



Departamento: Periodismo y Comunicación Audiovisual
Curso: Televisión Informativa
Tema 3: Géneros periodísticos y formatos en televisión
(Introducción y explicación)
Profesoras: Dra. Gloria Rosique & Dra. Nieves Limón

El tercer tema de este curso está dedicado a los géneros y formatos de la noticia principalmente de aquellos vinculados a los programas informativos de tipo telediario. La identificación y el conocimiento de las principales diferencias entre los géneros informativos y los formatos de la noticia, aportan las bases teóricas fundamentales para la posterior elaboración de noticias audiovisuales en el ámbito televisivo.

Para completar nuestro conocimiento al respecto remitimos a los siguientes autores:

Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid: Ciencia 3.
 Mayoral, Javier (2008). *Redacción periodística en televisión*. Madrid: Síntesis.
 Marín, Carles (2017). *El informativo de televisión. producción, guion y edición audiovisuales*. Barcelona: Gedisa.
 Pérez, Gabriel (2003). *Curso básico de periodismo audiovisual*. Navarra: Eunsa.
 Torrado Morales, Susana (2007). *Manual teórico-práctico para la realización de noticias y reportajes en televisión*. Murcia: Diego Marín.

Si bien en los comienzos de la televisión ésta tomó prestado de la radio y de la prensa escrita las formas de hacer periodismo que previamente habían sido desarrolladas por sus antecesores, poco a poco ésta fue consolidando géneros y formatos de la noticia propios -que respondían a las características intrínsecas a la televisión - conformando un modelo narrativo audiovisual *ad hoc* al medio, e identificando los géneros periodísticos más asequibles a sus especificidades. Así, a lo largo de la historia de la televisión informativa, ésta ha ido desarrollado una serie de formatos propios a través de los cuales se manifiestan los géneros periodísticos más frecuentes de la televisión: informativos, interpretativos y de opinión.

Dentro de los géneros informativos -aquellos que están al servicio del desarrollo y presentación de relatos de interés público- destaca especialmente la noticia como base fundamental de los programas de tipo telediario. Si bien las noticias de televisión de los telediarios se presentan en diferentes "formatos tipo" que difieren en duración, contenido y utilidad -y por supuesto también en la forma de redactarlos-, cabe recordar que las noticias que conforman un telediario no son unidades aisladas e

inconexas sino que conforman un discurso unitario que toma forma en la escaleta del programa informativo. Esta peculiaridad, junto con las nuevas características del medio televisivo: competencia en el sector, la irrupción de los medios digitales - el consecuente reparto de las audiencias y de la tarta publicitaria- así como los cambios en los hábitos de los nuevos "usuarios de la comunicación" principalmente, han provocado transformaciones sustanciales en la forma de presentar la información en televisión. Las noticias se tornan cada vez más ágiles, tienen una menor duración y utilizan estrategias narrativas y discursivas para acaparar la atención del espectador con el objetivo de que consuma el telediario de principio a fin.

Partiendo de ello, a los formatos de televisión tradicionales como las colas, el falso directo y el directo, el total, el flash informativo, la pieza o VTR, los breves, etcétera se le suman nuevas combinaciones que al medio le brindan una mayor flexibilidad de producción - sujetos cada vez más a la inmediatez y a la actualización de contenidos- y que a su vez resultan visualmente más atractivas para el espectador; de ahí nacen combinaciones de formatos como: colas + total, colas+ pieza, directo/falso directo + colas, directo/falso directo + pieza, directo + cola +total +pieza, etcétera.

En definitiva, la televisión viene experimentando cambios sustanciales en lo que respecta a su narrativa audiovisual, a sus estructuras, en la formas de representar la información y de redactar las noticias; éstas siguen en plena transformación en la necesidad por adaptarse a las nuevas exigencias de la comunicación, de sus usuarios y de los nuevos medios que imponen desafíos estructurales a las empresas informativas tradicionales.

Actualmente las empresas audiovisuales no sólo ven la necesidad de mantener a sus audiencias fieles -adultos mayores- sino de atraer la atención de los espectadores jóvenes que desde hace algunos años vienen emigrando hacia los contenidos audiovisuales por Internet; la competencia en el sector y la multiplicación de la oferta digital se suman a este panorama, constituyéndose como los principales desafíos de las televisiones generalistas en abierto.