 6% reflejado en el estudio de CONSUMER de abril del 1998, al 18% actual), mientras que cadenas como TV3, Tele 5 o Antena 3 se han mantenido en unos porcentajes similares. Las desconexiones de TVE Cantabria, Navarra, Castilla y León y Rioja, que no emiten publicidad, y Canal +, con un 1%, destacan positivamente en este sentido.

**TVE-1,  
Tele Madrid y  
Tele 5  
son las cadenas  
que más  
publicidad  
emiten en  
sus informativos**