

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

Agradecimientos

Querría aprovechar este espacio para agradecer a todas las personas que me han ayudado en la elaboración del presente TFG, ya que sin su colaboración, este trabajo no habría sido posible. En primer lugar, agradecer a mi tutora Ana Isabel Entenza, su disponibilidad para resolver todas mis dudas y su rapidez realizando las correcciones correspondientes del trabajo. En segundo lugar, agradezco a mi familia y, en especial, a mi hermana María y mi madre Marina, por las horas dedicadas a revisar todo el trabajo. Por último, le agradezco a Quim, mi pareja, todo su apoyo y ayuda para la resolución de problemas que iban surgiendo durante la realización de trabajo y también por sus ideas para el diseño y la presentación de algunas partes del trabajo.

A todos vosotros, muchísimas gracias.

ÍNDICE

1. Introducción

- 1.1 Presentación del trabajo pág. 2
- 1.2 justificación y viabilidad de la investigación pág. 3

2. Metodología

- 2.1 Definición del objeto de estudio pág. 5
- 2.2 Problema de investigación pág. 5
- 2.3 Objetivos y preguntas de investigación pág. 6
- 2.4 Muestra pág. 7
- 2.5 Instrumentos para la investigación pág. 9

3. Marco teórico: El periodismo de investigación

- 3.1 ¿Qué es el periodismo de investigación? pág. 17
- 3.2 Características pág. 19
- 3.3 El periodismo de investigación en el medio audiovisual pág. 20
 - 3.3.1 Particularidades del periodismo de investigación en televisión pág. 20
 - 3.3.2 Lenguaje audiovisual pág. 22
 - 3.3.2.1 Los planos televisivos pág. 22
 - 3.3.2.2 Tipología de planos pág. 23
 - 3.3.2.3 Connotación de los planos pág. 27
 - 3.3.2.4 El sonido audiovisual pág. 27
 - 3.3.2.5 La voz pág. 28
 - 3.3.2.6 La música pág. 28
 - 3.3.3 Fuentes de información pág. 30
 - 3.3.3.1 Tipología de fuentes de información pág. 30
 - 3.3.4 Figura del presentador pág. 32
 - 3.3.5 El tono de las piezas pág. 34

4. Investigación de campo

4.1 Análisis e interpretación de los resultados pág. 37

4.2 Comparación de resultados pág. 50

5. Conclusiones

5.1 Conclusiones pág. 62

5.2 Futuras líneas de investigación pág. 67

6. Bibliografía

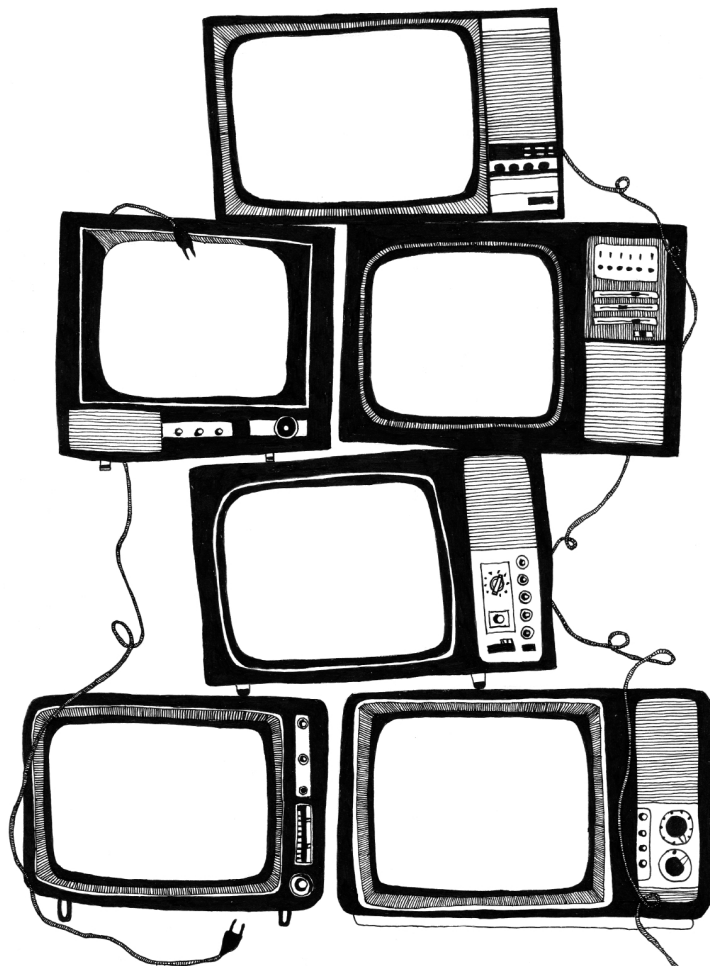
6.1 Bibliografía pág. 70

6.2 Webgrafía pág. 72

7. Anexos

7.1 Análisis detallado pág. 75

7.2 Seguidores en redes sociales de los programas pág. 143





1. Introducción

Presentación del trabajo
Justificación y viabilidad de la investigación

1.1 Presentación del trabajo

El presente Trabajo de Fin de Grado es una exploración sobre los programas televisivos de periodismo de investigación con más audiencia en la actualidad de la televisión española; *Salvados* (15,2%), *Equipo de investigación* (7,6%) y *Comando Actualidad* (7,4%)¹. A través del estudio de estos tres programas se pretende demostrar que la figura del presentador repercute en la audiencia del programa, aunque ésta no sea fundamental para los contenidos.

La motivación para la realización de este trabajo ha sido una idea personal. Tanto como estudiante de periodismo como consumidora me parece fascinante la especialidad periodística de investigación. Creo que es una de las tipologías de periodismo que más profundiza en los temas y trabaja con las fuentes. Además, su papel de denuncia y reforma de casos que afectan especialmente a la población, la convierten en una de las especialidades que mejor realiza el servicio de mantener informada a la opinión pública.

Por este motivo, he creído interesante investigar de qué estrategias y recursos se valen los tres programas de investigación televisivos con más audiencia. Poniendo un especial énfasis en el programa *Salvados*, ya que ha sido el que ha vuelto a poner en escena este tipo de periodismo, doblando las cuotas de audiencia de los demás programas y generando millones de me gustas y *retweets* en las redes sociales. Actualmente, *Salvados* cuenta con más de 509.000 seguidores en Twitter, 501.223 me gustas en Facebook y su presentador, Jordi Évole; con más de 1,7 millones de seguidores en Twitter y 1,3 millones de me gustas en Facebook². Estos datos ayudan a imaginar el interés que despierta en la audiencia el programa.

Otro de los factores que me ha hecho plantearme la realización de este trabajo ha sido la falta de material académico y de bibliografía sobre el tema. El periodismo de investigación en los medios impresos ha sido muy estudiado, pero en el medio televisivo no tanto, ya que es una tendencia más novedosa. Por lo

¹ Datos de audiencia extraídos del portal web Formula TV, una página dedicada al estudio de audiencias y tendencias de la programación televisiva.

² Cifras extraídas de las páginas oficiales de los perfiles en red social del programa *Salvados* y de su presentador Jordi Évole. Se pueden consultar las cifras en redes sociales de los demás programas en el apartado 7.2 de anexos.

tanto, he considerado de provecho escoger esta vía de investigación tan poco trabajada hasta la fecha, para poder ofrecer material innovador al ámbito académico.

Por último, espero que este trabajo os enriquezca y os aporte tanto conocimiento como el que me ha aportado a mí. Gracias a ésta investigación he aprendido a analizar los programas televisivos, he descubierto que tendencias y estrategias son las que más triunfan a la hora de conseguir audiencias en el periodismo de investigación y, en general, he aprendido a estructurar y redactar un trabajo de exploración.

1.2 Justificación y viabilidad de la investigación

Los lectores de este Trabajo de Fin de Grado encontrareis en él una aproximación tanto teórica cómo práctica al periodismo de investigación televisivo de la actualidad.

La principal justificación y motivo de viabilidad que tiene este trabajo es que trata sobre temas de radiante actualidad, de los cuáles no se tiene apenas bibliografía escrita ni material teórico de soporte para su estudio. Por lo tanto, estamos ante una exploración novedosa que pretende entender el liderazgo de un programa televisivo, mientras lo analiza y lo compara con los otros dos programas que le siguen de más cerca en audiencia.

El resultado final de esta investigación aspira a ser un resumen de las estrategias comunicativas más significativas de las que se valen los programas de investigación en la televisión actualmente para generar audiencias. Además, procura comprender de más cerca el fenómeno *Salvados* y proponer una metodología de referencia para los futuros análisis de este tipo.



2. Metodología

Definición del objeto de estudio

Problema de investigación

Objetivos y preguntas de investigación

Muestra

Instrumentos para la investigación

El programa de investigación Salvados, presentado por primera vez en 2008, es todo un fenómeno mediático sin antecedentes. Sus programas emitidos los domingos en *prime-time* reúnen las máximas cuotas de audiencia y además suelen ser *trending topic* durante toda la semana en Internet. Los informativos también recogen fragmentos del programa y los comentan. Se trata de un programa que no pasa desapercibido y que para muchos, ha vuelto a poner en escena el periodismo de investigación en esencia. Por este motivo, creo que el estudio de este programa de investigación puede ayudar a comprender que estrategias comunicativas triunfan en los programas de investigación actuales del medio televisivo.

Para realizar el presente trabajo parto del anterior problema de investigación y de la siguiente hipótesis:

— — — — —
Salvados es el programa de investigación líder por la figura del presentador. Una figura mediática y con una buena reputación, que aporta credibilidad al contenido del programa y repercute en la audiencia del mismo.
— — — — —

A lo largo del trabajo, partiré de ésta premisa y una vez acabado, intentaré dar respuesta al problema de investigación, refutando o aceptando la hipótesis planteada.

2.3 Objetivos y preguntas de investigación

En este apartado detallaré los objetivos que me he marcado junto con sus respectivas preguntas de investigación con el fin de estructurar el trabajo por puntos claros y coherentes:

- Comprender el liderazgo de Salvados frente a los otros dos programas de investigación televisivos. **¿Por qué Salvados es el programa de investigación líder?**

- Analizar las técnicas de comunicación que emplean los programas de investigación para transmitir la información. **¿Qué estrategias comunicativas utilizan los programas de investigación televisivos para transmitir sus productos? ¿Cuáles funcionan mejor?**
- Falta de materiales y bibliografía del tema. Propuesta para el análisis de los programas de investigación televisivos. **¿Cómo analizar un programa de investigación televisivo?**
- Proponer mejoras para los programas de investigación analizados. **¿Qué podrían mejorar los programas de investigación analizados?**

2.4 Muestra

La elección de los programas de investigación para analizar se ha basado en las cuotas de audiencia. Hemos escogido los tres programas de periodismo de investigación actuales con más audiencia para comprender el liderazgo de *Salvados* (15,2%) en comparación a los dos programas que le siguen más de cerca; *Equipo de investigación* (7,6%) y *Comando Actualidad* (7,4%).

	Presentador	Temática	Emisión original	Emisión Diferido	Día	Horario	Periodicidad	Duración	Género	Audiencia
Salvados	Jordi Évole	Programa de periodismo de investigación – Denuncia de temas de actualidad	La Sexta	Nitro	Domingo	21:30h	Semanal	60 minutos aprox	Programa de reportajes y entrevistas de actualidad	15,20%
Equipo de investigación	Gloria Serra	Programa de periodismo de investigación – Denuncia de temas de actualidad	Antena 3		Viernes	22:30h	Semanal	60 minutos aprox	Programa de reportajes y entrevistas de actualidad	7,60%
Comando Actualidad	Múltiple: No hay un presentador establecido	Programa de periodismo de investigación – Denuncia de temas de actualidad	TVE1		Miércoles	22:15h	Semanal	01:15:00h aprox	Programa de reportajes y entrevistas de actualidad	7,40%

Tabla 1: Presentación de los programas analizados. De elaboración propia.

Para realizar el trabajo se ha tomado como muestra un mes de programación. El mes de programación escogido ha sido el pasado mes de noviembre del año 2014, ya que en él, los tres programas como mínimo han emitido cuatro episodios. Durante este mes los tres programas emitieron sin interrupciones por festividades u otros motivos que pudiesen afectar a la programación normal. A continuación a través de un calendario se pueden visualizar detalladamente los días de análisis de cada programa:

Noviembre 2014

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2 SALVADOS
3	4	5 COMANDO ACTUALIDAD	6	7 equipo de investigación	8	9 SALVADOS
10	11	12 COMANDO ACTUALIDAD	13	14 equipo de investigación	15	16 SALVADOS
17	18	19 COMANDO ACTUALIDAD	20	21 equipo de investigación	22	23 SALVADOS
24	25	26 COMANDO ACTUALIDAD	27	28 equipo de investigación	29	30 SALVADOS

Tabla 2: Calendario del mes de análisis en el que se detallan los días examinados de cada programa. De elaboración propia.

2.5 Instrumentos para la investigación

Con el fin de conseguir el mayor número de información posible sobre los recursos de los que se valen los programas de investigación para el tratamiento y la presentación del contenido se ha diseñado una ficha de análisis. Dentro de ésta se han establecido dos tipos de análisis: uno cuantitativo y otro cualitativo. En el primero se vacían todas las cifras para poder realizar gráficas y otros

soportes visuales que esquematicen mejor los resultados. En el segundo se apuntan todas las observaciones y detalles necesarios para poder interpretar las cifras. Por último, se ha decidido incluir un espacio para resumir el contenido del programa.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Tiene como objetivo cuantificar los recursos y las frecuencias de aparición de los mismos:

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total

Duración total del programa

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Tiene como objetivo valorar la utilización de los recursos.	
Fuentes	Observaciones sobre las fuentes y las tipologías que utilizan.

Elección temática	Jerarquización y elección de temáticas por parte de los programas
Figura del presentador	Si se trata de una figura muy marcada e importante (presentador estrella), presentador como mero narrador en 3 persona (no está presente en la pieza), más de un presentador, etc.
Cabecera	Si utiliza una cabecera que identifique el programa y le de personalidad, la situación de la cabecera en la estructura del programa...
Planos	Tipo de planos más repetidos, la utilización que se hace...
Escenarios	Observación los escenarios elegidos para construir la pieza.
Música y efectos de sonido	Utilización de los recursos musicales y los efectos de sonido (si se utiliza la música en momentos puntuales o por el contrario durante toda la pieza, tipo de música...
Tono de la pieza	El tono de la pieza puede ser de denuncia, meramente informativo, dramático... El tono puede influir mucho en el tipo de pieza y en el tratamiento de la información.
Emociones	Que buscan despertar en la audiencia (conmocionar, indignar...)

Resumen del programa

Ésta ficha de análisis es la que se ha utilizado para analizar cada una de las emisiones, pero debido a su extensión, se ha decidido localizar el análisis detallado en el apartado 7.1 de anexos y, en su lugar, se han utilizado y ubicado unas tablas de resultados generales dentro del cuerpo del trabajo.

Estas tablas de resultados generales contemplan todos los datos analizados en general, con el fin de resumirlos de forma más esquemática y clara.

Las tablas de resultados generales se han dividido también por tipología de análisis y por recursos:

FUENTES - ANÁLISIS CUANTITATIVO					
Duración media de las entrevistas	% de fuentes testimoniales	% de fuentes expertas	% de fuentes institucionales	% de Altos Cargos	% total de fuentes en relación a los demás programas
La duración media de las entrevistas del programa es cuantificada en este apartado mediante una media en minutos.					En este apartado se hará un porcentaje relacionado con el total de las fuentes de los 3 programas*
*Con el fin de poder crear un porcentaje total para cada recurso cuantificable, se ha relacionado el total de cada recurso empleado por cada programa con el de los demás programas analizados. Este porcentaje es fundamental para la comparación de resultados, ya que resume de forma muy visual las diferencias en el empleo de dicho recurso.					

PLANOS						
ANÁLISIS CUANTITATIVO	% de Gran plano general	% de plano general	% de plano medio	% de primer plano	%de plano detalle	% total de planos en relación a los demás programas
						Ídem

ESCENARIOS			
ANÁLISIS CUANTITATIVO	% de escenarios exteriores	% de escenarios interiores	% total de escenarios en relación a los demás programas
			Ídem

DURACIÓN	Media de la duración del programa
	En minutos se expresa la media de duración de los programas analizados.

ELECCIÓN TEMÁTICA
ANÁLISIS CUALITATIVO (Para este recurso sólo se puede hacer un análisis de este tipo)

FIGURA DEL PRESENTADOR		
ANÁLISIS CUANTITATIVO		
Presencia durante el programa	Cuantificada en porcentajes. El porcentaje total es toda la pieza, y el porcentaje que se expresa aquí es en el que está presente el presentador (tanto en imagen como en voz en off)	
ANÁLISIS CUALITATIVO		
Presentador	SÍ	NO
	Único (El programa sólo emplea una figura de presentador)	Múltiples (El programa utiliza más de un presentador)
Mediático (El grado en el que el presentador es conocido por la audiencia)	SÍ	NO

CABECERA	SÍ	NO
TIPO DE CABECERA	Cabecera identificadora (Si la pieza tiene sentido propio y no varía en los	Cabecera sumario (Emplean un inicio estilo sumario, recogiendo los fragmentos más

	episodios. Tiene un color, logo y música que identifica siempre de la misma forma al programa)	impactantes del programa)
Para este recurso únicamente se hace un análisis cualitativo		

MÚSICA		
Utilización	<p>Estructurar el contenido</p> <p>(La música tiene un uso puramente jerarquizador. Se utiliza para organizar el programa y estructurarlo. Por ejemplo poniendo música cada vez que finaliza una entrevista o cuando se cambia de tema)</p>	<p>Dotar de dramatismo</p> <p>(La música está presente casi durante toda la pieza, inclusive cuando las fuentes hablan y los periodistas. Se utiliza para enfatizar el mensaje y dotarlo de más dramatismo)</p>
Tipología de música	<p>En este apartado se explica de qué tipo de música se vale el programa: ya sea instrumental, de alguna corriente específica (rock, pop, clásica...)</p>	
<p>Para este recurso únicamente se hace un análisis cualitativo</p>		

RÓTULOS INFORMATIVOS		
Para identificar a las fuentes	SÍ	NO
Para identificar los escenarios	SÍ	NO
Para identificar a los presentadores	SÍ	NO
Adicionales	SÍ	NO
Para este recurso sólo se hace un análisis cualitativo		

EL TONO DE LAS PIEZAS	Denuncia	Informativo	Dramático/sensacionalista
Para este recurso sólo se hace un análisis cualitativo			

EMOCIONES	Indignar	Informar	Emocionar
Para este recurso sólo se hace un análisis cualitativo			



3. Marco teórico

¿Qué es el periodismo de investigación?

El periodismo de investigación en el medio audiovisual

Fuentes de información

Figura del presentador

El tono de las piezas

3. Marco teórico

Para analizar los programas televisivos hemos construido también un marco teórico en el que hemos definido los conceptos que hemos utilizado en el estudio audiovisual.

El marco teórico queda conformado por dos grandes bloques. En el primero definimos qué es y qué se considera periodismo de investigación, sintetizando las principales características que lo definen. El segundo bloque trata sobre algunos aspectos vinculados a los productos audiovisuales como el lenguaje audiovisual o la figura del presentador, y al producto periodístico en general, como es el caso de las fuentes de información y el tono de las piezas.

3.1 ¿Qué es el periodismo de investigación?

La definición del periodismo de investigación (PI) ha sido y sigue siendo, objeto de constante debate en la actividad periodística. Numerosos teóricos discrepan en que el periodismo de investigación sea una especialidad del propio periodismo, creen que es, simplemente, periodismo bien hecho y contrastado, frente a otros que diferencian al periodismo de investigación del periodismo normal, ya que creen que reúne unas características propias.

Para Gabriel García Márquez, escritor y periodista “la investigación no es una especialidad del oficio sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición” (*El País*, 20-10-96).

Justino Sinova, periodista y profesor de teoría de la comunicación, con una opinión muy similar a la de García Márquez, apunta que “Aunque exista una realidad denominada periodismo de investigación, de la que cada vez más se habla y se escribe, la investigación no es una actividad exclusiva de un tipo de periodismo sino de todo buen periodismo”. Para Sinova la investigación es una responsabilidad pública que consiste en informar de lo que pasa con la mayor precisión posible (1998:43).

Ferran Llauleza Bosc, en su tesis doctoral sobre el análisis del periodismo de investigación, se desmarca de las anteriores definiciones y explica que “El

periodismo de investigación es la modalidad periodística especializada que denuncia hechos ocurridos o situaciones creadas aportando información inédita esencial, de relevancia permanente y completamente verificada” (2003:241).

Mark Lee Hunter y Nils Hanson, en el *Manual para periodistas investigadores* dejan claro que “A diferencia de lo que les gusta afirmar a algunos profesionales, el periodismo de investigación no es solo periodismo a la vieja usanza pero bien hecho”. Para ellos existe una enorme diferencia: “El periodismo convencional depende en gran medida (y en ocasiones totalmente) de materiales producidos por otros (como la policía, gobiernos, empresas, etc.) por lo que es un periodismo fundamentalmente reactivo, cuando no pasivo. El periodismo de investigación por el contrario, depende de material recolectado o generado a partir de la iniciativa del propio periodista (y por esta razón a menudo se lo conoce como “periodismo emprendedor” (2013:8).

Petra M. Secanella, va más allá de las definiciones expuestas por los demás teóricos señalando que: “El periodismo de investigación tiene por objetivo el promover reformas, exponer injusticias, desenmascarar fraudes, dar a conocer lo que los poderes públicos quieren ocultar, detectar qué instituciones no cumplen con su trabajo, demostrar cómo funcionan los organismos públicos y sus intenciones de actuación, reconstruir acontecimientos importantes” (1986: 109). Para la autora, el periodismo de investigación tiene unos objetivos concretos que van más allá de la información diaria y, son estos en si mismos, sus principales diferencias con el periodismo en general.

En definitiva, cualquier trabajo de periodismo siempre debería de ser motivado por la propia iniciativa del periodista y éste mismo, antes de hacer uso de informaciones debería de cerciorarse al completo de que son ciertas. Éstas prácticas son inherentes para todas las tipologías de periodismo, pero no siempre se cumplen.

Con la aparición de internet y la digitalización del periodismo, el ritmo de información se ha visto disparado y ha creado una competición absurda entre los medios de informar lo más rápido posible. Esta agilización en el proceso de transmisión de información de la redacción a la calle ha hecho que muchas de las prácticas periodísticas, como la investigación y la búsqueda de fuentes

alternativas queden relegadas a tipologías y productos concretos de periodismo. Aquí es donde radica la polémica: el periodismo de investigación se ha convertido para muchos en el periodismo “bien hecho” porque conserva las rutinas del periodismo tradicional y esto no es así porque además de estas buenas prácticas, el periodismo de investigación tiene unos rasgos propios, como la necesidad de contener información inédita e información que se haya intentado esconder de la opinión pública.

A continuación a través de la definición de las características propias del periodismo de investigación detallaremos mejor esta tipología de periodismo y la diferenciaremos del periodismo general.

3.2 Características del periodismo de investigación

Una vez expuestas las definiciones del periodismo de investigación aportadas por diferentes teóricos, hemos realizado un cuadro (Tabla 1) con las características más repetidas. El cuadro pretende sintetizar de una manera clara los rasgos propios del periodismo de investigación como especialidad dentro de la disciplina periodística.

Características del periodismo de investigación
El tema de la investigación nace de la iniciativa propia del periodista. No debe ser motivado por notas de prensa u otros comunicados institucionales, el periodista debe de elegir el tema de la investigación porque considera que puede mejorar el grado de información de la opinión pública sobre un tema en concreto.
La pieza informativa no sólo se basa en fuentes oficiales. La elección de las fuentes es un elemento crucial en el periodismo de investigación. La variedad de fuentes y la búsqueda de otras fuentes que se distancien de las oficiales pueden lograr un producto informativo más objetivo.
La información debe ser de relevancia pública, debe interesar y afectar a los ciudadanos.
El producto informativo debe desvelar información que instituciones u otras personas desean ocultar a la opinión pública. Toda aquella información que afecte

a los ciudadanos y que tanto personas privadas como instituciones públicas desean mantener oculta.
La información que se presenta o parte de ella debe de ser inédita , fruto del trabajo del equipo de periodistas.
La pieza informativa resultante debe adquirir un tono de denuncia. Los periodistas con sus trabajos de investigación buscan abrir los ojos a la opinión pública de hechos fraudulentos que deben de ser castigados, por lo tanto se convierte en un periodismo reivindicativo que busca cambios en la sociedad.

Tabla 3: Cuadro descriptivo de las características del periodismo de investigación. De elaboración propia a partir de la bibliografía consultada.

3.3 El periodismo de investigación en el medio audiovisual

3.3.1 Particularidades del periodismo de investigación en televisión

En los inicios del periodismo de investigación al igual que de otras tipologías del periodismo, el principal medio por el que se difundía era a través de la imprenta. Ya fuese porque aún no se habían desarrollado lo suficiente los demás medios o por los espacios de tiempo que proporcionaba este medio para la consecución de productos, este era el principal. Por este motivo, la mayoría de bibliografía consultada para la realización de este trabajo contiene mucha información para el análisis del periodismo de investigación centrado sobre todo en prensa.

Con el tiempo, este medio fue solapado por otros como la radio, en primer lugar, la televisión en segundo e internet, en última instancia. Y de esta forma, el periodismo de investigación ha ido diversificándose entre los diferentes medios, haciéndose un especial hueco en la televisión. La televisión, le proporciona unas particularidades al periodismo de investigación muy importantes para su triunfo, como son el impacto de las imágenes, el ritmo y el entretenimiento... pero también le impone una serie de reglas y connotaciones propias del medio.

José María Caminos, autor del libro *Periodismo de investigación: teoría y práctica*, sintetiza muy bien esta idea: “La televisión es un buen vehículo para canalizar los trabajos de investigación, sobre todo por la alta difusión que puede obtener. La ventaja de la televisión es el impacto que puede provocar un tema de investigación a través de ese medio, un impacto que no tiene ningún otro medio de comunicación. Sin embargo, no es el canal más adecuado para su difusión debido a la simplificación y especial celeridad a las que obliga este medio” (1997:129).

En esta línea Pepe Rodríguez, periodista especializado en la investigación y profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, añade que “La televisión es un formato muy agradecido para publicitar trabajos de investigación, pero somete a una implacable tiranía en cuanto al tiempo disponible y la superficialidad obligada en el tratamiento de los temas” (1994:240). Para el profesor, el tiempo en televisión es el principal defecto de este medio, ya que es escaso y todo el contenido se ha de comprimir al máximo para cumplir con las programaciones. Esto aplicado a los trabajos de investigación es un límite enorme.

Además del tiempo, la captación de la atención es otra de las reglas infranqueables de la televisión. Para Sergio Elguezabal, periodista y editor de radio y televisión, es fundamental: “La televisión no da la posibilidad de releer el párrafo y el público no está concentrado escuchando cada una de las frases. Hay que atrapar la atención, y no perderla porque es muy difícil de recuperar” (2004:100).

A pesar de todas estas particularidades, Rodríguez aplaude el éxito de la televisión como medio de difusión, situándola como el principal: “Una investigación publicitada por televisión presenta el enorme problema de tener una vida efímera pero, en contraprestación, el impacto momentáneo que es capaz de producir no se puede igualar con ningún otro medio. No en balde, la televisión es la reina de los medios de comunicación” (1994:240). Y es que en la actualidad, los dos medios de transmisión que más audiencia generan son la televisión e Internet.

3.3.2 El lenguaje audiovisual

Cuando hablamos de lenguaje audiovisual nos referimos a un conjunto de recursos expresivos ideados a priori y organizados a posteriori, para constituir una pieza con un mensaje mucho más complejo que el de los anteriores medios de comunicación: prensa y radio.

Con el lenguaje audiovisual, combinamos recursos sonoros y de imagen, para crear una pieza con sentido propio que provoque unas sensaciones y percepciones determinadas al espectador.

Así sintetiza esta idea Rodríguez Bravo: “El lenguaje audiovisual es el conjunto sistematizado y gramaticalizado de recursos expresivos que han estado previamente imaginados por un narrador y que permiten estimular en el público series organizadas de sensaciones y percepciones que transformaran mensajes concretos y complejos” (1998:26)³.

En este sentido, en los siguientes apartados analizaremos los recursos expresivos más destacados de los que se valen los programas televisivos; los planos televisivos, su tipología, connotación y el sonido audiovisual (abarcando tanto la música como las voces de los presentadores y las fuentes).

3.3.2.1 Planos televisivos

La tipología de planos televisivos que he decidido establecer para el análisis de mi trabajo ha sido creada a partir del *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual* de Federico Martínez Díez y José Martínez Abadía. Aunque este manual expone una de las tipologías más aceptadas, no es la única, ya que existen muchas otras definiciones entre profesionales. Para evitar cualquier tipo de confusión he detallado las definiciones de cada tipo de plano, además de introducir brevemente el significado de la misma palabra.

³ Cita extraída del libro de Alejandro Román *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*.

Para Díez y Abadía un plano es “la manera de encuadrar⁴ la imagen” además de ser, “la unidad narrativa mínima” del medio audiovisual (1999:30). Un plano es una toma de imagen. La consecución de tomas de imagen crea un montaje televisivo y la elección de los tipos de planos es lo que dota de ritmo y significación a la pieza. Dependiendo de las estrategias comunicativas del programa este escogerá un encuadramiento determinado, por lo tanto, he considerado importante examinar la tipología de planos y sus connotaciones.

“Normalmente, el plano de encuadre se clasifica tomando como referencia la figura humana. Así los planos más usuales toman el nombre de la parte del sujeto que encuadran” aclaran Díez y Abadía (1999:30).

3.3.2.2 Tipología de planos

1. Gran plano general

“El gran plano general encuadra un amplio paisaje en el que el escenario es el protagonista por encima de la figura humana” señalan Díez y Abadía (1999:32). Se trata de un plano muy abierto, en el que se ofrecen puntos de vista amplios y se caracteriza porque en él es difícil apreciar la figura humana. Se suele utilizar para enseñar paisajes o escenarios muy amplios que requieren una vista panorámica para ser bien apreciados.

⁴ Encuadrar: operación inicial que debes realizar cuando vas a capturar una imagen. Se trata de integrar todos los objetos que quieres que aparezcan en la imagen dentro del recuadro. El encuadramiento viene determinado por las proporciones de la pantalla.



Ejemplo de Gran Plano General extraído del programa Equipo de investigación del 07/11/14

2. Plano General

También es un plan abierto, pero a diferencia del anterior si que se aprecia la figura humana. Se acostumbra a usar para relacionar la figura humana con el espacio. Díez y Abadía apuntan que también sirve para enfatizar el movimiento corporal del sujeto en relación con el escenario dónde se realiza la acción (1999:32).



Ejemplo de Plano General extraído del programa Comando Actualidad del 05/11/14

3. Plano medio

Es un tipo de plano cerrado el cual corta por la cintura a los personajes que lo integran. Su utilización es muy común en televisión ya que la mayoría de programas informativos utilizan este plano para enseñar las entrevistas u otras piezas periodísticas. “Esta tipología de plano permite apreciar con mayor claridad la expresión del personaje aunque sigue conservando una distancia respetuosa” según Díez y Abadía (1999:33).



Ejemplo de Plano Medio extraído del programa Salvados del 02/11/14

4. Primer plano

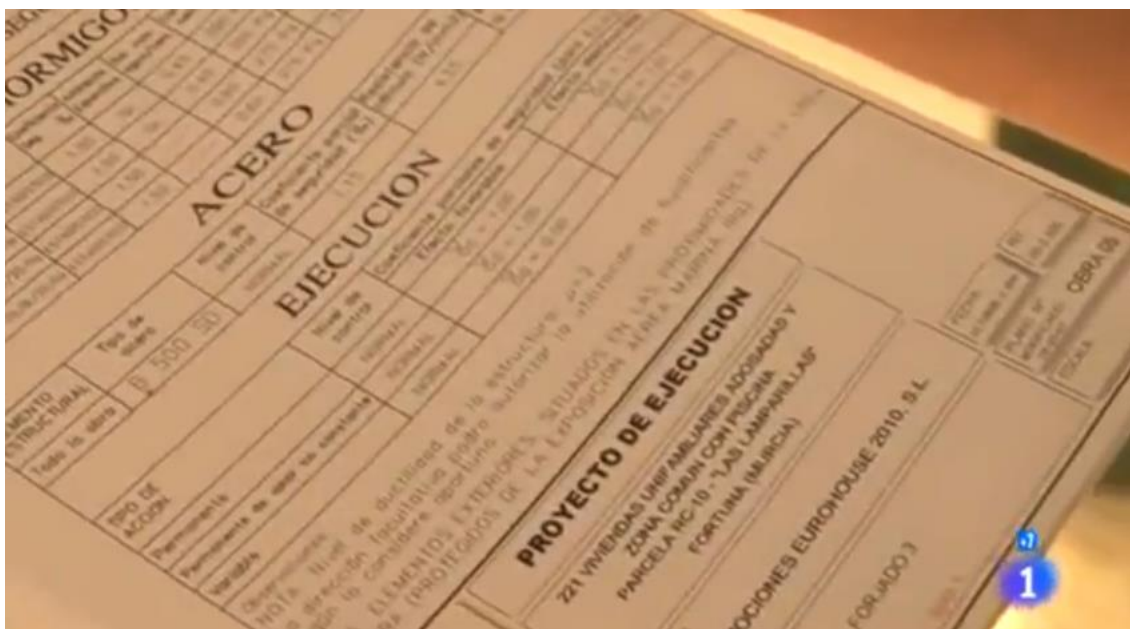
Es un plano más cerrado que el anterior y se utiliza para captar aspectos más expresivos de los personajes. También es un plano muy utilizado en televisión y se suele combinar con el plano medio. Para Díez y Abadía “El primer plano corta por los hombros al personaje y nos sitúa a una distancia de intimidad con el personaje, le vemos solamente el rostro. Es el plano expresivo por excelencia y nos permite acceder con gran eficacia al estado emotivo del personaje” (1999:34).



Ejemplo de Primer plano extraído del programa Equipo de investigación del 07/11/14

5. Plano detalle

Se trata del plano más cerrado que existe. Tal como su nombre lo indica sirve para enseñar al espectador detalles de la escena que con otro tipo de plano serían muy difíciles de vislumbrar. Se suele emplear para captar la atención de la audiencia en determinados aspectos clave.



Ejemplo de Plano detalle extraído del programa Comando actualidad del 05/11/14

2.3.2.3 La connotación de los planos

La connotación de los planos, es decir, su significación queda muy bien resumida por Begoña Gutiérrez en el libro *Teoría de la narrativa audiovisual*: “Tradicionalmente los grandes planos generales se han utilizado para describir y plantear la narración. Con ellos, el espectador se ubica y sabe dónde se lleva a cabo la acción. A medida que el plano es más corto, se introduce una variable emotiva además de expresiva, ya que este tipo de plano limita y dirige la atención” (2006:72).

Emmanuel Siety, autor de la obra *El plano, en el origen del cine* incide en la importancia de la distancia de cada plano, destacando que a mayor distancia (planos más abiertos) se da una sensación de más frialdad y a menor distancia (planos más cerrados) se busca proporcionar un efecto más cálido y de cercanía: “Dentro del encuadre, la distancia se declina en plural. El conjunto del encuadre queda tensado por las distancias establecidas entre la cámara y los distintos ocupantes del encuadre, pero también entre los constituyentes del encuadre entre sí. De este modo, una relación entre personajes puede expresarse en la distancia que los separa y en la forma que la cámara tiene de medir esa distancia” (2004:31).

3.3.2.4 El sonido audiovisual

Una de las características más definitorias del medio televisivo, sin ninguna duda, es la mezcla de imágenes y sonido. En radio sólo tenemos sonido y en la imprenta fotografías y texto, la fuerza de la televisión radica en que combina estos dos medios tradicionales para conseguir uno nuevo con más fuerza.

Para Díez y Abadía (1999:195) no hay recurso que supere al otro: “En el medio audiovisual, el sonido es tan importante como la imagen, ya que el conjunto de la imagen y el sonido son los encargados de modificar la percepción global del receptor. El sonido no depende de la imagen, ni la imagen del sonido, sino que son ambos los que actúan conjuntamente”. Por lo tanto, entendemos que ambos recursos necesitan estar bien trabajados para la consecución de una buena pieza desde el punto de vista audiovisual.

Entre lo que aporta el sonido a la piezas audiovisual Díez y Abadía destacan que “facilita la continuidad narrativa, al mismo tiempo que permite economizar planos, ya que no hace falta que todo aparezca en el encuadramiento, es suficiente con el sonido de fuera de campo o con el sonido ambiente”. También subrayan que sirve para “organizar el discurso audiovisual, dotando de cohesión a la escena y creando una impresión de más realidad” (1999:129).

3.3.2.5 La voz

Como teoría acústica del sonido, Díez y Abadía establecen cuatro categorías que lo caracterizan; **el tono, la intensidad, el timbre y la actitud sonora**. Para los autores, el tono es la sensación perceptiva de agudo y grave, un fenómeno físico que depende del número de oscilaciones por segundo del esfínter glótico. A mayor frecuencia de oscilaciones, será un tono agudo y a menor, grave; la intensidad es la sensación perceptiva de fuerte y flojo. Un fenómeno físico que depende de la amplitud de obertura del esfínter glótico. A mayor obertura la intensidad será más alta y a menor más baja.

El timbre es la sensación perceptiva que determina la complejidad del sonido. Al sonido base emitido por la laringe (frecuencia fundamental del tono) se le suman las vibraciones producidas por la resta de órganos resonadores. El conjunto de frecuencias (fundamentales y armónicas) son las que proporcionan un timbre diferente.

Por último, la actitud sonora del emisor es el trabajo con la expresión oral para conseguir una finalidad comunicativa determinada. Cada programa tiene un tipo de actitud sonora diferente y el presentador es el encargado de mostrarla. Se trata del uso más expresivo de la voz.

3.3.2.6 La música

Para Díez y Abadía la música en el medio audiovisual puede ser utilizada o bien de **forma diegética o de extradiegética**. La primera se refiere a aquella que “se vincula al argumento narrativo y a las coordenadas espacio-tiempo de la narración audiovisual, a todo aquello que forma parte natural del relato referenciado y de la historia narrada”. En cambio, el segundo “se vincula a todo

aquello que no es justificado por el hilo argumentativo o el espacio-tiempo de la narración”. Un ejemplo muy claro que evidencia los dos tipos de música se da en las películas; cuando los personajes del *film* están en un baile donde escuchan música y la bailan, se trata de música diegética y, cuando los espectadores escuchamos música de fondo en determinados momentos de la película que marcan como importantes y esa música no la escuchan los personajes, entonces se considera extradiegética (1999:200).

Miguel Santiesteban Amat, autor del libro *El código de lo permitido en los soportes audiovisuales tradicionales y las nuevas tecnologías digitales de la comunicación*, también distingue las dos formas de utilización de la música, pero las nombra con términos diferentes (forma sincrónica y forma asincrónica). La música sincrónica es aquella que guarda relación con el objeto de la acción, y la asincrónica es la que actúa en calidad de segundo plano de la acción (2001:70).

Además de saber diferenciar estos dos tipos de música, es importante prestar atención a la utilización que el medio hace de la música. Díez y Abadía (1999:207) sintetizan esa utilización en una clasificación de tres usos: el **uso sintáctico**, el **uso descriptivo** y el **uso expresivo**.

El uso sintáctico es aquel con valor semántico, aquel que utiliza a la música como mecanismo de organización y estructuración de contenidos. Por ejemplo, la cabecera de un programa se suele iniciar con una sintonía.

El uso descriptivo es aquel donde la música sirve para describir explicar, recrear. Se hace un uso realista de la música para escenificar bien la narración.

El uso expresivo es aquel que utiliza a la música para expresar situaciones emocionales.

La mayoría de programas suelen valerse de más de un tipo de música (diegética y extradiegética) y hacen más de un uso de la misma. Pero la predominancia de unos tipos sobre los otros, son sin duda señas de identidad del programa y marcan sus estrategias comunicativas.

3.3.3 Las fuentes de información

Las fuentes de información son esenciales para el periodismo. A lo largo de la carrera, los profesores insisten en la idea de que una pieza periodística debe contener gran variedad de fuentes informativas, ya que son estas las que la enriquecen. Su variedad y contraste, oposición de visiones entre fuentes, hace posible la consecución de una pieza informativa completa, ya que no vale de nada conseguir muchas fuentes, si todas dicen lo mismo.

José María Caminos, comparte ésta opinión tan extendida describiendo a las fuentes como “la esencia de la actividad informativa”. Y detallando que el mejor medio siempre es el que está mejor informado, y el mejor informado es el que dispone de mejores fuentes de información: “Entre medio y fuente existe una estrecha relación simbiótica. Las fuentes precisan de los periodistas para que sus confidencias lleguen al público, pero los periodistas precisan de fuentes para ofrecer la mejor información. La fuente información se convierte así en un vértice central de la actividad periodística” (1997: 158).

Petra M. Secanella, autora del libro *Periodismo de investigación*, sintetiza la definición de las fuentes de información así: “Las personas o grupos, más o menos organizados, que se constituyen así para ser portavoces ante la opinión pública”. Y sentencia que “generalmente los periodistas actúan pasivamente en la búsqueda de posibles fuentes. En la mayor parte de los casos, los periódicos, los seminarios, la radio y la televisión dependen de las agencias de noticias o de otros medios locales o nacionales, que sintetizan un gran número de fuentes. El periodismo de investigación no puede contentarse con ese limitado repertorio. Tiene que organizar sus propias fuentes y esa acción es importantísima para precisar sus técnicas”. (1989: 89)

3.3.3.1 Tipología de fuentes de información

La clasificación de las fuentes de información en la disciplina periodística es muy variada. Cada autor, profesor, profesional o medio de comunicación crea una clasificación de las fuentes echa a su medida con el fin de organizarlas y jerarquizarlas. Para la consecución de este trabajo de fin de grado he decidido

establecer yo misma una clasificación basándome en el visionado de los programas de investigación analizados y en la bibliografía consultada.

Las tipologías de fuentes que he distinguido para el análisis son cuatro y son las más utilizadas por los programas analizados: **las fuentes testimoniales, las expertas, las institucionales, y los altos cargos.**

La primera tipología, las **fuentes testimoniales**, se refiere a aquellas fuentes que por motivos circunstanciales están ligadas directamente con los hechos investigados. Se trata de fuentes que han vivido de muy cerca el hecho noticioso que se investiga. Suelen ser fuentes personales, sin reconocimiento público previo, a las que el periodista pide testimonio para conocer detalles más sentimentales y así poder enfatizar el carácter social de la información.

Las **fuentes expertas** son aquellas a las que el periodista acude para poder interpretar los hechos. El periodista no puede dominar todas las temáticas que investiga y, por lo tanto, precisa de fuentes especializadas que le ayuden a entender datos o determinados aspectos sobre su objeto de investigación. Su uso es muy recurrente en el periodismo de investigación ya que son necesarias para poder explicar de una forma clara y sencilla a la audiencia aspectos técnicos del hecho noticioso. A su vez completan el proceso de documentación del periodista y el marco teórico de la investigación. José María Caminos ejemplifica las fuentes expertas como los “abogados, economistas, ingenieros, profesores y policías” (1997: 172). Estas sin duda son las figuras expertas más utilizadas por los medios, pero bajo mi punto de vista a esta lista se le deberían de sumar muchos más ejemplos dependiendo de la temática que se investiga.

Las **fuentes institucionales** son los gabinetes de comunicación de las *instituciones públicas* (políticas, sociales, culturales, deportivas...) y de las *instituciones privadas* (empresas, asociaciones, clubs...), que por lo general, suelen facilitar información al periodista para su propio bien, al igual que ocultarla o silenciarla. Estas fuentes se preocupan mucho por su reputación y por ello, estudian mucho las informaciones que transmiten.

Las fuentes institucionales están íntimamente ligadas con las fuentes más influyentes; **los altos cargos**. Todo alto cargo nace de una institución, y es aquel

que representa el máximo poder e influencia. Un ejemplo de alto cargo, sería el presidente de un país, como es el caso de Obama, el actual presidente de Estados Unidos, pero también lo sería el dueño de una multinacional como Inditex, Amancio Ortega.

3.3.4 La figura del presentador

Los periodistas en la televisión no actúan como meros narradores de los hechos sino que adquieren un protagonismo especial, dotando de carácter y credibilidad al programa en el que participan. Dentro de toda la tipología de programas que se emiten en la televisión, los programas informativos y, por ende, los programas de investigación son los que más ayudan a construir la imagen corporativa del canal, es decir, su reputación.

Según Alejandro Salgada Losada, Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, la figura del presentador de programas destaca como una pieza fundamental del proceso comunicativo en televisión: “Los programas informativos constituyen un punto de referencia estratégico en la programación de contenidos y en la definición de la calidad de las cadenas televisivas. Se trata de una credibilidad institucional sustentada, en gran medida, en la propia credibilidad de sus profesionales” (2007:145).

Por lo tanto, se vuelve fundamental estudiar el rol de presentador del que se vale cada programa para entender la personalidad y la estrategia comunicativa del mismo.

Andrew Boyd sintetiza las cualidades ideales de un presentador en cinco ideas: “la fuerza personal y la autoridad, combinado con la experiencia, la personalidad y el carisma” (2007:146) ⁵. Cómo fuerza personal Boyd entiende la calidez/cercanía del sujeto, su buena presencia y hasta su buena voz. Cuando habla de autoridad y experiencia, se refiere a la trayectoria profesional y personal conocida públicamente gracias a sus trabajos realizados y a sus actuaciones más destacas. La personalidad y el carisma son los dos últimos rasgos definitorios, gracias a estos los presentadores muestran su carácter, su forma de

⁵ Cita extraída del artículo de Alejandro Salgada titulado “La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión” (2007: 146)

ser, sentido del humor... Estos dos son los que les ayudan a diferenciarse más de la resta de presentadores, programas y cadenas.

Según Jaime Barroso García, autor del libro “El proceso de información de actualidad en televisión”, el periodista juega un papel fundamental en los reportajes informativos, ya que además de transmitir la información actúa como testimonio directo. “El reportero interviene, con su imagen y su narración, básicamente como hablante omnisciente (el que todo sabe y conoce) y por consiguiente nos ordena la diégesis⁶, nos presenta a los personajes, establece relaciones, etc. Y desde este rol o función lo hará como hablante-monologador pero dirigiéndose, siempre, hacia un interlocutor implícito, el espectador, para lo cual reforzará la activación del espacio off heterogéneo mediante la mirada a la cámara (al espectador) e incluso ciertas figuras dialógicas de explicitación del interlocutor (funciones conativas y fácticas) mediante las cuales se interpela, se llama la atención al espectador y también se verifica y comprueba el contacto. (1992:446)

A pesar del alto valor de la figura del presentador en los contenidos televisivos, según la estrategia del medio, se le da un papel mayor o menor. Esta importancia del presentador suele verse reflejada por los minutos en los que aparece en pantalla y por el papel que este desempeña.

Si los minutos que aparece son mayores o equivalentes a los que se destina a las fuentes de información que estructuran el programa y, además, se deja que el presentador haga guiños de humor, críticos u otras actuaciones fuera de su papel de periodista, se trata sin duda, de un protagonismo fuerte.

En cambio, si se opta por dar más importancia a las fuentes de información y se releva al periodista a un papel de interlocutor y narrador, se trata de una figura que no busca protagonismo. En este caso, los medios prefieren dar más importancia a la voz de las fuentes y al contenido que éstas proporcionan, que no a las intervenciones y opiniones que puede aportar el presentador.

⁶ Definición de diégesis según el diccionario online de la Real Academia Española: En una obra literaria, desarrollo narrativo de los hechos.

3.3.5 El tono de las piezas

Todas las piezas o contenidos periodísticos tienen una intención determinada. Esta intención suele venir fijada por el género en el que se encuentra la pieza, la temática que trata y el periodista o equipo de profesionales que la ha creado.

Tanto en medios impresos, como en medios radiofónicos o audiovisuales, las piezas han sido ideadas con una intención determinada y ese propósito siempre se ve reflejado en el tono de las piezas. Un claro ejemplo que puede ilustrar esta idea son las columnas o los editoriales, en ellos siempre encontramos un tono crítico y de denuncia del medio, en el que se aprovecha la información con la intención de indignar a los ciudadanos.

De esta forma, en los productos audiovisuales de investigación, encontramos diferentes tonos de los que se nutren los programas para la construcción de su discurso. Con el fin de resumir y de esquematizar los tonos, hemos establecido los tres más comunes: el tono informativo, el tono de denuncia y el tono sensacionalista.

El **tono informativo**, es aquel que busca la objetividad o neutralidad en sus contenidos. La intención del medio en este caso es informar al ciudadano de contenidos de interés general, dejando de lado ideologías u otros aspectos que puedan condicionar las informaciones.

Según Juan Tomás Frutos, profesor de la Universidad de Murcia comunicar mediante el tono informativo es simplemente proporcionar un mensaje, a través de un lenguaje objetivo y claro, el cual se apoya en cifras, datos y otros elementos clave para fomentar su veracidad⁷.

El **tono de denuncia**, es aquel que busca indignar a los espectadores, tratando aspectos o temáticas de los que se ésta siempre en contra y que creen que afecta negativamente a los ciudadanos. Con este tono el medio buscará siempre

⁷ Información extraída del artículo “El lenguaje en televisión, una unión de intereses y fines” de Juan Tomás Frutos en la página Campus digital de la Universidad de Murcia: <https://www.um.es/campusdigital/Cultural/lenguaje%20TVE.htm>

los aspectos más negativos de la información que pretende explicar para hacer una crítica.

El **tono sensacionalista o dramático** es aquel que busca emocionar a los espectadores, mostrando siempre los aspectos más humanos y valiéndose de recursos como la música para intensificar el mensaje que pretenden dar.

Según Erick R. Torrico, presidente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación se puede afirmar que “El *sensacionalismo* es la modalidad periodística (y discursiva) que busca generar sensaciones –no raciocinios- con la información noticiosa, tomando en consideración que una sensación es una impresión que se produce en el ánimo de las personas al impactar sus sentidos y sistema nervioso con algún estímulo externo. Los fines de tal modalidad son económico-comerciales o económico-políticos”⁸.

⁸ Cita extraída del artículo “*El sensacionalismo: algunos elementos para su comprensión y análisis*” de Erick R. Torrico en la página Sala de Prensa: Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos: <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>



4. Investigación de campo

— — — — —

Análisis e interpretación de los resultados
Comparación de resultados

4.1 Análisis de resultados

A continuación se muestran las tablas de resultados generales para cada programa. En dichas tablas se han calculado los porcentajes de los recursos utilizados durante todo el mes por cada programa con el fin de resumir y esquematizar los resultados. También se aporta una pequeña observación de la utilización de cada recurso, más tarde cuando se comparen los programas éstas observaciones se verán más ampliadas⁹.

Las tablas de resultados generales se han dividido también por tipología de análisis y por recursos:

COMANDO ACTUALIDAD

FUENTES					
Duración media de las entrevistas	% de fuentes testimoniales	% de fuentes expertas	% de fuentes institucionales	% de Altos Cargos	% total de fuentes en relación a los demás programas
5 minutos	34%	45%	22%	0%	43%
<p>La tipología de fuentes más utilizada por el programa <i>Comando Actualidad</i> son las fuentes institucionales, seguida de las fuentes testimoniales, y por último, expertas. En ninguno de los programas analizados aparece un Alto cargo como fuente.</p> <p>Las entrevistas con las fuentes suelen durar una media de 5 minutos.</p>					

⁹ Si se tiene interés en ver los resultados que se vaciaron de cada programa en detallado, en el apartado 7.1 de anexos, se pueden consultar.

PLANOS						
	% de Gran plano general	% de plano general	% de plano medio	% de primer plano	%de plano detalle	% total de planos en relación a los demás programas
	3%	35%	25%	21%	17%	38%
<p>La tipología de planos más utilizada por el programa <i>Comando Actualidad</i> es la del plano general, seguido por la del plano medio, la del primer plano y el plano detalle. Más lejos encontramos al gran plano general.</p>						

ESCENARIOS			
	% de escenarios exteriores	% de escenarios interiores	% total de escenarios en relación a los demás programas
	53%	47%	28%
<p>Los escenarios más empleados por el programa son los exteriores.</p> <p>Comando actualidad siempre intenta relacionar directamente el espacio en el que se hace la entrevista con la fuente o la temática del programa.</p>			

DURACIÓN	Media de la duración del programa
	01:15:00
<p>Los programas de <i>Comando Actualidad</i> suelen durar una media de una hora y cuarto sin contar las pausas publicitarias. Uno de los programas analizados llegó a durar 01:30:00h.</p>	

ELECCIÓN TEMÁTICA	
Programa del 05/11/14 – Ruinas a estrenar	
Programa del 12/11/14 – ¿Esto cómo se come?	
Programa del 19/11/14 – Mantenimiento	
Programa del 26/11/14 – Salir en el mapa	

FIGURA DEL PRESENTADOR		
ANÁLISIS CUANTITATIVO		
Presencia durante el programa	30%	
ANÁLISIS CUALITATIVO		
Presentador	SÍ	NO
	Único	Múltiples
Mediático	SÍ	NO
<p>No hay un presentador central del programa. Aparecen siempre entre 3 y 4 periodistas, ellos son los encargados de entrevistar a las fuentes y presentar los distintos casos. Se suele cambiar de presentador según la zona geográfica. Se van alternando, nunca aparece el mismo explicando dos casos seguidos.</p>		

CABECERA	SÍ	NO
TIPO DE CABECERA	Cabecera identificadora	Cabecera sumario
<p>El programa se inicia con un sumario formado por un conjunto de los fragmentos más significativos del programa. Se utiliza como técnica para captar al espectador y avanzarle lo que podrá ver si se queda a visualizar el programa. Después aparece una cabecera muy reducida del programa, encima de las imágenes del mismo episodio y utilizando el nombre “Comando Actualidad”.</p>		

MÚSICA		
Utilización	Estructurar el contenido	Dotar de dramatismo
Tipología de música	Comercial (música pop española e inglesa)	
<p>La música como mecanismo de transición entre entrevistas o subtemas del programa. Se emplea para estructurar el programa.</p> <p>El estilo de la música que utilizan es pop comercial, tanto español como inglés.</p> <p>Toda la música es extradiegética, no está vinculada directamente a la acción.</p>		

RÓTULOS INFORMATIVOS		
Para identificar a las fuentes	SÍ	NO
Para identificar los escenarios	SÍ	NO
Para identificar a los presentadores	SÍ	NO
Adicionales	SÍ	NO
<p>La utilización de rótulos informativos por parte de <i>Comando Actualidad</i> es escasa. No se utilizan nunca para identificar a las fuentes, sólo los periodistas dictan de voz el nombre de los entrevistados y muchas veces sin el apellido ni cargo. Dato que hace más difícil al espectador seguir el programa.</p> <p>Los escenarios y las localizaciones si que están siempre debidamente identificadas mediante el mecanismo de los rótulos informativos.</p> <p>Los presentadores que aparecen en el programa sólo son presentados en el sumario mediante rótulos informativos. Durante la pieza no se vuelve a hacer referencia a su identidad.</p> <p>No se utilizan rótulos adicionales para añadir datos o cifras.</p>		

EL TONO DE LAS PIEZAS	Denuncia	Informativo	Dramático/sensacionalista
<p>El tono de las piezas es informativo ya que se suele recopilar las voces de fuentes testimoniales e institucionales las cuales a través de su experiencia ilustran la temática de la que trata el programa. No tratan de denunciar ningún tipo de mala práctica, sólo de informar.</p>			

EMOCIONES	Indignar	Informar	Emocionar
<p>Las piezas buscan informar al espectador a fondo sobre temáticas de interés general. Sólo una de todas las piezas analizadas busca indignar a los espectadores sobre una mala práctica.</p>			

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

FUENTES					
Duración media de las entrevistas	% de fuentes testimoniales	% de fuentes expertas	% de fuentes institucionales	% de Altos Cargos	% total de fuentes en relación a los demás programas
1 minuto	49%	35%	13%	3%	39%
<p>La tipología de fuentes más utilizada por el programa <i>Equipo de investigación</i> son las fuentes testimoniales, seguida de las fuentes institucionales, expertas y por último, Altos Cargos.</p> <p>Las entrevistas con las fuentes duran una media de un minuto.</p>					

PLANOS						
	% de Gran plano general	% de plano general	% de plano medio	% de primer plano	%de plano detalle	% total de planos en relación a los demás programas
	4%	41%	14%	26%	15%	29%
<p>La tipología de planos más utilizada por el programa <i>Equipo de investigación</i> es la del plano general, seguido por la del primer plano, el plano detalle y el plano medio. Más lejos encontramos al gran plano general.</p>						

ESCENARIOS			
	% de escenarios exteriores	% de escenarios interiores	% total de escenarios en relación a los demás programas
	62%	38%	52%
<p>Los escenarios que dominan el programa <i>Equipo de investigación</i> son los exteriores.</p>			

DURACIÓN	Media de la duración del programa
	01:00:00h
<p>Los programas de <i>Equipo de investigación</i> suelen durar una media de una hora sin contar las pausas publicitarias.</p>	

ELECCIÓN TEMÁTICA
Programa del 07/11/14 – La trama
Programa del 14/11/14 – El abogado del diablo
Programa del 21/11/14 – Ropa barata
Programa del 23/11/14 – El pequeño Nicolás

FIGURA DEL PRESENTADOR		
ANÁLISIS CUANTITATIVO		
Presencia durante el programa	85%	
ANÁLISIS CUALITATIVO		
Presentador	SÍ	NO
	Único	Múltiples
Mediático	SÍ	NO
<p>La presentadora del programa es Gloria Serra, quien junto con su equipo de investigación se encarga de transmitir la información. Serra durante todo el programa se encarga de hacer de narradora, muchas veces utilizando el recurso de la voz en off y otras apareciendo en imagen. Los demás periodistas se encargan de recopilar la información y de hacer las entrevistas, no se les da importancia, ni se les presenta como a Serra.</p> <p>Aunque la presentadora no salga en imagen todo el rato, siempre está presente con su voz en off. Utiliza este recurso para presentar a los entrevistados o personajes que aparecen, para describir o completar información, para remarcar ciertos aspectos...</p>		

CABECERA	SÍ	NO
TIPO DE CABECERA	Cabecera identificadora	Cabecera sumario
El programa se inicia con la cabecera del programa. Sobre un fondo negro con detalles verdes, aparece el nombre del programa en grande mientras suena una		

melodía de intriga de fondo. La misma melodía que se utiliza durante la cabecera, será utilizada a lo largo de la pieza como recurso sonoro.

MÚSICA

Utilización	Estructurar el contenido	Dotar de dramatismo
-------------	--------------------------	---------------------

Tipología de música	De tensión, de intriga (sin letra)
---------------------	------------------------------------

El programa es **rico en efectos de sonido**. Desde el inicio con la cabecera hasta el final con los créditos se utilizan tipos de música muy similares para transmitir la información. El tipo de música es de intriga, parecido al que se utiliza en las películas o las series de suspense.

La música utiliza es extradiegética, no está directamente vinculada a la acción.

RÓTULOS INFORMATIVOS

Para identificar a las fuentes	SÍ	NO
Para identificar los escenarios	SÍ	NO
Para identificar a los presentadores	SÍ	NO
Adicionales	SÍ	NO

Se utilizan rótulos informativos para identificar a algunas fuentes y a todos los escenarios. No se utilizan para identificar a los demás presentadores del programa, sólo a la principal Gloria Serra.

Cómo rótulos adicionales se utilizan titulares en fondo negro para separar en subunidades el programa. Además, durante todo el programa aparece una mosca en la parte baja izquierda en la que se puede leer equipo de investigación.

EL TONO DE LAS PIEZAS	Denuncia	Informativo	Dramático/sensacionalista
<p>El tono de la todas las piezas del programa Equipo de investigación es de denuncia pero siempre desde un punto de vista sensacionalista.</p> <p>La elección de las fuentes, los efectos de sonido y el tratamiento que se le da a la pieza tiene una mezcla de tono sensacionalista y de denuncia. Como ejemplos de recursos que utilizan para dotar de dramatismo al programa, encontramos fragmentos de vídeos en los que intentan grabar a los implicados y como éstos les responden mal y se niegan a responder. Otros fragmentos en los que graban desde el coche a las personas implicadas en la trama, etc.</p>			

EMOCIONES	Indignar	Informar	Emocionar
<p>La pieza busca indignar a los espectadores al mismo tiempo que entretenerlos y emocionarlos. Se trata de un programa que se intenta desmarcar del ámbito informativo y trata de explicar las historias como si formarían parte de una serie o película.</p>			

SALVADOS

FUENTES					
Duración media de las entrevistas	% de fuentes testimoniales	% de fuentes expertas	% de fuentes institucionales	% de Altos Cargos	% total de fuentes en relación a los demás programas
10 minutos	68%	8%	21%	7%	18%
<p>La tipología de fuentes más utilizada por el programa <i>Salvados</i> son las fuentes testimoniales, seguida de las fuentes institucionales, expertas y por último, Altos Cargos.</p> <p>Las entrevistas con las fuentes suelen durar más de 10 minutos.</p>					

PLANOS						
	% de Gran plano general	% de plano general	% de plano medio	% de primer plano	%de plano detalle	% total de planos en relación a los demás programas
	2%	14%	36%	44%	4%	32%
<p>La tipología de planos más utilizada por el programa <i>Salvados</i> es la del primer plano, seguido por la del plano medio y la del plano detalle. Más lejos encontramos al plano general y al gran plano general.</p> <p>Los primeros planos y los medios, que son los más utilizados cuando se están realizando las entrevistas a las fuentes.</p>						

ESCENARIOS			
	% de escenarios exteriores	% de escenarios interiores	% total de escenarios en relación a los demás programas
	49%	51%	20%
<p>Los escenarios más utilizados por el programa <i>Salvados</i> son los interiores.</p> <p><i>Salvados</i> siempre intenta relacionar directamente el espacio en el que se hace la entrevista con la fuente.</p>			

DURACIÓN	Media de la duración del programa
	55,8 minutos
Los programas de <i>Salvados</i> suelen durar una media de una hora sin contar las pausas publicitarias.	

ELECCIÓN TEMÁTICA
<p>Programa del 02/11/14 – Fraudes en los cursos de formación</p> <p>Programa del 09/11/14 – 9-N la consulta sobre la independencia en Catalunya</p> <p>Programa del 16/11/14 – Movimientos ciudadanos, nueva forma política</p> <p>Programa del 23/11/14 – Oficio político español</p> <p>Programa del 30/11/14 - Mundo laboral español</p> <p>La temática que agrupa los programas de <i>Salvados</i> es la política.</p> <p>El programa se centra en problemáticas políticas españolas pero siempre las compara con las situaciones políticas de otros estados. Situando a España siempre dentro de un contexto internacional.</p>

FIGURA DEL PRESENTADOR		
ANÁLISIS CUANTITATIVO		
Presencia durante el programa	95%	
ANÁLISIS CUALITATIVO		
Presentador	SÍ	NO
	Único	Múltiples
Mediático	SÍ	NO
El presentador de Salvados es Jordi Évole , aparece únicamente él durante todo el programa ejerciendo la figura de periodista y presentador.		

CABECERA	SÍ	NO
TIPO DE CABECERA	Cabecera identificadora	Cabecera sumario
<p>No se utiliza una cabecera propia del programa, se adapta siempre a la temática que va a tratar. Los créditos iniciales aparecen en las imágenes iniciales del programa.</p>		

MÚSICA		
Utilización	Estructurar el contenido	Dotar de dramatismo
Tipología de música	Instrumental (sin letra)	
<p>Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa. Se emplean para estructurar el programa.</p> <p>La música de la que se vale es música instrumental sin letra.</p> <p>Casi toda la música utilizada es extradiégetica, no está vinculada directamente a la acción.</p> <p>El sonido ambiente también juega un papel fundamental para dotar de más realismo a la pieza.</p>		

RÓTULOS INFORMATIVOS		
Para identificar a las fuentes	SÍ	NO
Para identificar los escenarios	SÍ	NO
Para identificar a los presentadores	SÍ	NO
Adicionales	SÍ	NO
<p>Se utilizan numerosos rótulos informativos, tanto para identificar a las fuentes como para situar al espectador geográficamente e informar sobre el presentador. También se utilizan para remarcar cifras y datos.</p> <p>Durante partes del programa aparece en el margen izquierdo superior de la imagen un rótulo con el hastag del twitter y el nombre del episodio.</p>		

EL TONO DE LAS PIEZAS	Denuncia	Informativo	Dramático/sensacionalista
<p>El tono de la todas las piezas del programa Salvados es de denuncia, se pretende criticar y examinar la vida de las personas que se dedican a la política, al igual que casos corruptos o reformas que no han servido de nada.</p>			

EMOCIONES	Indignar	Informar	Emocionar
<p>Las piezas buscan indignar e informar a la ciudadanía de la vida política de muchas figuras de España, al mismo tiempo que de políticas y reformas que fallan, etc.</p>			

4.2 Comparación de resultados

En este apartado a través de soportes visuales se comparan los resultados de los tres programas de investigación analizados y se amplían las observaciones anteriormente citadas. Gracias a la comparación de resultados entenderemos que recursos tienen más éxito con la audiencia y elaboraremos las conclusiones finales.

Fuentes

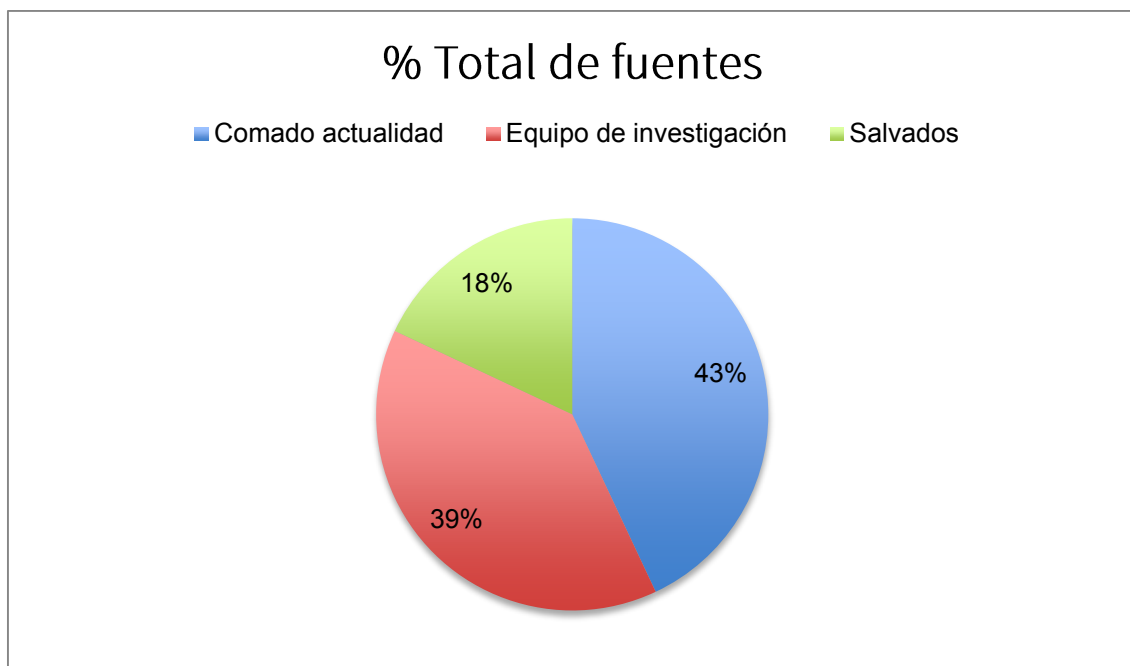


Gráfico 1: Porcentajes totales de fuentes empleadas por los programas durante el mes de análisis. De elaboración propia. La gráfica ha sido realizada sumando las fuentes totales de todos los programas (100%) y después calculando los porcentajes que representa cada programa a partir de ese total general.

El programa analizado que utiliza más fuentes para su elaboración es *Comando Actualidad*, situándose el primero con un porcentaje total de fuentes del 43%. La segunda posición es para *Equipo de investigación*, con un porcentaje total de fuentes del 39%. Por último, encontramos en tercera posición al programa *Salvados* quién tiene un porcentaje total de fuentes del 18%.

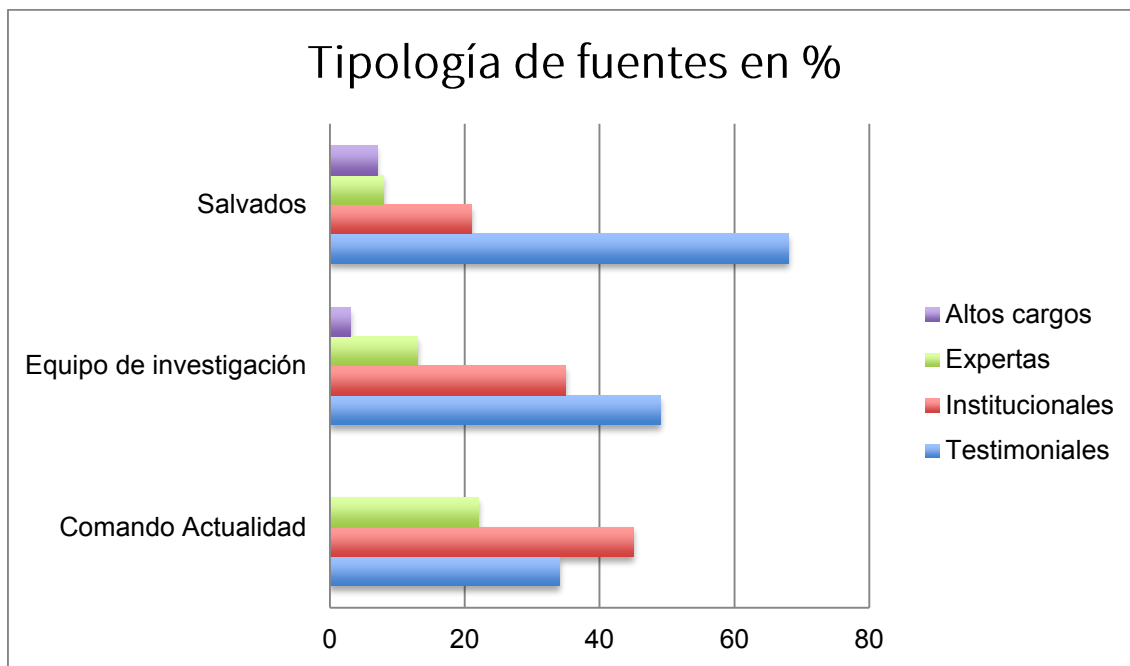


Gráfico 2: Distribución según la tipología de las fuentes empleadas por los tres programas analizados. Expresado en porcentajes. De elaboración propia.

Por lo que respecta a la tipología de fuentes más utilizada, para *Salvados* (68%) y para *Equipo de investigación* (49%) las fuentes testimoniales son las más repetidas durante sus programas. Para *Comando Actualidad* también representan un alto porcentaje (34%), pero son superadas por las fuentes institucionales (45%).

Las fuentes institucionales son la segunda tipología más empleada para *Salvados* (21%) y *Equipo de investigación* (35%).

Las fuentes expertas ocupan el tercer lugar; tanto para *Salvados* (8%), como para *Equipo de investigación* (12%), como para *Comando Actualidad* (22%).

Los altos cargos son las fuentes menos utilizadas por parte de los programas; *Comando Actualidad* no utiliza en ninguno de sus programas esta tipología de fuentes (0%), para *Equipo de investigación* suponen un 3% y para *Salvados* un 7%.

Media de duración de las entrevistas	
Comando Actualidad	5 minutos
Equipo de Investigación	1 minuto
Salvados	10 minutos

Tabla 4: Media de duración de las entrevistas de los tres programas analizados. De elaboración propia.

El programa que apuesta por entrevistas de una duración mayor es *Salvados*, en el que las entrevistas duran una media de 10 minutos. *Comando Actualidad* apuesta por entrevistas más cortas, con una media de 5 minutos. Por último, *Equipo de investigación* es el que opta por hacer las entrevistas más breves, con una media de 1 minuto.

Planos

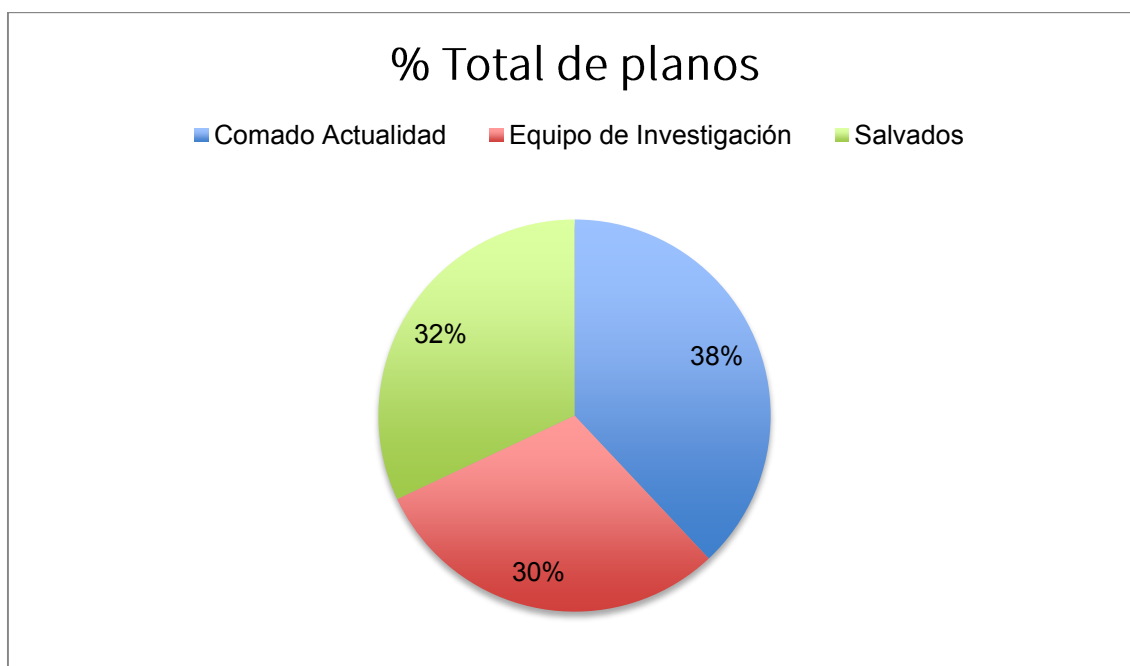


Gráfico 3: Porcentajes totales de los planos utilizados por los programas analizados durante el mes de análisis. De elaboración propia. Para realizar esta gráfica se ha sumado el número total de planos de los tres programas (100%) y después se ha calculado el porcentaje que suponía el total de planos utilizado por cada programa respecto al total.

De nuevo el programa que se sitúa a la cabeza es *Comando Actualidad*. En este caso, por su utilización de planos. Se trata del programa con un porcentaje total de planos más alto (38%) seguido por *Salvados* (32%) y, por último, por *Equipo de investigación* (30%).

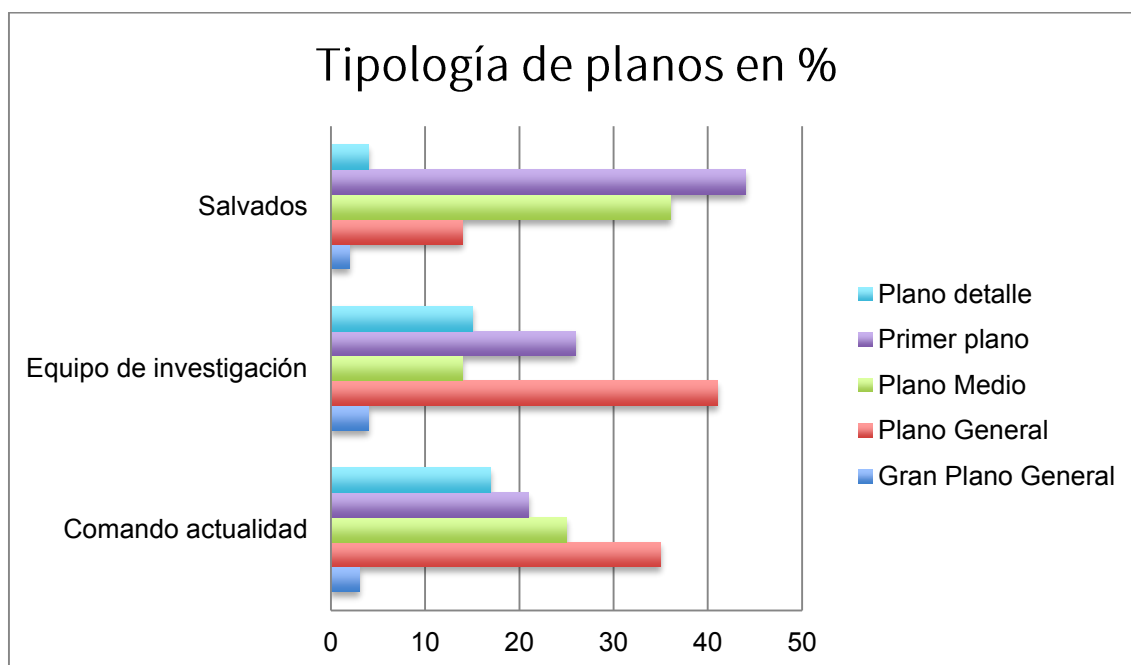


Gráfico 4: Distribución según la tipología de planos empleados por los tres programas analizados. Expresado en porcentajes. De elaboración propia.

En cuanto a las tipologías más empleadas, hay diferencias muy marcadas entre los tres programas. Para *Comando actualidad* el Plano general, es el plano estrella (35%) al igual que para *Equipo de investigación* (42%). Por otro lado, para *Salvados* el primer plano es el más recurrente (44%).

El segundo plano más utilizado por parte de *Salvados* es el plano medio (36%), al igual que para *Comando Actualidad* (25%). En cambio, para *Equipo de investigación*, el segundo puesto es para el primer plano (26%).

En tercer lugar, encontramos el plano general para *Salvados* con un porcentaje del 14%, el plano detalle para *Equipo de investigación* con un porcentaje del 15% y el primer plano para *Comando actualidad* con un porcentaje del 21%.

El cuarto plano más utilizado para el programa *Salvados* es el plano detalle con un 4%, al igual que para *Comando Actualidad* (17%). Por el contrario, para

Equipo de investigación es cuarto plano más utilizado es el plano medio con un 14%.

Por último, los tres programas coinciden en el plano que menos utilizan. Éste es el Gran plano general, el cual representa un 2% para *Salvados*, un 4% para *Equipo de investigación* y un 3% para *Comando Actualidad*.

Escenarios

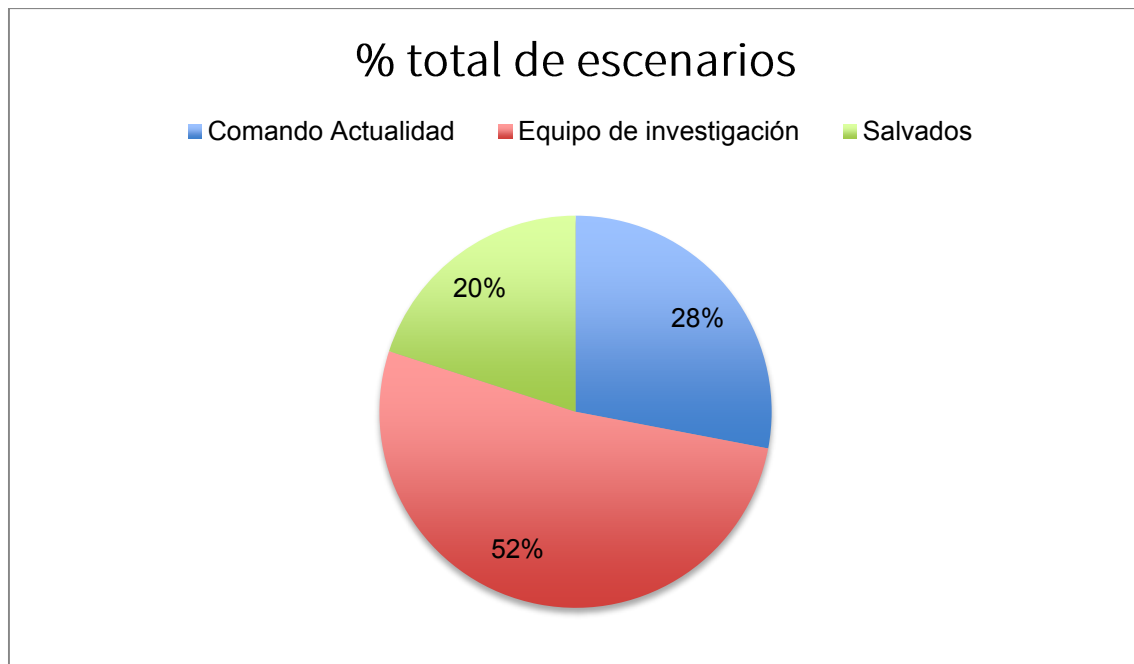


Gráfico 5: Porcentajes totales del número de escenarios empleados por los programas durante el mes de análisis. De elaboración propia. Para realizar la gráfica se han sumado el total de escenarios contando los de los 3 programas (100%) y, a partir de ese total, se han calculado los porcentajes que suponían el total de escenarios empleado por cada programa por separado.

El programa que utiliza un número más elevado de escenarios para conformar su producto es *Equipo de investigación* con un porcentaje total de escenarios del 52%. Bastante más alejado, encontramos a *Comando Actualidad* con un porcentaje total de planos del 28% y, por último, a *Salvados* con un porcentaje total de planos del 20%.

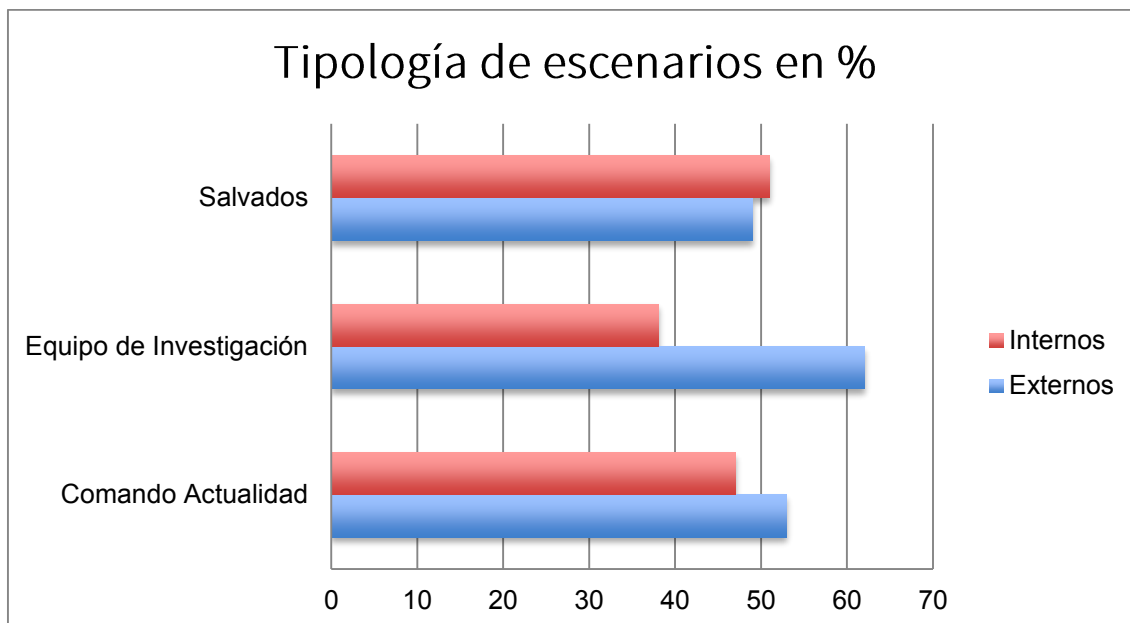


Gráfico 6: Distribución según la tipología de escenarios empleados por los tres programas analizados. Expresado en porcentajes. De elaboración propia.

La tipología de planos más utilizada tanto para *Equipo de investigación* como para *Comando Actualidad* son los planos externos. En concreto, Equipo de investigación con un 62% y Comando Actualidad con un 53%. Por otro lado, *Salvados* utiliza más los escenarios externos con un 51%.

Duración

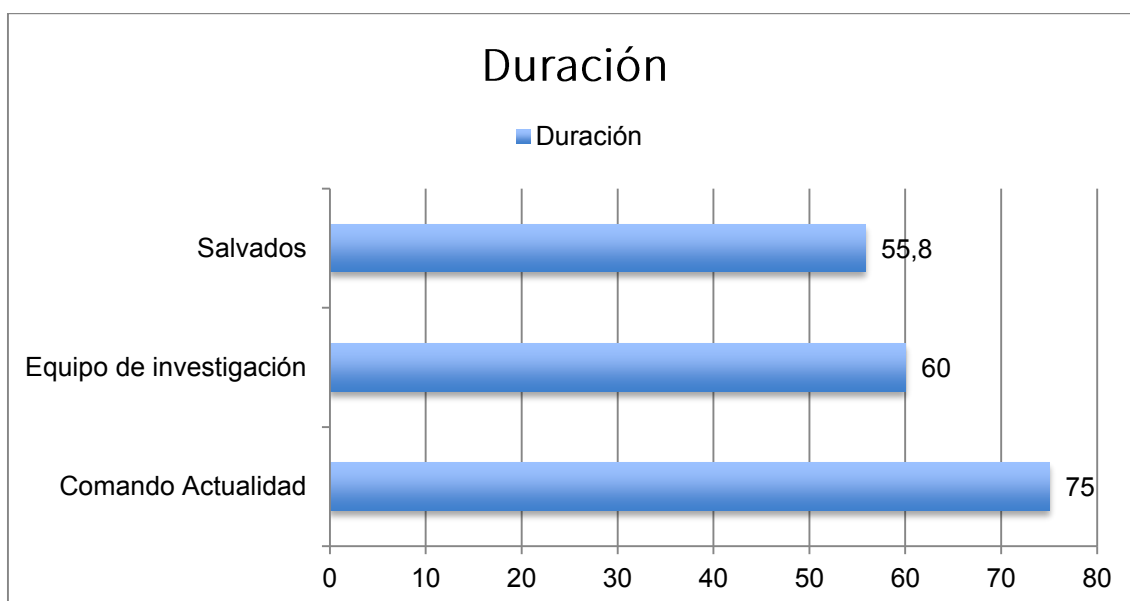


Gráfico 7: Media de la duración total de los programas analizados contabilizada en minutos. De elaboración propia.

La duración de los programas analizados es muy similar: *Comando Actualidad* es el programa con una media de duración más alta (01:15:00h), teniendo programas de hasta 01:30:00h. En segundo lugar encontramos a *Equipo de investigación* quien tiene una media de (01:00:00h), el programa que más ha sobrepasado esa hora, fue uno de 01:07:00h. En tercer lugar, encontramos a *Salvados*, con una media de 00:55:07 minutos, casi una hora de duración. El programa de *Salvados* que se ha excedido más ha sido de 00:57:00 minutos.

Figura del presentador

Presencia del presentador durante el programa en %



Gráfica 8: Presencia del presentador durante el programa. Expresado en porcentajes. De elaboración propia.

Este es uno de los aspectos en el que más difieren los programas analizados. Mientras en *Salvados* encontramos una figura única de presentador y periodista, Jordi Évole, quién aparece en todo momento en pantalla (en concreto, el 94% de tiempo del programa y un 1% mediante el recurso de voz en off) y realiza tanto las labores de presentador como de entrevistador.

En *Equipo de investigación* se apuesta por una figura central de presentadora, con Gloria Serra, pero ésta sólo tiene el papel de narradora, no es quien realiza las entrevistas. Para las entrevistas aparecen otros periodistas de su equipo a los cuales no se les presenta ni se les identifica durante el programa. Igualmente, aunque Gloria Serra no se encargue de las entrevistas, su protagonismo es muy elevado, en concreto del 85% (apareciendo un 15% en pantalla y utilizando el recurso de la voz en off un 70% del programa).

Por último, en *Comando Actualidad* no hay una figura central de presentador, se opta por presentadores múltiples que son los encargados de exponer las temáticas y entrevistar a las fuentes. Se suelen utilizar 3 o 4 periodistas para cada pieza y su protagonismo es del 30% en pantalla y 10% de voz en off (para cada uno) en relación a la duración del programa.

El grado de conocimiento del público hacia los presentadores es claro: Jordi Évole es el presentador más mediático y Gloria Serra ocupa el segundo lugar. Los presentadores de *Comando Actualidad* no son muy reconocidos por la audiencia¹⁰.

Elección temática

De los tres programas analizados el único que sigue una temática parecida a lo largo de sus programas es *Salvados*. Esa temática escogida es la política, la cual se aborda desde una perspectiva crítica y reivindicativa.

Tanto *Equipo de Investigación* como *Comando actualidad* no siguen una línea temática definida. Ambos escogen temáticas de actualidad y de interés general para ocupar sus programas. Aun así, cabe diferenciar que las temáticas de *Equipo de investigación* tienen un estilo y punto de vista mucho más críticas que las de *Comando Actualidad*. En el análisis mensual de *Comando Actualidad*, sólo 1 programa de los 4 analizados, trató una temática interesante desde el punto de vista del periodismo de investigación (“Los excesos boom inmobiliario”). En cambio, en el análisis mensual de *Equipo de investigación*, los 4 programas trataron sobre temáticas de denuncia: “la trama de las viviendas ilegales”, “El abogado del diablo”, “ropa barata” y “el pequeño Nicolás”.

Cabecera

El programa que presenta una cabecera mejor definida es *Equipo de investigación*, quien apuesta por un tipo de cabecera identificadora (con música, logotipo y colores definidos). Durante todos los programas utilizan la misma cabecera, no varía nunca aunque la temática del programa si lo haga.

¹⁰ En el apartado 7.2 de anexos se puede visualizar una tabla con el número de seguidores en redes sociales por parte de cada programa y presentador.

En cambio, *Comando Actualidad* siempre comienza el programa con una cabecera sumario en la que se ve un resumen de las imágenes más destacadas de ese episodio y por último el nombre del programa.

Más alejado aún encontramos a *Salvados*, programa que no utiliza una cabecera definida, ésta varía totalmente durante cada programa, ya que siempre se adapta a las imágenes iniciales del episodio.

Música

MÚSICA		
	Utilización	Tipología
Comando Actualidad	Estructurar contenido	Comercial (música pop – con letra)
Equipo de Investigación	Dotar de dramatismo	Tensión, intriga (sin letra)
Salvados	Estructurar contenido	Instrumental (sin letra)

Tabla 5: Tipo de uso y tipología de música de la que se valen los programas analizados. De elaboración propia.

En la utilización del recurso sonoro de la música encontramos dos grupos diferenciados, aquellos programas que la utilizan para estructurar el contenido de la pieza, es decir, para separar entrevistas o casos que forman el episodio y otros que lo utilizan como mecanismo para dotar de más dramatismo a la pieza. *Comando Actualidad* y *Salvados* son los que utilizan a la música como elemento estructurador. *Equipo de investigación*, sin embargo, lo utiliza como recurso para dar más dramatismo y un estilo más sensacionalista a la pieza.

El tipo de música del que se vale éste último programa, es música de tensión o intriga, parecida a la que se utiliza en las películas o series de suspense.

La tipología de música que utiliza *Salvados* es instrumental, sin letra, y *Comando actualidad* se decanta por música comercial, la mayoría pop tanto español como inglés.

Rótulos informativos

RÓTULOS INFORMATIVOS				
Para identificar a...	Fuentes	Escenarios	Presentadores	Adicionales
Comando Actualidad				
Equipo de investigación				
Salvados				

Tabla 6: Utilización de rótulos informativos por parte de cada programa analizado. De elaboración propia.

El programa que más apuesta por la utilización de rótulos informativos es *Salvados*: tanto fuentes, como escenarios y presentador siempre van acompañados de su identificación. De hecho, si la entrevista se alarga o se hacen pausas publicitarias se vuelve a insistir con otro rótulo para que el espectador no se pierda e identifique en todo momento el lugar en el que está y las personas que intervienen en la acción. Como rótulos adicionales encontramos *hashtags* de Twitter que utilizan para generar feedback en las redes sociales y también rótulos con informaciones adicionales sobre cifras y otros datos de los temas que se tratan.

Por otro lado, *Comando Actualidad* sólo utiliza rótulos informativos para identificar los escenarios, no para introducir a las fuentes (las fuentes siempre son introducidas mediante voz por los presentadores). En la identificación de los mismos presentadores sólo se utilizan rótulos en el apartado inicial del sumario, después durante el programa no se vuelve a recordar sus nombres. No hacen uso de ningún tipo de rótulo adicional.

En cuanto a la utilización de rótulos por parte de *Equipo de investigación*, sí que emplean rótulos para informar de la localización, pero para las fuentes dependiendo de su tipología no (las fuentes testimoniales no se suelen identificar). De los periodistas que aparecen durante el programa sólo se

identifica a la presentadora central Gloria Serra. Por último, como rótulos adicionales se utilizan titulares sobre fondo negro para separar y estructurar el contenido del programa y una mosca con el nombre del programa que aparece en todo momento en el margen izquierdo.

El tono de las piezas

Es otro de los elementos más característicos de cada programa. A pesar de que el tono informativo lo comparten los 3 programas y en especial *Comando Actualidad*, el tono de denuncia queda relevado para *Salvados* y *Equipo de investigación*. Finalmente, el tono sensacionalista sólo lo utiliza *Equipo de investigación*.

De este modo, encontramos un tono diferenciado para cada programa: *Comando actualidad* el más informativo, *Equipo de investigación* el más sensacionalista y *Salvados* el más reivindicativo.

Emociones

A raíz del tono escogido por parte de cada programa encontramos las emociones que pretenden despertar al espectador. Una vez más, *Comando actualidad* pretende informar a los espectadores, *Equipo de investigación* pretende indignar, emocionar e informar a la audiencia y *Salvados* opta por indignar e informar.



5. Conclusiones

Respuesta al problema y a las preguntas de investigación
Futuras líneas de investigación

5. Conclusiones

En este apartado se pretende responder a los interrogantes planteados en el apartado 2.2 y 2.3 (El problema de investigación y las preguntas de investigación). Primero se darán respuesta a las preguntas de investigación y después se responderá al problema de investigación aceptando o refutando la hipótesis inicialmente planteada:

<-----

¿Qué estrategias comunicativas utilizan los programas de investigación televisivos para transmitir sus productos?

----->

Los programas de investigación televisivos utilizan un abanico de recursos muy amplio para transmitir sus productos, a continuación se recopilan las estrategias más importantes y compartidas por los tres programas analizados:

Para comenzar tenemos la utilización de fuentes y la tipología de las mismas. Todos ellos se valen de fuentes para dar voz a las temáticas que investigan y para apoyar la narración de sus presentadores, utilizando el género de la entrevista como mecanismo para articular su reportaje. En cuanto a la tipología de fuentes empleadas, las más recurrentes son las testimoniales, las cuales dotan de un carácter más humano y cercano a la pieza.

Otra de las estrategias de la que se valen los tres programas para transmitir sus productos es la utilización de diversos tipos de encuadres para mostrar la información de una manera más dinámica. Aunque hay diferencias en la elección de planos por parte de los tres programas (ver en el apartado 4.2 – comparación de resultados), todos optan por utilizar diversos tipos para crear la pieza final. Las tipologías de planos más empleadas son los planos generales, aquellos que describen el lugar de la acción y sitúan al espectador, los planos medios, aquellos que permiten apreciar al espectador con mayor claridad la expresión del personaje y, los primeros planos, aquellos que nos sitúan a una distancia de intimidad con el personaje.

Siguiendo con las estrategias comunicativas, encontramos la relación de los escenarios con la temática de los programas. Los programas analizados siempre intentan adecuar los escenarios en los que se graba con las fuentes y los temas elegidos (ninguno de los programas analizados se graba desde plató). En general, priman los escenarios externos por encima de los internos.

En cuanto a la duración de la pieza, los programas de investigación suelen durar una media de una hora sin contar las pausas publicitarias. Encontramos que es una duración aceptable para un reportaje de investigación televisivo, ya que no es ni demasiado largo como para aburrir a la audiencia, ni demasiado corto para no poder profundizar en la información transmitida.

Si hablamos de la elección temática, los tres programas utilizan temáticas actuales y de interés general para elaborar sus piezas. Un programa de los analizados (Salvados) sí que apuesta por temáticas recogidas en un ámbito específico, la política. Pero los otros dos, Equipo de Investigación y Comando Actualidad utilizan diversidad de temas actuales que no se pueden recoger en un ámbito concreto.

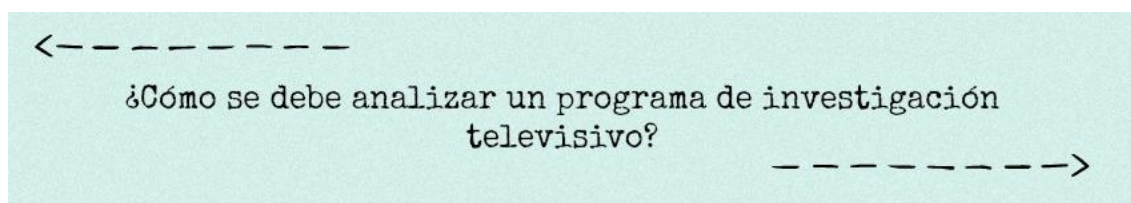
La figura del presentador es otra de las estrategias comunicativas que merece una especial atención. Aunque los tres programas presenten diferencias muy marcadas en la elección de esta figura, consideramos que es una de las claves para el éxito del programa. Tal cómo hemos apuntado a través de citas teóricas en el apartado 3.3.4, la figura del presentador constituye una pieza fundamental del proceso comunicativo en televisión ya que además de transmitir la información desprende credibilidad y personalidad. Los espectadores no sólo ven un programa por la calidad de las fuentes y de las imágenes, un aspecto muy relevante en la decisión final de consumirlo es su simpatía y admiración hacia el presentador.

En el ámbito sonoro, encontramos a la música y al recurso de la voz en off como los más destacados para la producción de programas de investigación. En la utilización de la música hallamos dos tendencias diferenciadas; o bien se usa para estructurar los contenidos de la pieza o bien para dotar de dramatismo a la misma (ver en el apartado 4.2 la comparación de este recurso por parte de los tres programas analizados). Por otro lado, el recurso de la voz en off, es utilizado

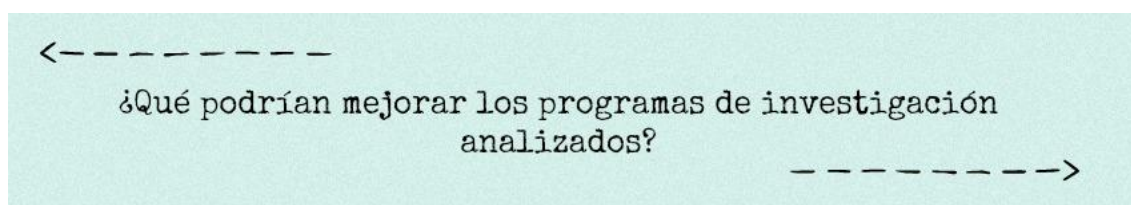
como hilo conductor entre las diferentes entrevistas que articulan el programa y, normalmente, es protagonizado por el presentador del programa.

Por último, el empleo de rótulos informativos también es un recurso a destacar por parte de los programas de investigación analizados. Todos los programas los utilizan con el fin de ubicar al espectador en el lugar acción y para identificar tanto a presentadores como fuentes, es decir, a los partícipes de la pieza. El grado de utilización de este recurso es lo que diferencia a los programas analizados (ver comparación en el apartado 4.2).

En definitiva, todos los programas analizados utilizan estos recursos en base a sus intereses. Tal como hemos visto en el apartado 4.2, hay programas que apuestan por utilizar en mayor o menor medida algún tipo de recurso y es ésta apuesta la que denota la intencionalidad y personalidad de cada programa y su éxito.



Para la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado, he creado una metodología de análisis propia basándome en el visionado de programas de investigación y en su estudio. Por lo tanto, al igual que planteo en el apartado 2.5 el instrumento del cual me he valido para analizar y vaciar la información de los programas examinados, pongo a disposición de terceros estos instrumentos para el análisis de otros programas de investigación televisivos.



A través de mi estudio y análisis de los programas de investigación he elaborado unas recomendaciones diferenciadas para cada programa:

Para el programa *Comando Actualidad*, considero que deberían hacer un uso mucho más exhaustivo del recurso de los rótulos informativos. Considero que es esencial reforzar ciertas informaciones a la audiencia para que ésta no se pierda y, una de ellas, es la identificación de las fuentes. Al igual que utilizan rótulos para informar de la localización, deberían de utilizar rótulos semejantes para presentar a las fuentes que forman parte de su pieza informativa. Además, también sería útil usar rótulos adicionales para remarcar cifras u otros datos importantes que aportan los periodistas y las fuentes.

Para *Equipo de Investigación* recomiendo alargar la duración de las entrevistas con las fuentes. Creo que este programa no exprime a sus fuentes con este recurso, ya que con 1 minuto no es suficiente para que éstas den toda la información que tienen. Durante la visualización de los programas, como analista y consumidora, me quedaba con las ganas de que los periodistas preguntaran más información a las fuentes. Considero que se da mucha más voz a la narración de la presentadora que a las fuentes.

Para el programa *Salvados* pienso que deberían variar más la tipología de planos utilizada. Encuentro que se valen demasiado de los mismos tipos de planos durante las entrevistas; primer plano y plano medio, y eso quita dinamismo y ritmo a la pieza.

Una vez respondidas las preguntas de investigación recupero el problema de investigación plantado en el apartado 2.2 “**¿Por qué *Salvados* es el programa de investigación líder?**” y su hipótesis correspondiente “***Salvados* es el programa de investigación líder por la figura del presentador. Una figura mediática y con una buena reputación, que aporta credibilidad al contenido del programa y repercute en la audiencia del mismo**”.

Con mis conocimientos actuales, después de haber realizado el trabajo, considero que la hipótesis planteada en un inicio se cumple y por eso la acepto, pero creo que se necesita ampliar. Sí que es cierto, que la figura del presentador de *Salvados* es uno de los recursos que más éxito le proporciona al programa, pero el tratamiento de las fuentes y su elección también son recursos que repercuten en la audiencia del mismo.

Salvados es el programa que hace una apuesta más fuerte por el uso de una figura marcada y protagonista del presentador. Como hemos visto anteriormente en el apartado 4.2 (comparación de resultados), Jordi Évole, es el presentador que tiene una presencia más elevada durante el programa (95% en pantalla y 1% mediante voz en off). A diferencia de Equipo de investigación, programa en el cual su presentadora si está bastante presente pero casi siempre mediante el recurso de voz en off 70% y no en pantalla 15%. En un lugar más alejado, encontramos a Comando Actualidad, programa en el que sus presentadores sólo están presentes un 30% del tiempo en pantalla y un 10% con voz en off. De esta manera, podemos ver cómo la diferencia en la utilización de este recurso puede hacer que la audiencia se decante por programas de investigación en los que puedan confiar y simpatizar con la figura de un presentador marcada que dote de personalidad al programa.

Por otro lado, si hablamos del tratamiento de las fuentes que realiza el programa *Salvados*, encontramos que sus entrevistas duran en torno a los 10 minutos, tiempo muy superior al que utilizan los otros dos programas analizados para la interrogación de sus fuentes (*Comando Actualidad* 5 minutos, *Equipo de investigación* 1 minuto). Considero que el tiempo que destina *Salvados* para la duración de las entrevistas es mucho más acorde al periodismo de investigación, en el que se pretende exprimir toda la información que puedan aportar las fuentes.

En este sentido, encontramos que aunque *Comando Actualidad* y *Equipo de Investigación* utilicen un número más elevado de fuentes para la consecución de sus piezas, si las entrevistas con estas fuentes son tan cortas, la audiencia prefiere menos cantidad y más profundidad.

Lo mismo ocurre con la tipología de las fuentes, aunque las más utilizadas por los tres programas sean las testimoniales y las institucionales. *Salvados* es el programa que más “altos cargos” utiliza en la elaboración de sus piezas. De todos los programas analizados de *Salvados* sólo en uno de ellos no aparece un alto cargo. Recordando el apartado 3.3.3 de tipologías de fuentes, sabemos que los altos cargos son la máxima representación de cualquier temática, por lo tanto,

que menos que intentar hablar con estas fuentes para enriquecer el producto informativo que se pretende vender a la audiencia.

En definitiva, la conclusión final que respondería al problema de investigación sobre el que se articula este trabajo es la siguiente:

“Salvados es el programa de investigación líder por la figura del presentador y por la elección y el tratamiento de las fuentes que emplea para constituir sus piezas informativas”.

5.1 Futuras líneas de investigación

Este apartado pretende servir de inspiración para futuros trabajos y análisis de este ámbito.

A través de la realización de este Trabajo de Fin de Grado he podido despejar algunas incógnitas sobre el periodismo de investigación televisivo; las estrategias de las que se vale para transmitir sus productos y el secreto del éxito de uno de los programas más consumidos, pero al mismo tiempo, me ha generado nuevas preguntas, ideas y vías de trabajo, que considero que pueden ser objeto de interés para futuras exploraciones en este campo.

La primera de ellas se relaciona con los programas analizados. En mi caso, con el fin de concretar mi estudio, me centré en los tres programas de investigación que cuentan con más audiencia en la televisión, pero al mismo tiempo dejé fuera otros programas del mismo ámbito. Una buena vía de investigación, podría ser completar este análisis con los demás programas de investigación que actualmente están en emisión y ver diferencias más marcadas entre los que tienen las cuotas de audiencia más altas y los que las tienen más bajas.

Otra buena opción para completar este trabajo de exploración sería relacionar el consumo y las estrategias de los programas de investigación televisivos, con otras tipologías de programas informativos con éxito. De este modo, se podría vislumbrar si el periodismo de investigación domina los programas informativos o por el contrario, otras especialidades lo superan. Al mismo tiempo también se analizarían que estrategias comunicativas comparten y en cuales difieren.

Por último, también considero interesante completar este trabajo desde el punto de vista del consumidor, con la información recopilada en este análisis, se podrían crear encuestas a consumidores para valorar que recursos les agradan más y cuales menos, además de recomendaciones personales de los consumidores para mejorar los programas.



6. Bibliografía

Bibliografía
Webgrafía

6. Bibliografía

Barroso García, Jaime. *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Editorial Instituto Oficial de Radio y Televisión de la Radiotelevisión Española. Año de publicación 1992.

Burgh, Hugo. *Investigative journalism: context and practise*. Año de publicación 2000. Editorial Routledge.

Caminos Marcet, José María. *Periodismo de investigación: teoría y práctica*. Año de publicación 1997. Editorial Síntesis.

Casetti, Francesco. *Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Editorial Paidós. Año de publicación 1999.

Cebrián Herreros, Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Editorial Síntesis.

Chicote, Javier. *El periodismo de investigación en España: causas y efectos de su marginación*. Año de publicación 2006. Editorial Fragua.

Echevarría Llombart, Begoña. *El reportaje periodístico: una radiografía de la realidad*. Año de publicación 2011. Editorial Comunicación social.

Fernández Barrero, M^a Ángeles y López Hidalgo, Antonio. *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad*. Año de publicación 2013. Editorial Comunicación Social.

Fernández Díez, Federico y Martínez Abadía, José. *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Año de publicación 1999. Editorial Espasa Libros.

Gutiérrez Espada, Luis. *La función social de la imagen audiovisual*. Editorial Universidad Complutense de Madrid. Año de publicación 1991.

Gutiérrez San Miguel, Begoña. *Teoría de la narración audiovisual*. Editorial Cátedra. Año de publicación 2006.

Hunter, Lee. *La investigación a partir de historias: manual para periodistas de investigación*. Año de Publicación 2003. Publicado por la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Granada, Belén. *Los nuevos formatos de entretenimiento: Salvados*. Año de publicación 2012. Trabajo de fin de grado.

Lauleza Bosh, Ferran. *Periodismo de investigación: marco teórico y metodológico para el análisis de la modalidad*. Año de publicación 2003. Tesis doctoral.

Martínez Pandiani, Gustavo. *Periodismo de investigación: fuentes, técnicas e informes*. Año de publicación 2004. Editorial: Ugerman.

Meyer, Philip. *Periodismo de precisión: nuevas fronteras para la investigación periodística*. Año de publicación 1993. Editorial Bosch.

Pena Rodríguez, Alberto. *Estudios de periodística VI: número monográfico dedicado al periodismo de investigación*. Año de publicación 1998. Impreso por la diputación provincial de Pontevedra. Sociedad española de periodística.

Peña Timón, Vicente. *El programa narrativo en el relato audiovisual*. Editorial Servicio de Publicaciones e Intercambio científico de la Universidad de Málaga. Año de publicación 1998.

Quesada, Montserrat. *Periodismo de investigación o el derecho a denunciar*. Editorial Cims. Año de publicación 1997.

Reig, Ramón. *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo: realidades, deseos y falacias*. Editorial Ediciones Libertarias. Año de publicación 2000.

Reyes, Gerardo. *Periodismo de investigación*. Año de publicación 2006. Editorial Trillas.

Román, Alejandro. *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*. Editorial Visión Libros. Año de publicación 2008.

Santiestaban Amat, Miguel. *El código de lo permitido en los soportes audiovisuales tradicionales y las nuevas tecnologías audiovisuales de la comunicación*. Año de publicación 2011. (Libro de acceso gratuito online)

Secanella, Petra. *Periodismo de investigación*. Año de publicación 1986. Editorial Tecnos.

Siety, Emmanuel. *El plano, en el origen del cine*. Año de publicación 2004. Editorial Paidós.

Torán, Enrique. *Tecnología audiovisual: Parámetros audiovisuales*. Editorial Comunicación Audiovisual. Año de publicación 1998.

Zunzunegui Díez, Santos. *Mirar la imagen*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco. Año de publicación 1984.

6.1 Webgrafía

Frutos, Juan Tomás. *El lenguaje en televisión, una unión de intereses y fines*. Campus digital de la Universidad de Murcia. Consultada su versión online el 7 de mayo del 2015, desde: <https://www.um.es/campusdigital/Cultural/lenguaje%20TVE.htm>

Instituto Nacional de estadística. *Información más atractiva*. Consultada su versión online el 10 de mayo del 2015, desde: http://www.ine.es/explica/docs/pasos_estadistica_atractiva.pdf

La Sexta: Salvados (2015). Atres media player. Consultada su versión online el 5 de diciembre, desde: <http://www.lasexta.com/programas/salvados/>

La Sexta: Equipo de investigación (2015). Atres media player. Consultada su versión online el 5 de diciembre, desde: <http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/>

Naciones Unidas: Comisión Económica para Europa. *Cómo hacer comprensibles los datos: Una guía para la comunicación con los medios*. Año de publicación 2011. Consultada su versión online el 4 de abril del 2015,

desde: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/writing/MDM3_SPANISH_version.pdf

Naciones Unidas: Comisión Económica para Europa. *Cómo hacer comprensible los datos: Una guía para escribir sobre números*. Año de publicación 2009. Consultada su versión online el 1 de mayo del 2015, desde: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/writing/MDM_Part1_Spanish.pdf

Naciones Unidas: Comisión Económica para Europa. *Cómo hacer comprensibles los datos: Una guía para presentar estadísticas*. Año de publicación 2009. Consultada su versión online el 2 de mayo del 2015, desde: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/writing/MDM_Part2_Spanish.pdf

Real Academia Española: Diccionario. Consultada su versión online el 2 de febrero de 2015, desde: <http://lema.rae.es>

Salgado Losada, Alejandro. *The credibility of the news anchorman. Definition and qualities*. Año de publicación 2007. *Communication & Society* 20(1), 145-180. Consultada su versión online el 12 de enero del 2015, desde: http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=53

Televisión Española: Comando Actualidad (2015). Vídeos a la carta. Consultada su versión online el 5 de diciembre, desde: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/comando-actualidad/>

Torrico, Erick R. *El sensacionalismo: algunos elementos para su comprensión y análisis*. Sala de Prensa: Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos. Año de publicación 2002. Consultado el día 7 de mayo del 2015, desde: <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>



7. Anexos

Análisis detallado
Seguidores en redes sociales de los programas

7.1 Análisis detallado

· COMANDO ACTUALIDAD

Programa 05/11/14 – “Ruinas a estrenar”

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
16	1	15	0	32

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
37	125	74	45	26	307

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
16	5	21

Duración total del programa
1:10:16 minutos

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 24 fuentes, de las cuales 16 de ellas son testimoniales, 15 institucionales y 1 experta.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los habitantes y damnificados por el boom inmobiliario.</p> <p>La fuentes institucionales, se dividen entre públicas de las cuáles aparecen 9 y privadas de las cuáles aparecen 6.</p>

	La fente experta es el abogado Eduardo Lubre de Viedragas.
Elección temática	El programa trata sobre las obras inacabadas . El boom inmobiliario ha dejado muchas ruinas a estrenar y sus afectados son tanto ciudadanos, como instituciones públicas que no saben cómo salir de las deudas.
Figura del presentador	Aparecen tres presentadores distintos durante todo el programa . Dependiendo de la zona geográfica que explican se van cambiando los presentadores. La figura del presentador no es muy marcada , únicamente recopila la información y sitúa a través de breves introducciones al espectador en cada caso concreto.
Cabecera	El programa se inicia con un sumario formado por un conjunto de los fragmentos más significativos del programa. Se utiliza como técnica para captar al espectador y avanzarle lo que podrá ver si se queda a visualizar el programa. Después aparece una cabecera muy reducida del programa a través de música y el nombre "Comando Actualidad".
Planos	<p>El número total de planos del programa son 307 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los planos generales (125) y los planos medios (75), ya que durante todo el programa cuando se realizan las entrevistas, se da más importancia al entorno, en el caso especial del programa a las obras inacabadas que a las imágenes de los entrevistados. Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el primer plano (45), el gran plano general (37) y el plano detalle (26).</p> <p>El alto número de planos es debido al constante cambio de imágenes y de planos. Se busca dar un ritmo muy dinámico y acelerado a la pieza.</p>
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 21, predominando los exteriores (16) por encima de los interiores (5). Debido a la temática del programa aparecen muchas obras en descampados y al aire libre sin terminar.

Música y efectos de sonido	Los efectos musicales se utilizan cuando el programa se desplaza geográficamente o cuando aparece la cabecera del programa. Son escasos.
Tono de la pieza	Tono informativo y de denuncia. La recopilación de los casos y de las diferentes fuentes busca informar sobre la gravedad de la burbuja inmobiliaria al mismo tiempo que denunciar los abusos que se realizaron. Pero prima el tono informativo sobre el de denuncia, porque los presentadores realizan entrevistas más neutrales, sin preguntas críticas.
Emociones	La pieza busca sorprender e informar al espectador de la gravedad de la burbuja inmobiliaria. A medida que vas visionando la pieza y te vas dando cuenta de la cantidad de obras que se tiraron adelante por la euforia inmobiliaria sin pensar en los altos costes te das cuenta de que el colapso financiero fue sin duda creado por el despilfarro público y el desconocimiento ciudadano de las consecuencias.

Resumen del programa
<p>El programa se inicia con un Gran Plano General y la voz de uno de los presentadores describiéndolo. Aparece el letrero del programa, sin música de fondo. Seguidamente otra presentadora empieza a introducir el tema del programa. Se trata de un inicio en formato sumario (conjunto de breves fragmentos del programa, los más significativos) para introducir al espectador en la temática del programa.</p> <p>Después del sumario aparece una breve cabecera de “Comando Actualidad” en la que se ve el título más una música de fondo.</p> <p>Subido a un coche, uno de los presentadores, mientras conduce introduce el caso de Murcia y las obras. Se utiliza el recurso del coche más un rótulo orientativo para situar al espectador en el lugar de los hechos. En este caso, Murcia, el corazón de la quiebra inmobiliaria.</p> <p>Seguidamente en un descampado lleno de obras a medio hacer el presentador realiza una entrevista a Luís, abogado representante de los damnificados por la crisis de Murcia. Al mismo tiempo que se está realizando la entrevista se ven muchas imágenes de las obras, se da más importancia a éstas imágenes que no a la del entrevistado hablando.</p>

Después el mismo presentador hace una entrevista a Paco, un testimonio afectado. La entrevista se hace en movimiento y al igual que en la anterior, se da más importancia a las imágenes del entorno que a las del entrevistado.

Cambiando de escenario, pero no de Comunidad Autónoma, el mismo presentador hace una entrevista a Antonio Martínez, promotor inmobiliario, mientras toman un café. Ésta entrevista no es en movimiento.

Al acabar la entrevista, de nuevo se recurre a las imágenes del coche y la autopista para movilizarse hacia otra zona de Murcia, donde se explica otro caso inmobiliario que ha fracasado.

El mismo presentador entrevista a Juan, un constructor. La entrevista se realiza caminando, siempre en movimiento.

Seguidamente aparece Felipe, técnico de urbanismo a quién de la misma forma que a los anteriores, se le realiza una entrevista.

Josefina, promotora de la urbanización, también aparece dando información en forma de entrevista y de la misma manera que las anteriores fuentes.

A través de música e imágenes de la ciudad de Jaén, se traslada hasta allí al espectador. Seguidamente aparece otro presentador, quién explica mientras camina el caso inmobiliario de esta ciudad.

A través de tres testimonios habitantes de Jaén y de un pueblo cercano a la obra inacabada del parque acuático, se hace una introducción del caso de Jaén.

En el mismo escenario, el segundo presentador realiza una entrevista a María del Mar, política de Jaén y miembro del partido que llevo a cabo las obras del parque acuático.

Cambiamos de escenario con una imagen de la calle y un plano detalle al cartel del ayuntamiento de Jaén para situar al espectador. Seguidamente el segundo presentador hace una entrevista a Miguel Torredas, concejal de hacienda.

Al salir del ayuntamiento, el segundo presentador recoge las declaraciones de una habitante de Jaén, para concluir con su opinión el caso.

Nos trasladamos a Madrid a través de imágenes de la capital más un rótulo orientativo para situar al espectador. Aparece otra presentadora quién ya dentro de un autobús habla con el guía. Se trata de un tour por las ruinas modernas, obras inacabadas de la capital.

Mientras hacen el tour, la periodista aprovecha para entrevistar a Jorge, un concejal del ayuntamiento de Madrid.

Cuando acaba la entrevista, sigue el tour. Se van haciendo paradas en cada obra inacabada.

La tercera presentadora hace una entrevista a “Nación rotonda”, un grupo de arquitectos e informáticos quienes denuncian las obras inacabadas de toda España

a través de un blog. Se trata de una entrevista colectiva, realizada a la vez a los tres miembros mientras caminan.

Imágenes de un hospital en ruinas. Entrevista a Juan Carlos, portavoz del PSOE y Sanitario, mientras visitan la obra.

Más tarde, la periodista se traslada hasta el despacho de Eduardo Lubre de Viedragas, abogado del ayuntamiento.

Vuelven la música y las imágenes para trasladar al espectador hasta Valladolid, se utilizan también rótulos informativos. Aparece de nuevo el primer presentador introduciendo el caso de Valladolid mientras camina.

Se utilizan las declaraciones testimoniales de un vecino de la población donde se encuentra una obra parada. Se trata de la construcción de una pista artificial de esquí.

Seguidamente entrevista a Javier, ecologista en contra de la obra inacabada y entrevista a otros vecinos. Entre ellos un vecino afectado por la obra, su sobrino murió durante las obras por un derrumbamiento.

Más tarde. Entrevista a Alfonso, impulsor del proyecto y vicepresidente de la diputación de Valladolid, también caminando.

Vuelta a Madrid, a través de imágenes más rótulos. Aparece el segundo presentador. Entrevista breve a dos habitantes y testimonios sobre la obra inacabada de transporte público, renfe. En especial, entrevista a Tomás, un habitante que sufre cada día el no tener acabada esa obra ya que tiene que ir en coche hasta la capital. La entrevista se realiza dentro del coche de camino al trabajo.

Más tarde, entrevista a María Paz Braule, concejal de urbanismo del ayuntamiento de Naval Carrero. La entrevista también se realiza en movimiento, en escenario exterior.

Entrevista a Ana García, juez jurado de los casos de Naval Carrero. Entrevista en movimiento por las instalaciones judiciales del municipio.

Seguidamente entrevista a Javier, quién deducimos que es otro juez, porque no se da la información de quién es. Ni de forma hablada ni mediante ningún rótulo. **(Durante toda la pieza los rótulos quedan relegados únicamente para situar geográficamente al espectador, nunca informan sobre la identidad de los entrevistados. Crea confusión al espectador, quién no conoce el nombre completo del entrevistado y quién si no presta atención se puede perder en la narración del reportaje).**

Se hace otro cambio de presentador, en este caso aparece la tercera presentadora de nuevo. Ella realiza una entrevista a José maría, fundador de vecinos afectados. La entrevista se realiza en movimiento como casi todas las demás. Se van uniendo a la entrevista otros vecinos afectados quienes explican a través de su testimonio como les afecta el problema de las obras inacabadas.

Música final más créditos finales después de un gran plano general dónde se ve toda una urbanización a medio hacer.

A destacar...

*Casi todas las entrevistas se hacen en movimiento, con el entrevistado y el presentador caminando. Se utiliza este recurso para dar más dinamismo a la pieza. También a través del constante cambio de planos y de imágenes se busca dar un ritmo acelerado a la pieza. Se da más importancia al espacio, a los escenarios, que a las imágenes de las personas entrevistadas.

Programa 12/11/14 – “¿Esto cómo se come?”**FUENTES**

Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
18	0	14	0	32

PLANOS

Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
0	123	100	88	90	401

ESCENARIOS

Exteriores	Interiores	Total
8	14	22

Duración total del programa

1:08:54 minutos

ANÁLISIS CUALITATIVO

Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 32 fuentes, de las cuales 18 de ellas son testimoniales y 14 institucionales. Ninguna de ellas es experta o alto cargo.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los consumidores de los productos y alimentos que muestran durante el programa</p> <p>La fuentes institucionales son todas privadas, y se trata de los empresarios, comerciantes o cocineros de productos alimenticios “extraños”.</p>
Elección temática	<p>El programa trata sobre comidas extrañas, fuera de lo común. Se centra bastante en la casquería, que son los despojos de los animales (vísceras, morro, orejas, lengua...).</p> <p>El tema de este episodio no me parece un tema de periodismo de investigación, ya que no se está desvelando ninguna información que se pretenda ocultar a la opinión pública, simplemente se está informando sobre gustos culinarios fuera de lo normal.</p>
Figura del presentador	<p>Aparecen tres presentadores distintos durante todo el programa. Dependiendo de la zona geográfica que explican se van cambiando los presentadores. La figura del presentador no es muy marcada, únicamente recopila la información y sitúa a través de breves introducciones al espectador en cada caso concreto. Los nombres de los presentadores sólo se ven durante el sumario a través de rótulos informativos.</p>
Cabecera	<p>El programa se inicia con un sumario formado por un conjunto de los fragmentos más significativos del programa. Se utiliza como técnica para captar al espectador y avanzarle lo que podrá ver si se queda a visualizar el programa. Después aparece una cabecera muy reducida del programa, encima de las imágenes del mismo episodio y utilizando el nombre “Comando Actualidad”.</p>
Planos	<p>El número total de planos del programa son 401 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los planos generales (123) y</p>

	<p>los planos medios (100). Aún así le siguen muy de cerca los planos detalles (90) y los primeros planos (88). Debido a la temática del programa, se utilizan mucho estos dos últimos planos para mostrar de cerca de la audiencia los alimentos y los platos.</p> <p>Durante todo el programa no aparece ningún gran plano general.</p> <p>El alto número de planos es debido al constante cambio de imágenes y de planos. Se busca dar un ritmo muy dinámico y acelerado a la pieza.</p>
Escenarios	<p>El total de escenarios que aparecen en el programa son 22, predominando los interiores (14) por encima de los exteriores (8). Debido a la temática del programa la grabación ha sido realizada mayormente dentro de los restaurantes y de las empresas alimenticias.</p>
Música y efectos de sonido	<p>Son muy escasos. No aparece ninguna música durante todo el programa, sólo alguna ráfaga.</p>
Tono de la pieza	<p>Tono informativo. La pieza es una recopilación de fuentes testimoniales e institucionales que a través de su experiencia muestran platos y alimentos de los cuales su ingesta no es muy común. No tratan de denunciar ningún tipo de mala práctica, sólo de informar de los gustos alimenticios y de las empresas que proporcionan esos alimentos en España.</p>
Emociones	<p>La pieza busca sorprender e informar al espectador de los diferentes gustos y alimentos que existen. Pretende mostrar platos culinarios novedosos y otros tradicionales, que se salen de nuestra dieta diaria.</p>

Resumen del programa

Empieza con sumario de las imágenes más impactantes que después se verán al completo durante el programa.

No hay cabecera del programa, únicamente aparece el nombre del programa encima de imágenes del episodio.

Silvia Sánchez, periodista anteriormente presentada a través de un rótulo informativo en el sumario entrevista a un trabajador de “casquería” en su lugar de trabajo. El trabajador le enseña diferentes alimentos que vende, como lenguas de vaca, estómagos de cerdo...

La periodista casi no aparece en imagen, se muestra la mayoría de tiempo al trabajador y a los alimentos que este enseña.

Aparece Silvia, paseando por la calle y dando datos sobre la Asociación de Casquería. Se dirige a un Mercado municipal en el que entra.

Habla con una persona que está comprando callos y después entra a la parada del comerciante que vende casquería. Sabemos que se llama Enrique el comerciante porque la periodista dice su nombre pero no se pone ningún rótulo para informar de su nombre completo. Mientras le está realizando una entrevista al comerciante aparece una clienta, la periodista sale de la parada para preguntar a la clienta que va a comprar y porque lo consume.

Aparece otro cliente y la periodista habla con éste también.

La misma periodista, Silvia, se dirige a un restaurante y entra. Seguidamente aparece en la cocina hablando con el cocinero. Después de hablar con el cocinero sobre los platos que prepara con casquería salen imágenes de gente comiendo en el restaurante. La periodista pregunta a la gente que come casquería que porqué le gusta.

Aparecen imágenes de platos con bichos y un rótulo pequeño que nos informa que estamos en Valladolid. Otro periodista habla con un hombre que está preparando unos platos con insectos.

El periodista prueba los insectos junto con el hombre que está entrevistando.

El periodista se va al bar del hombre porque hoy celebra una competición de comida picante.

El periodista habla con los concursantes.

Imágenes exteriores + rótulo informativo, estamos en Caldes de Montbui. Aparece el periodista Ricardo Sabaté introducido en el sumario por un rótulo junto a un campesino. El campesino le muestra diferentes plantas. También habla con dos personas más dueñas de un restaurante. Los dueños utilizan plantas para preparar platos.

Imágenes del restaurant de los anteriores dueños con los que ha estado hablando el periodista.

El periodista aprovecha para hablar con las personas que están comiendo en el restaurant para descubrir porque les gusta consumir este tipo de alimentos.

Imágenes de la calle + rótulo informativo, estamos en Madrid. Aparece otra vez la periodista Silvia hablando con el dueño de un bar tradicional de Madrid. También habla con los cocineros.

La periodista aprovecha para hablar con gente que está comiendo en el restaurant.

Imágenes exteriores de un campo con vacas +rótulo informativo, estamos en León. Aparece el Segundo periodista. Entrevista a un hombre en el campo que vende la

mejor carne de vacuno. Este hombre también tiene un restaurant. Se lo muestra al periodista.

Después de estar en la cocina del restaurant el periodista pregunta a la gente que está comiendo.

Imágenes exteriores de Matillas, Guadalajara, lo sabemos gracias al rótulo informativo.

Aparece Silvia haciendo una entrevista a un dueño de una granja de caracoles.

El dueño de la granja de caracoles le trae a un cocinero de un hostel de Guadalajara los caracoles. La periodista aprovecha para entrevistar al cocinero. Siguiendo la misma dinámica de todo el programa la periodista después de estar en la cocina viendo como preparan el plato se dirige hacia el comedor del restaurant y pregunta a los que están comiendo que les parece la comida.

El anterior dueño de la granja de caracoles le presenta a Silvia a otro granjero de caracoles con el que está asociado.

Imágenes de la calle + rótulo informativo de Madrid. Aparece Sabaté entrevistando a un comerciante de salsas picantes. El comerciante de salsas picantes también tiene un restaurant, le lleva al periodista para que vea como prepara las salsas. Al igual que en los otros restaurants que han salido, el periodista pregunta a la gente que está que les parecen los platos.

Imágenes de un autobús + rótulo informativo, estamos en Dueñas (PALENCIA)

Aparece el otro periodista y habla con cocineros que vienen a aprender como se cocina un tipo de alimento. El periodista habla con la persona que dirige a los cocineros. Juntos ven como se cocina las crestas de gallo. El periodista habla con el creador de la empresa de crestas de Gallo.

Los créditos finales aparecen en las últimas imágenes de como están preparando un plato de crestas de gallo.

A destacar...

Durante todo el programa utilizan una estructura de entrevistas igual, primero hablan con la fuente sobre los alimentos que comercializa, después visionan como los prepara y seguidamente hablan con los consumidores para conocer las opiniones de estos hacia la comida.

Se utilizan muchos primeros planos y planos detalles para mostrar los diferentes alimentos y platos. Mucho ritmo de imágenes, se cambia constantemente de plano.

Programa 19/11/14 – “Mantenimiento”

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
0	2	48	0	50

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
6	140	84	94	67	391

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
6	9	15

Duración total del programa
01:13:38 minutos

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 50 fuentes, de las cuales 48 de ellas son institucionales y 2 de ellas son expertas. No aparece ninguna fuente testimonial ni ningún alto cargo.</p> <p>La fuentes institucionales agrupan a todos los trabajadores en el mantenimiento de diversos ámbitos; el mantenimiento del agua, el de los árboles, el marítimo, el del metro y el de los ascensores.</p> <p>Las dos fuentes expertas que aparecen son el biólogo y el ingeniero aeronáutico, los cuales se encargan de explicar de forma</p>

	más sencilla los aspectos técnicos del mantenimiento.
Elección temática	<p>El programa trata sobre el mantenimiento; incidiendo en el alto coste y en su importancia.</p> <p>El tema de este episodio no me parece un tema de periodismo de investigación, ya que no se está desvelando ninguna información que se pretenda ocultar a la opinión pública, simplemente se está informando sobre el coste del mantenimiento de diversos ámbitos.</p>
Figura del presentador	Aparecen tres presentadores distintos durante todo el programa. Dependiendo de la zona geográfica que explican se van cambiando los presentadores. La figura del presentador no es muy marcada, únicamente recopila la información y sitúa a través de breves introducciones al espectador en cada caso concreto. Los nombres de los presentadores sólo se ven durante el sumario a través de rótulos informativos.
Cabecera	El programa se inicia con un sumario formado por un conjunto de los fragmentos más significativos del programa. Se utiliza como técnica para captar al espectador y avanzarle lo que podrá ver si se queda a visualizar el programa. Después aparece una cabecera muy reducida del programa, encima de las imágenes del mismo episodio y utilizando el nombre "Comando Actualidad".
Planos	<p>El número total de planos del programa son 391 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los planos generales (140) y los primeros planos (94). Aún así le siguen muy de cerca los planos medios (84) y los planos detalle (67). Debido a la temática del programa, se utilizan mucho estos dos últimos planos para mostrar de cerca a los espectadores los elementos que están reparando.</p> <p>Durante todo el programa únicamente aparecen 6 grandes planos generales.</p> <p>El alto número de planos es debido al constante cambio de imágenes y de</p>

	planos. Se busca dar un ritmo muy dinámico y acelerado a la pieza.
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 15, predominando los interiores (9) por encima de los exteriores (6). Debido a la temática del programa la grabación ha sido realizada mayormente dentro de las empresas de mantenimiento donde se realizan los análisis de calidad y las reformas.
Música y efectos de sonido	Son muy escasos. Únicamente aparece música cada vez que se cambia de localidad y de ámbito de mantenimiento. Se utiliza la música de manera extradiegética y como elemento organizador.
Tono de la pieza	Tono informativo. La pieza es una recopilación de fuentes institucionales que a través de su experiencia muestran cómo se debe realizar el mantenimiento adecuado para cada ámbito. No tratan de denunciar ningún tipo de mala práctica, sólo de informar del proceso de mantenimiento que han de pasar muchos de los objetos que conforman nuestro día a día para que funcionen y hacen hincapié en los altos precios de su mantenimiento.
Emociones	La pieza busca informar al espectador de los diferentes mantenimientos por los que tienen que pasar los objetos cotidianos de nuestro día a día y el coste que tiene ese mantenimiento.

Resumen del programa
<p>Inicio en forma de sumario, recopilación de imágenes del programa que se verán a continuación al completo. (Música de fondo)</p> <p>Mila Payo, la primera presentadora en salir en imagen. Aparece rótulo informativo que la identifica.</p> <p>Raúl García, el segundo presentador que aparece. También se le identifica mediante un rótulo informativo.</p> <p>Cuando acaba el sumario aparece el nombre del programa “Comando actualidad” + el título del programa “Mantenimiento”.</p> <p><u>Mantenimiento del agua:</u> Raúl, uno de los presentadores acompaña a un trabajador llamado Miguel a tomar muestras del agua. También nos enseña como analizan el</p>

agua y cómo la catan. (Habla con 5 trabajadores más) El periodista se involucra en la cata.

Entrevista a otro trabajador para el mantenimiento del agua, este es el encargado de tomar muestras del alcantarillado. El periodista también se involucra en esta faena y baja con el trabajador a comprobar el agua del alcantarillado. Vemos imágenes del periodista preparándose para bajar.

Entrevista a otro trabajador para el mantenimiento del agua, en este caso para la que se regenera después de nuestro uso. (Habla con 3 trabajadores más).

Mantenimiento de los árboles: Aparece otra presentadora que no ha sido introducida en el sumario. Nos explica el mantenimiento de los árboles y la flora urbana. (música comercial) Sabemos que se llama Vanessa la presentadora porque antes de realizarle la entrevista a un trabajador para el mantenimiento de los árboles se presenta.

Se ven imágenes de cómo podan y cuidan los árboles. Al acabar la presentadora pregunta a los dos podadores. (Trabajadores forestales)

Aparece de nuevo el anterior presentador, Raúl quien sigue hablando sobre la temática de la caída de árboles y ramas en suelo urbano.

Entrevista a Santiago Soria, responsable de los parques históricos de Madrid. Sabemos su nombre porque lo dice el presentador (sigue sin aparecer ningún rótulo informativo que identifique a las fuentes). Aprovecha para hablar con Andrea, otra trabajadora para el mantenimiento de los árboles que está realizando una prueba in situ. También habla con Javier otro trabajador que está analizando las cortezas de los árboles.

Música comercial + imágenes de Cádiz. Aparece un rótulo informativo que sitúa al espectador.

Mantenimiento de los barcos: En este caso es la presentadora Mila Payo, quién se encarga de explicar y de entrevistar. Ya ha sido presentada en el sumario, no se le vuelve a presentar mediante ningún tipo de rótulo. Habla con uno de los responsables del mantenimiento de los barcos. Aprovecha para hablar con otros trabajadores responsables también del mantenimiento.

La presentadora también se involucra en el mantenimiento entrando dentro del barco.

Entrevista al Capitán del barco que están realizando mantenimiento. El capitán enseña a la periodista todas las reformas que se le están realizando al barco.

Música comercial + imágenes de Valencia. Aparece un rótulo informativo que sitúa al espectador.

Mantenimiento del oceanográfico de Valencia: Aparece de nuevo la presentadora Vanessa. Entrevista a un biólogo trabajador del oceanográfico. La periodista aprovecha para hablar con otros trabajadores.

Música comercial + Imágenes de Madrid. Aparece rótulo informativo que sitúa al espectador.

Mantenimiento de los aviones: Aparece de nuevo el presentador Raúl. Entrevista a un ingeniero aeronáutico que explica cómo se hace el mantenimiento de los aviones. El periodista aprovecha para hablar con otros trabajadores que están

realizando el mantenimiento a un avión. El periodista se involucra dentro para ver de cerca el mantenimiento.

Música comercial + imágenes de Madrid. Aparece rótulo informativo que sitúa al espectador.

Mantenimiento del metro: Aparece de nuevo la presentadora Vanessa. La presentadora entrevista a los trabajadores del mantenimiento del metro.

Entrevista al responsable de mantenimiento del metro de Madrid.

Música comercial+ Imágenes de Madrid. Aparece un rótulo informativo que sitúa al espectador.

Mantenimiento de los ascensores más rápidos de España: Vuelve a aparecer la presentadora Mila. Entrevista a los trabajadores para el mantenimiento de ascensores de una oficina.

Música comercial + créditos finales.

A destacar...

*Los presentadores que aparecen en el programa se presentan en el sumario mediante intervenciones en primer plano y rótulos informativos. (no se presentan todos)

*Las fuentes que aparecen sólo son presentadas mediante voz, no aparece ningún rótulo informativo que los identifique.

Programa /11/14 – “Salir en el mapa”

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
25	4	28	0	57

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
0	151	113	99	88	451

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
13	10	23

Duración total del programa
01:30:00 minutos

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 57 fuentes, de las cuales 28 de ellas son institucionales, 25 testimoniales y 4 expertas. No aparece ningún alto cargo.</p> <p>La fuentes institucionales agrupan a todos los trabajadores de establecimientos de los pueblos o bien, los alcaldes y otras figuras representativas.</p> <p>Las fuentes testimoniales están formadas generalmente por turistas y otros habitantes de los pueblos de los que se informa.</p> <p>Las dos fuentes expertas que aparecen son la historiadora local y tres investigadores de universidades españolas.</p>
Elección temática	<p>El programa trata sobre pequeños pueblos de España que se han hecho famosos por diferentes circunstancias y a los que llegan turistas de todo el mundo frecuentemente.</p> <p>El tema de este episodio no me parece un tema de periodismo de investigación, ya que no se está desvelando ninguna información que se pretenda ocultar a la opinión pública, simplemente se está informando sobre localidades remotas de España que reciben mucha cantidad de turismo.</p>
Figura del presentador	<p>Aparecen cuatro presentadores distintos durante todo el programa. Dependiendo de la zona geográfica que explican se van</p>

	<p>cambiando los presentadores. La figura del presentador no es muy marcada, únicamente recopila la información y sitúa a través de breves introducciones al espectador en cada caso concreto. Los nombres de los presentadores sólo se ven durante el sumario a través de rótulos informativos.</p>
Cabecera	<p>El programa se inicia con un sumario formado por un conjunto de los fragmentos más significativos del programa. Se utiliza como técnica para captar al espectador y avanzarle lo que podrá ver si se queda a visualizar el programa. Después aparece una cabecera muy reducida del programa, encima de las imágenes del mismo episodio y utilizando el nombre “Comando Actualidad”.</p>
Planos	<p>El número total de planos del programa son 451 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los planos generales (151) y los planos medios (113). Aún así le siguen muy de cerca los primeros planos (99) y los planos detalle (88).</p> <p>Durante todo el programa no aparece ningún gran plano general.</p> <p>El alto número de planos es debido al constante cambio de imágenes y de planos. Se busca dar un ritmo muy dinámico y acelerado a la pieza.</p>
Escenarios	<p>El total de escenarios que aparecen en el programa son 23, predominando los exteriores (13) por encima de los interiores (10), aunque de una manera muy equilibrada.</p>
Música y efectos de sonido	<p>Son muy escasos. Únicamente aparece música cada vez que se cambia de localidad. Se utiliza la música de manera extradiegética y como elemento organizador.</p>
Tono de la pieza	<p>Tono informativo. La pieza es una recopilación de fuentes institucionales y testimoniales que a través de su experiencia muestran los rincones más populares de diferentes localidades. No tratan de denunciar ningún tipo de mala práctica, sólo de informar de pequeñas</p>

	aldeas que se han convertido por diversos motivos en reclamos turísticos.
Emociones	La pieza busca informar al espectador de sobre las diferentes localidades españolas pequeñas que se han convertido en atracciones turísticas para personas de todo el mundo.

Resumen del programa
<p>Se inicia el programa con un sumario formado por las imágenes más impactantes que se verán a continuación en el programa. Música comercial de fondo.</p> <p>Durante el sumario presentan a Eneko Carazo, uno de los presentadores, mediante un rótulo informativo. También se presenta a otro de ellos, Mario Montero y a Mónica Hernández.</p> <p>El sumario acaba con el nombre del programa “Comando Actualidad” y el título del programa “Salir en el mapa”.</p> <p>Imágenes de Zugarramurdi, Navarra + rótulo informativo que sitúa al espectador. Aparece presentando Mario Montero, uno de los presentadores que ha aparecido antes en el sumario. Entrevista a las actrices representantes de los ritos de magia oscura que se realizaban en esta localidad.</p> <p>Entrevista a una historiadora local.</p> <p>Entrevista a los propietarios de un albergue temático.</p> <p>Entrevista a la propietaria del último caserío de las brujas. El presentador aprovecha para hablar con unos turistas franceses que están de visita.</p> <p>Entrevista a la propietaria de la casa de la Reina de las brujas.</p> <p>Entrevista a otras turistas barcelonesas. Imágenes del museo de las brujas.</p> <p>Imágenes de Almería + rótulo informativo que sitúa al espectador + música comercial.</p> <p>Aparece en imagen una presentadora que ha sido presentada en el inicio del programa (Mónica Hernández). No se la identifica con ningún rótulo informativo de nuevo.</p> <p>La periodista habla con habitantes de Jaravia un pueblo de Almería.</p> <p>Imágenes de titulares de periódicos antiguos.</p> <p>Imágenes de la mina + entrevista a investigadores de universidades españoles.</p> <p>Entrevista al alcalde de Jaravia.</p> <p>La presentadora se involucra y entra dentro de la mina a ver de cerca la geoda.</p>

Imágenes de Belchite, Zaragoza. Lo sabemos por un rótulo informativo que sitúa al espectador + música comercial.

Aparece otro presentador Eneko Carazo, ya ha sido presentado en el sumario. Entrevista a una guía turística. Aprovecha también para entrevistar a testimonios que vivieron la guerra civil en este pueblo.

Imágenes de el rocío Huelva, lo sabemos por un rótulo informativo que aparece para situar al espectador + música comercial.

Vuelve a aparecer Manuel, el presentador de antes. Entrevista a un habitante del Rocío (la aldea internacional del caballo).

Entrevista al responsable de una ermita del Rocío.

Entrevista a un cuidador de caballos de la aldea del Rocío.

Entrevista a la directora del colegio del Rocío.

Entrevista a hermandades que vienen a visitar el Rocío.

Imágenes de las minas de Riotinto, Huelva + rótulo informativo que sitúa al espectador + música comercial.

Entrevista a turistas de alicante.

Entrevista a Gema, la guía turística de la minería. Imágenes de la visita turística.

Entrevista a otro guía turístico de la minería.

Entrevista a Fran de la sociedad de mineros.

Minas de Riotinto fue la cuna del futbol español. Entrevista a entrenadores de Riotinto.

Música comercial de fondo + imágenes de Coria del río, Sevilla. Lo sabemos gracias a un rótulo informativo que sitúa al espectador.

Vuelve a aparecer Mónica Hernández, la presentadora.

Entrevista al alcalde de Coria del río.

Entrevista al Cónsul honorario de Japón en Sevilla.

Entrevista a una propietaria de una tienda con productos japoneses.

Entrevista a Carlos Japón un descendiente de los antiguos pobladores japoneses de Coria del río.

Imágenes de Añana, Alava. Lo sabemos por un rótulo informativo que nos sitúa.

Aparece una presentadora que no se ha visto en el sumario. Se la presenta con un rótulo informativo, Sara Lozano.

Entrevista a una guía turística de las salinas.

Entrevista a dos trabajador del valle de las salinas (salineros).

Entrevista al director de la fundación del valle de las salinas y al encargado de mantenimiento.

Entrevista a una trabajadora encargada de sellar y envasar la sal.

Entrevista al propietario de una tienda especializada en productos relacionados con el Valle salado.

Entrevista a Jorge, el propietario de un restaurante del Valle salado. Aprovecha para entrevistar a los cocineros y a otros trabajadores.

Música comercial + imágenes de Fuente Palmera un pueblo de Córdoba. Lo sabemos por un rótulo informativo que nos sitúa. (el pueblo de las novias)

Aparece de nuevo el presentador Manuel.

Entrevista al presidente de la Asociación de empresarios de Fuente Palmera.

Entrevista a la propietaria de una tienda de novias.

Entrevista a uno de los primeros empresarios de novias del pueblo.

Entrevista a dos compradoras de vestido de novia.

Entrevista a un trabajador de alquiler de coches para bodas.

Entrevista al propietario de una joyería especializada en bodas.

Créditos finales + imágenes de un desfile de novias + música comercial.

A destacar...

*Las entrevistas siempre se realizan en movimiento, caminando o realizando alguna acción, nunca sentados.

· EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Programa 07/11/14 – “La trama”

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
19	3	18	0	40

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
21	98	40	24	14	197

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
41	15	56

Duración total del programa
1:02:15

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 40 fuentes, de las cuales 19 de ellas son testimoniales, 18 institucionales y 3 expertas.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los habitantes y afectados por “la trama” de las viviendas ilegales.</p> <p>Las fuentes institucionales, la mayoría pertenecientes a empresas inmobiliarias o ayuntamientos municipales.</p> <p>Las fuentes expertas, son abogados a los cuales se les consulta para saber los aspectos legales de la trama.</p> <p>No aparece ningún alto cargo como fuente de información.</p>
Elección temática	<p>El programa trata sobre la “trama” de las viviendas ilegales. Casas construidas sobre suelo público, que una vez vendidas, tienen órdenes de demolición.</p>
Figura del presentador	<p>La presentadora del programa es Gloria Serra, quien junto con su equipo de investigación se encarga de transmitir la información. Serra durante todo el programa se encarga de hacer de narradora, muchas veces utilizando el</p>

	recurso de la voz en off y otras apareciendo en imagen. Los demás periodistas se encargan de recopilar la información y de hacer las entrevistas, no se les da importancia, ni se les presenta como a Serra.
Cabecera	El programa se inicia con la cabecera del programa. Sobre un fondo negro con detalles verdes, aparece el nombre del programa en grande mientras suena una melodía de intriga de fondo. La misma melodía que se utiliza durante la cabecera, será utilizada a lo largo de la pieza como recurso sonoro.
Planos	El número total de planos del programa son 197. Los planos que dominan la pieza son los planos generales (98) y los planos medios (40) , ya que debido a la temática del programa se muestra mucho el entorno del hecho. Los demás planos utilizados son el primer plano (24), el Gran Plano General (21) y el plano detalle (14).
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 56, predominando los exteriores (41) por encima de los interiores (15).
Música y efectos de sonido	El programa es rico en efectos de sonido . Desde el inicio con la cabecera hasta el final con los créditos se utilizan tipos de música muy similares para transmitir la información. El tipo de música es de intriga, parecido al que se utiliza en las películas o las series de suspense.
Tono de la pieza	Tono sensacionalista y de denuncia. La elección de las fuentes, los efectos de sonido y el tratamiento que se le da a la pieza tiene una mezcla de tono sensacionalista y de denuncia. Como ejemplos de recursos que utilizan para dotar de dramatismo al programa, encontramos fragmentos de vídeos en los que intentan grabar a los implicados y como éstos les responden mal y se niegan a responder. Otros fragmentos en los que graban desde el coche a las personas implicadas en la trama, como si estuviesen utilizando cámara oculta...

Emociones	La pieza busca indignar a los espectadores al mismo tiempo que entretenerlos . Se trata de un programa que se intenta desmarcar del ámbito informativo y trata de explicar las historias como si formarían parte de una serie o película. Los efectos de sonido y la composición de la propia pieza te hacen preguntarte si estás viendo un programa de periodismo de investigación o una película de misterio.
-----------	---

Resumen del programa
<p>El programa se inicia con la cabecera del programa, aparece primero el logo, hace un efecto y desaparece para que se vea el nombre del programa "Equipo de investigación". Todo con un fondo negro con detalles verdes. (Música intriga)</p> <p>Aparecen imágenes de una urbanización y de fondo la voz en off de la presentadora Gloria Serra, introduciendo el tema del programa. El timbre de voz que utiliza la periodista, es un timbre grave y tenue, para captar la atención. Además añaden efectos de música de intriga, parecida a la que utilizan en las series o las películas para dramatizar más la información que trasmite la presentadora.</p> <p>Imagen de la presentadora, la cual sigue introduciendo el programa. Al mismo tiempo que un rótulo informativo detalla su nombre. Cuando acaba la frase vuelve la misma música de intriga.</p> <p>Aparece un testimonio hablando, cuando acaba vuelve la música de tensión.</p> <p>Desde imágenes de dentro de un coche, se grava a el alcalde sin que se de cuenta. La presentadora de mientras dice que el alcalde si que sabía que las viviendas eran ilegales. La periodista baja del coche cuando el alcalde se da cuenta de que le están grabando e intenta preguntarle sobre los hechos. Enseñan imágenes de él quejándose por la grabación y diciendo que no es problema suyo lo que pasó. De fondo sigue la música de tensión.</p> <p>La presentadora vuelve a hablar y aclara el papel que ha desarrollado el alcalde en la venta de viviendas ilegales.</p> <p>Vuelven a verse imágenes desde el coche, llegan a otra parte de la urbanización donde intentan hablar con Vanesa, una de las responsables de la construcción de viviendas ilegales. Enseñan como ella no les hace caso y se sube a su coche. Vuelven a utilizar la música de intriga.</p> <p>Aparece de nuevo la presentadora con imágenes suyas, dando más información sobre el número de casos de viviendas ilegales en España. Su timbre es el mismo</p>

que el del principio, muy grave. Siempre que aparece la presentadora utilizan plano medio y acaban con primer plano. La música de intriga no cesa.

Imágenes de una avioneta, y sigue la voz de la presentadora de fondo, diciendo que investigan al promotor de un gran proyecto declarado ilegal. Una isla urbanizada que era un paraje natural, en el que estaba prohibido construir.

Imágenes de la presentadora de nuevo, dando más información del caso.

Aparecen imágenes de políticos que están implicados en el caso, sigue la voz en off de la presentadora. Una periodista intenta hablar con un político, este se niega.

Vuelve la voz en off de la presentadora, de fondo imágenes de los políticos saliendo de una institución y de una manifestación en la puerta pidiendo su dimisión.

Música de tensión.

Imágenes de la presentadora hablando sobre la gravedad del caso. “En el parlamento europeo aconsejan no comprar casas en España”.

Aparecen imágenes del parlamento europeo con un político diciendo: “Si a mi me dicen de comprar una casa en España, mi respuesta es no”. Su intervención es traducida por un periodista.

Imágenes desde el coche + voz en off de la presentadora + música de tensión.

Testimonio de una vecina que culpa en especial al político Miguel Muntaner.

Aparecen imágenes de documentos con el nombre de Miguel Muntaner y cifras de dinero subrayadas. Voz en off de fondo de la periodista explicando el documento y música de tensión.

Imágenes de un testimonio que regalo un coche al alcalde, e intenta excusarse. No se dan nombres, ni se utilizan rótulos informativos para detallar la identidad de las fuentes.

Aparecen imágenes de Julian Muñoz, y explican información relacionada con la operación Malaya.

Imágenes del juicio de Fidel Sanromán, condenado en el caso Malaya. El caso Malaya se refiere a la construcción de unas mil viviendas sobre suelo público. Sanromán pasa menos de un mes en prisión.

Imágenes aéreas de la zona construida ilegalmente más música de tensión.

Vuelve a aparecer la presentadora, es quien narra la historia. Sirve de hilo conductor entre las imágenes. Suele lanzar preguntas que se van respondiendo con las imágenes de a posteriori. En este caso, ¿Quién pagará los excesos de la vivienda ilegal?

Aparece el título del programa “LA TRAMA”, con música de tensión de fondo.

Imágenes en la autopista llegando a Marbella, voz en off de la presentadora. Explica que Marbella es el epicentro de la vivienda ilegal.

Imágenes de una persona entrando en el ayuntamiento de Marbella más música de intriga de fondo. Un periodista habla con el nuevo equipo de gobierno sobre los planteamientos que tienen para solucionar el problema de las viviendas ilegales. El entrevistado es Félix Romero, portavoz del ayuntamiento de Marbella. Por primera vez aparecen rótulos informativos sobre el entrevistado y se realiza una mini entrevista más pausada. La voz en off de la presentadora se va intercalando con la entrevista para subrayar la información más sorprendente que se da.

Imágenes de la audiencia de Málaga, vuelve a salir Julián Muñoz entrando a ésta, no les contesta. Música muy agitada de fondo. La voz en off de la presentadora habla de nuevo de Fidel Sanromán del caso Malaya, “uno de los que más tiene que pagar”. Imágenes de la audiencia, con sonido ambiente de fondo. Habla Juan Antonio Roca, ex asesor de urbanismo en Marbella, aparece un título informativo para detallar su identidad. Roca acusa a Sanromán.

Entrevista a Javier Luis concejal de Marbella, en movimiento.

Imágenes de diferentes medios con palabras destacadas. (música de fondo)

Se dirigen a la mansión de Sanromán. La exploran por fuera y hasta entran por detrás.

Aparece otro periodista que pregunta a un vecino que denunció la construcción de Sanromán. Enseñan el documento.

Utilizan mapas aéreos para localizar y ver la grandeza de la mansión de Sanromán.

Los periodistas enseñan diferentes empresas de Sanromán en coche.

Imágenes del registro mercantil buscando las sociedades en las que participa Sanromán

Entrevista a Gonzalo Sánchez, concejal de las Rojas.

(música de fondo)

Imágenes de noticias de medios impresos sobre los delitos de Sanromán.

Imágenes de archivo de Sanromán.

Entrevista al periodista Vicente en la plaza de toros.

Imágenes de noticias de medios online que hablan de Sanromán. Destacan frases y palabras.

Imágenes de archivo de la casa de Sanromán.

¿Quién paga el derribo? – título en fondo negro que divide el programa.

Imágenes de personas que podrían sufrir por las construcciones fuera de la ley. Sus casas podrían ser derribadas.

Entran en el barrio de los chalets ilegales. Siguen a furgonetas que están cortando la luz a las viviendas.

Entrevista a una vecina, entrevista testimonial, no enseñan su cara ni dan identificación.

Imágenes de casas abandonadas, del deterioro de las calles...

Entrevista a Pepe Calderón, propietario de una casa en orden de derribo. Enseña información de la promotora.

Imágenes de notificaciones de demolición con palabras destacadas.

Entrevista a María Martín, propietaria de otra casa en orden de derribo. Esta vecina graba los desperfectos de la casa para demandar a la promotora.

Imágenes de internet en las que se intentan vender las viviendas ilegales.

Entrevista a experto, Antonio López abogado. Se le pregunta sobre las ventas de viviendas ilegales. Se utiliza una Tablet para enseñar imágenes de las viviendas.

Voz en off de la presentadora, que va lanzando preguntas que luego son respuestas con las imágenes y las entrevistas.

Intento de entrevista a Antonio, alcalde que dio luz verde a la venta de chalets ilegales.

Entrevista a dos testimonios habitantes de la zona donde se encuentra la promotora de las viviendas ilegales.

Entrevista a Santiago Parrondo, empresario. Una fuente testimonial afectada por esta trama de viviendas ilegales. Ha denunciado.

Entrevista a dos testimonios, una pareja que ha sufrido los costes de las viviendas ilegales.

Intento de entrevista a Vanesa, empresaria de la promotora de Chozas de Canales. Ella no responde.

La ley del ladrillo – título en fondo negro, para dividir programa

Parlamento europeo – Fuentes institucionales, que alertan sobre la compra de viviendas en España.

Entrevista a una habitante de una urbanización de viviendas ilegales. No se da nombre, ni identificación.

Entrevista a Mónica Mas, abogada. Quién explica la venta de viviendas ilegales a extranjeros jubilados.

Vista aérea sobre las parcelas dónde se instalan los chalets ilegales.

Imágenes de las licencias.

Entrevista a Sherly, británica que está sufriendo la trama de las viviendas ilegales.

Entrevista a otra británica engañada, fuente testimonial.

Entrevista a dos testimonios más, víctimas de Miquel Montaner (promotor inmobiliario).

Vista aérea de la casa de Miquel Montaner.

Imágenes de archivos documentales sobre el patrimonio de Miquel Montaner, un promotor inmobiliario de éxito.

Entrevista al ex Alcalde de Líber, José Mas, en su casa. El ex alcalde desmiente todas las acusaciones.

Se utilizan rótulos informativos para indicar algunas de las fuentes, sólo las institucionales o las expertas. Las testimoniales no se suelen rotular.

Intento de entrevista a Amador Signés, ex aparejador.

Más imágenes de informes sobre la trama.

Entrevista a Miquel Montaner, promotor. Quién se declara inocente.

La isla ilegal – título en fondo negro para separar contenido del programa.

Voz en off de la presentadora sitúa al espectador en Cáceres, Extremadura. En un complejo de lujo. Se ha construido sobre un paraje natural. (Isla de valdecañas)

Imágenes de documentos de la junta de Extremadura sobre el paraje natural.

(Música de intriga)

Entrevista al alcalde, Elías Correas. Quién explica el caso de la construcción encima del paraje natural.

Entrevista Paca Blanco, ecologista, quien sufrió presión de los vecinos por denunciar la trama.

Imágenes del registro mercantil, con palabras destacadas.

Imágenes de archivo de imágenes públicas de José María Gea, promotor inmobiliario implicado en la trama de la isla de Valdecañas.

Entrevista a concejal Izquierda Unida y ecologista.

Intento de entrevista a José María de Gea, éste no accede.

Imágenes de la reunión a puerta cerrada para hablar sobre la sentencia del supremo hacia José María de Gea.

Se entrevista a diferentes fuentes que han tomado parte en la reunión.

Mediante imágenes de vista aérea, salen los créditos finales.

A destacar...

- Utilización muy marcada durante toda la pieza de imágenes de documentos y archivos, con palabras o fragmentos destacados.
- Otro recurso muy empleado han sido los efectos de sonido, casi toda la pieza tiene música de fondo. La música infunde en el espectador tensión e intriga.

Programa 14/11/14 – “El abogado del diablo”**ANÁLISIS CUANTITATIVO**

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
13	6	7	0	26

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
12	114	35	98	40	299

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
16	7	23

Duración total del programa

57:07

ANÁLISIS CUALITATIVO

Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 26 fuentes, de las cuales 13 de ellas son testimoniales, 7 institucionales y 6 expertas.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los clientes del abogado y a colegas de su profesión.</p> <p>Las fuentes institucionales, la mayoría pertenecientes a empresas vinculadas al abogado, a cuerpos de policía, etc.</p> <p>Las fuentes expertas, son abogados a los cuales se les consulta para saber los aspectos legales y también a profesores de sociopolítica.</p> <p>No aparece ningún alto cargo como fuente de información.</p>
Elección temática	<p>El programa trata sobre Emilio Rodríguez Menéndez, un abogado corrupto que ha escapado de la justicia en numerosas ocasiones, saliendo siempre impune de sus delitos.</p>
Figura del presentador	<p>La presentadora del programa es Gloria Serra, quien junto con su equipo de investigación se encarga de transmitir la información. Serra durante todo el programa se encarga de hacer de narradora, muchas veces utilizando el recurso de la voz en off y otras apareciendo en imagen. Los demás periodistas se encargan de recopilar la información y de hacer las entrevistas, no se les da importancia, ni se les presenta como a Serra.</p>
Cabecera	<p>El programa se inicia con la cabecera del programa. Sobre un fondo negro con detalles verdes, aparece el nombre del programa en grande mientras suena una melodía de intriga de fondo. La misma melodía que se utiliza durante la cabecera, será utilizada a lo largo de la pieza como recurso sonoro.</p>
Planos	<p>El número total de planos del programa son 299. Los planos que dominan la pieza son los planos generales (114) y los primeros planos (98), se busca conseguir mucha cercanía con las personas entrevistadas y con la presentadora. Los demás planos utilizados</p>

	<p>son el plano detalle (40), el Plano medio (35) y el gran plano general (12).</p> <p>*Gran número de planos debido al constante cambio de plano. Se busca dar mucho dinamismo y ritmo a la piza mediante la constante consecución de planos.</p>
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 23, predominando los exteriores (16) por encima de los interiores (7).
Música y efectos de sonido	El programa es rico en efectos de sonido . Desde el inicio con la cabecera hasta el final con los créditos se utilizan tipos de música muy similares para transmitir la información. El tipo de música es de intriga, parecido al que se utiliza en las películas o las series de suspense.
Tono de la pieza	Tono sensacionalista y de denuncia. La elección de las fuentes, los efectos de sonido y el tratamiento que se le da a la pieza tiene una mezcla de tono sensacionalista y de denuncia. Como ejemplos de recursos que utilizan para dotar de dramatismo al programa, encontramos fragmentos de vídeos en los que intentan grabar a los implicados y como éstos les responden mal y se niegan a responder. Otros fragmentos en los que graban desde el coche a las personas implicadas en la trama, utilizando el recurso de cámara oculta.
Emociones	La pieza busca indignar a los espectadores al mismo tiempo que entretenerlos . Se trata de un programa que se intenta desmarcar del ámbito informativo y trata de explicar las historias como si formarían parte de una serie o película. Los efectos de sonido y la composición de la propia pieza te hacen preguntarte si estás viendo un programa de periodismo de investigación o una película de misterio.

Resumen del programa

Se inicia el programa con la cabecera propia y con música de suspense.

En cuanto acaba la cabecera se escucha la voz en off de la presentadora mientras se ven imágenes del protagonista del programa.

Aparece Gloria Serra, la presentadora en imagen con un primer plano. Con un rotulo informativo se la identifica.

Para hacer la transición de la aparición de Serra a otras escenas se utiliza música de intriga.

Des de un coche en marcha se sigue a otro coche mientras se graba. Se sigue al protagonista del programa. Mientras voz en off de la presentadora hablando sobre él. La música de tensión sigue.

Vuelve a aparecer la presentadora en imagen (primer plano).

El protagonista convoca una rueda de prensa, imágenes y audio de la misma.

Vuelve a aparecer la presentador en imagen (Des de un plano medio se hace zoom hasta primer plano).

Imágenes de archivo sobre el abogado imputado.

Vuelve a aparecer la presentador en imagen (primer plano).

Imágenes de archivos y documentos.

Entrevista a un cliente del abogado. No se le identifica.

Vuelve a aparecer la presentadora (primer plano).

Música de suspense de fondo.

Imágenes de una tienda de trajes donde el abogado dejó un impago.

Vuelve a aparecer la presentadora (de plano medio a primer plano).

Imágenes de un hombre declarando sobre el abogado. No se le identifica.

Otra vez imágenes de la presentadora (primer plano).

Fondo negro más titular del programa “el abogado del diablo”, en letras mayúsculas.

Sonido ambiente + imágenes desde el coche. Voz en off de la presentadora.

Otro fragmento de la rueda de prensa que ofreció el abogado. Ahora dan su nombre, Emilio Rodríguez Menéndez.

Imágenes del abogado caminando por la calle + música de tensión + voz en off de la presentadora.

Gran plano general (vista aérea) de Madrid. Seguidamente imágenes de la sede general de los juzgados de España. Aprovechan para preguntar a abogados y otros trabajadores que salen de la sede si saben que el abogado ha vuelto a España a ejercer.

Voz en off de la presentadora.

Imágenes de archivo de juicios del abogado. Sigue la voz en off de la presentadora.

Entrevista a través de videoconferencia con uno de los rivales del abogado. Javier Nart, abogado. Aparece un rótulo informativo para identificarlo.

Más imágenes de archivo sobre juicios del abogado protagonista. Voz en off de la presentadora.

Vuelven a poner la entrevista a uno de los clientes del abogado. Esta vez si que lo presentan (Antonio Fernández). Durante la entrevista se hacen primeros planos todo el rato al entrevistado.

Imágenes de Esperanza Aguirre entrando a declarar. Voz en off de la presentadora.

Fondo en negro más titular "Engaña a hacienda"

Imágenes del abogado entrando a su despacho más voz en off de la presentadora.

Imágenes desde el coche del abogado, en plan cámara oculta. + vox en off de la presentadora.

Imágenes del abogado cenando, se le graba sin que lo sepa.

Imágenes de archivo de la casa de Menéndez.

Gran plano general (vista aérea) de la mansión del abogado.

Entrevista a Ignacio García Queimadelos, gestor inmobiliario MBQ Group, aparece rotulo informativo para identificarlo.

Se pregunta a los vecinos del abogado.

Imágenes desde el coche + voz en off de la presentadora.

Entrevista a otro cliente del abogado. Se le identifica mediante un rótulo informativo: Santiago Gijón.

Imágenes de nuevo de la sastrería en la que debe dinero el abogado. Entrevista a Julia Archaga, propietaria de la sastrería.

Música de suspense + voz en off. Imágenes del registro de la propiedad + imágenes de registros.

Imágenes de un juicio en el que el abogado acusa a su mujer de intentar asesinarlo. Se declara culpable a la mujer.

Vuelven a seguir en coche al abogado. Voz en off de la presentadora. Música de suspense.

Imágenes de un registro documental sobre la propiedad inmueble de la casa del abogado.

Fondo negro más titular: desafía al cuarto poder. Música de suspense.

Imágenes desde el coche del abogado saliendo de casa. Imágenes con cámara oculta.

Entrevista a Juan Diego López Bonillo, profesor de ciencias políticas. Rótulo informativo que lo identifica.

Imágenes en coche + voz en off de la presentadora + música de suspense.

Entrevista a Samuel Fernández, socio político de Rodríguez Menéndez. Rótulo informativo lo identifica.

Imágenes desde el coche + voz en off de la presentadora.

Entrevista a Juan Antonio Fernández ex trabajador de Rodríguez Menéndez. Un rótulo informativo lo identifica.

Voz en off de la presentadora.

Imágenes de archivo del abogado + voz en off de la presentadora.

Entrevista a Fernando Jáuregui, periodista. Un rótulo informativo lo identifica.

Imágenes de uno de los mayores archivos periodísticos de España. Voz en off de la presentadora.

Fondo negro más titular: Escapa de la policía. Música de suspense de fondo.

Imágenes de la cárcel dónde el abogado estuvo dos años.

Entrevista a Manuel Marlasca, jefe de investigación de La Sexta. Rótulo informativo lo identifica.

Imágenes desde el coche + voz en off de la presentadora.

Imágenes de archivo de unas cámaras de seguridad + música de suspense + voz en off de la presentadora.

Entrevista a la funcionaria que ayudó a Rodríguez Menéndez a renovarse el pasaporte. La entrevista se realiza por teléfono.

Imágenes del aeropuerto + voz en off de la presentadora + música de intriga. Después imágenes en coche (los periodistas hacen el mismo recorrido que hizo el abogado para huir de España).

Vista aérea de Paraguay, lugar donde se escapa el abogado.

Videoconferencia con el Jefe de Inteligencia de la Policía Paraguaya. Música de fondo de suspense.

Imágenes del billete de Argentina del abogado.

Imágenes panorámicas de Argentina + música de intriga.

Imágenes de archivo de la detención de Rodríguez Menéndez, sigue la música + voz en off de la presentadora.

Fondo negro más titular “Juega con la justicia”.

Imágenes de archivo del abogado en el hipódromo de Argentina + voz en off de la presentadora + música de intriga.

Imágenes desde el coche, los periodistas se dirigen hacia la casa del abogado en Argentina + voz en off de la presentadora + música de intriga. Vista aérea de la urbanización y de la casa.

Entrevista a Virginia García, periodista. Un rótulo informativo la identifica.

Voz en off de la presentadora.

Entrevista a Omar Lavieri, periodista de tribunales. Aparece un rótulo informativo que lo identifica.

Imágenes de archivo de una entrevista al abogado por televisión + música de tensión.

Entrevista al fiscal federal argentino, Jorge Di Lello. Un rótulo informativo lo identifica.

Imágenes de documentos: del registro de empresas.

Imágenes de la rueda de prensa que programa el abogado de nuevo. Declaraciones del mismo. Sigue la música de suspense.

Entrevista a Carlos Aránguez, abogado. Aparece rótulo informativo que lo identifica.

Música de suspense + voz en off + imágenes de la salida del despacho del abogado. Se le graba mientras sale, uno de los periodistas le pregunta por qué ha vuelto y el abogado les insulta: "hijos de puta". Sigue la música de intriga.

Créditos finales + música de suspense.

Fragmentos de las declaraciones más contundentes de las entrevistas realizadas durante el programa.

A destacar....

*Durante todo el programa aparece una mosca en la parte baja izquierda en la que se puede leer equipo de investigación.

*Se utilizan titulares en fondo negro para separar en subunidades el programa.

*La presentadora no entrevista, únicamente presenta a los entrevistados y narra la información adicional de la pieza. Los periodistas que se encargan de entrevistar no suelen salir en imagen solo se escucha su voz en off y no son presentados por ningún rótulo informativo.

*Aunque la presentadora no salga en imagen todo el rato, siempre está presente con su voz en off. Utiliza la voz en off para presentar a los entrevistados o personajes que aparecen, para describir o completar información, para remarcar ciertos aspectos...

*La utilización de fuentes de archivo y de fuentes documentales es muy marcada, Aparecen pantallazos de registros, papeleo y documentos con fragmentos destacados.

La pieza busca indignar, tenemos una justicia de broma. A la que se le escapa de las manos los delincuentes.

Programa 14/11/14 – “Ropa barata”

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
13	4	20	3	40

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
9	136	46	60	89	340

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
9	18	27

Duración total del programa
58:50

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 40 fuentes, de las cuales 13 de ellas son testimoniales, 20 institucionales, 4 expertas y 3 Altos cargos.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los clientes de las tiendas low cost.</p> <p>Las fuentes institucionales, la mayoría pertenecen a las empresas de moda low</p>

	<p>cost, junto con medios de comunicación especializados en moda.</p> <p>Las fuentes expertas son los especialistas en el mundo textil.</p> <p>Los altos cargos que aparecen son Yolanda Colías, directora de la revista Stilo, el presidente de las empresas textiles de España, Ángel Asensio y Breege O'Doonogh, directora de Primark.</p>
Elección temática	El programa trata sobre el negocio de la ropa barata , un fenómeno que arrasa en tiempos de crisis. Se investiga sobre los costes de fabricación, ¿cómo se puede vender ropa a precios tan asequibles?
Figura del presentador	La presentadora del programa es Gloria Serra , quien junto con su equipo de investigación se encarga de transmitir la información. Serra durante todo el programa se encarga de hacer de narradora, muchas veces utilizando el recurso de la voz en off y otras apareciendo en imagen. Los demás periodistas se encargan de recopilar la información y de hacer las entrevistas, no se les da importancia, ni se les presenta como a Serra.
Cabecera	El programa se inicia con la cabecera del programa. Sobre un fondo negro con detalles verdes, aparece el nombre del programa en grande mientras suena una melodía de intriga de fondo. La misma melodía que se utiliza durante la cabecera, será utilizada a lo largo de la pieza como recurso sonoro.
Planos	<p>El número total de planos del programa son 340. Los planos que dominan la pieza son los planos generales (136) y los planos detalle (89), debido a la temática del programa se enseñan muchas etiquetas e informaciones con el recurso del plano detalle. Los planos generales se utilizan para ubicar al espectador.</p> <p>Los demás planos utilizados son el primer plano (60), el Plano medio (46) y el gran plano general (9).</p>

	*Gran número de planos debido al constante cambio de plano. Se busca dar mucho dinamismo y ritmo a la piza mediante la constante consecución de planos.
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 27, predominando los interiores (18) por encima de los exteriores (9). Hay muchos más escenarios interiores porque la mayoría de imágenes son de tiendas low cost y empresas.
Música y efectos de sonido	El programa es rico en efectos de sonido . Desde el inicio con la cabecera hasta el final con los créditos se utilizan tipos de música muy similares para transmitir la información. El tipo de música es de intriga, parecido al que se utiliza en las películas o las series de suspense.
Tono de la pieza	Tono sensacionalista y de denuncia. La elección de las fuentes, los efectos de sonido y el tratamiento que se le da a la pieza tiene una mezcla de tono sensacionalista y de denuncia. Como ejemplos de recursos que utilizan para dotar de dramatismo al programa, encontramos fragmentos de vídeos en los que intentan grabar a los implicados y como éstos les responden mal y se niegan a responder. Otros fragmentos en los que graban desde el coche a las personas implicadas, utilizando el recurso de cámara oculta.
Emociones	La pieza busca indignar a los espectadores al mismo tiempo que entretenerlos . Se trata de un programa que se intenta desmarcar del ámbito informativo y trata de explicar las historias como si formarían parte de una serie o película. Los efectos de sonido y la composición de la propia pieza te hacen preguntarte si estás viendo un programa de periodismo de investigación o una película de misterio.

Resumen del programa

Se inicia el programa con la cabecera de siempre.

Seguidamente aparecen imágenes de un centro comercial. Sigue la música de tensión de la cabecera + sonido ambiente de los grandes almacenes. Voz en off de la presentadora.

Aparece la imagen de la presentadora (en primer plano) desde fuera de la tienda señalando el nombre: "Shana". A los pocos segundos rótulo informativo que identifica el nombre de la presentadora.

Con una cámara oculta entran a tiendas low cost para mirar en las etiquetas el origen de fabricación.

Imágenes de un avión para trasladarse hasta Marruecos a investigar.

Una vez en Marruecos comienzan a grabar desde un coche garajes donde trabaja la gente confeccionando ropa.

Vuelve a aparecer en imagen la presentadora. Música de tensión.

Sigue la música + imágenes de la policía desmantelando un taller ilegal de ropa.

Vuelve a aparecer en primer plano la presentadora. Seguidamente el nombre del episodio: "Ropa barata".

Imágenes extraídas de videos de youtube en los que sale gente mostrando las prendas que se ha comprado. (Música de tensión de fondo)

Entrevista caminado por la calle a Pilar Pascual de Riquelme, bloguera de moda.

Entrevista a una consumidora de una tienda low cost. No se le identifica.

Entrevista a Andrés Contreras, experto en economía textil. Sabemos sus datos por un rótulo informativo que lo identifica.

Entrevista por la calle a ciudadanos preguntando si consumen ropa barata. No se les identifica. El periodista que les entrevista tampoco es identificado.

Imágenes de una sesión de fotos para una revista.

Entrevista a Yolanda Colías, directora revista Stilo, una de las más vendidas de España.

Imágenes detalle de la revista con los precios y las prendas destacadas.

Voz en off de la presentadora + música de tensión.

Imágenes de la Fashion Week de Madrid.

Entrevista a Mar Flores, ex modelo, aprovechando el evento de la moda en Madrid. Aparece un rótulo informativo que la identifica.

Imágenes de desfiles de la Fashion Week de Madrid + voz en off de la presentadora + música de intriga.

Entrevista a Hanníbal Laguna, diseñador de moda en el backstage. Aparece un rótulo informativo que lo identifica.

Entrevista al Presidente de los empresarios textiles en España (FEDECON), Ángel Asensio. Aparece un rótulo informativo que lo identifica.

Fondo negro + título “La gran expansión” + música de intriga

Sigue la música + imágenes de noche desde un coche del centro logístico de Primark. Voz en off de la presentadora.

Imágenes aéreas del centro logístico + rótulo informativo de los metros cuadrados que ocupa.

Imágenes de camiones entrando y saliendo del centro logístico (sigue la voz en off de la presentadora y la música de intriga)

Imágenes de una infografía, se trata de un mapa con información sobre el número de tiendas Primark situadas en Europa.

Imágenes de la apertura de una tienda Primark. Sigue la voz en off de la presentadora y la música.

Imágenes de Breege O'Doonogh, directora de Primark.

Imágenes de IESE. Entrevista a Julián Villanueva, director de marketing de IESE. Quién explica cómo logran las cadenas de ropa precios tan bajos, se vale de una pizarra para explicarlo.

Imágenes de otra apertura (no es de primark) se trata de otra tienda barata. Voz en off de la presentadora. La firma es Shana.

Imágenes de la empresa de Shana, situada en Barcelona.

Entrevista a Pedro Muñoz, empleado del gabinete de comunicación de Shana. Muñoz enseña la empresa y los periodistas aprovechan para preguntar a otros trabajadores sobre la firma.

Imágenes desde una Tablet. Se busca información de una nueva empresa de ropa barata llamada Mulaya.

Entrevista a Javier García, director de expansión de la firma Mulaya. Intervenciones durante la entrevista por la presentadora en voz en off. La entrevista la hace otro periodista al que no se identifica.

Fondo negro + titular “Made in Spain” + sonido de ambulancia. Seguidamente se ve un coche de bomberos. Son imágenes de archivo de un incendio ocurrido en Bangladesh en noviembre del 2003. Lo sabemos por un rótulo informativo que nos ubica y data los hechos.

Entrevista a Álex Makow de Asia Inspection. Analista experto.

Se vuelven a ver las imágenes de las etiquetas de la ropa.

Imágenes del polígono de Montigalá, Barcelona. Primero desde el coche. Voz en off de la presentadora + música de intriga.

Entrevista a María José Flores, empresaria textil.

Imágenes desde una pantalla de ordenador de la página web de la Comisión Europea. Se enseñan los mails que se envían donde la Comisión Europea de Mercado afirma que no regula sobre el etiquetaje Made in Spain.

Entrevista a Carolina Pina, abogada. Lo sabemos gracias a un rótulo informativo que la identifica.

Voz en off de la presentadora + música de tensión.

Entrevista a un testimonio del fraude de etiquetaje. No se le identifica para la entrevista y se le distorsiona la imagen en la cara para protegerlo.

Entrevista vía teléfono a una empresa de etiquetado de ropa que trabaja en Marruecos. No se identifica a la empresa.

Imágenes del aeropuerto + música de tensión. Vuelo a Tanger. También imágenes aéreas desde el avión.

Cuando se llega al aeropuerto imágenes de un periodista subiéndose a un coche + voz en off de la presentadora. Sigue la música de tensión.

Entrevista a un conocido líder sindical. La entrevista se grava en la asociación, donde se encuentran muchas trabajadoras de empresas textiles. Se trata de una entrevista múltiple (4 trabajadores y el líder). La presentadora hace intervenciones con el recurso de voz en off.

El líder sindical les acompaña a ver los talleres donde se confecciona el textil de Marruecos que luego se etiqueta como Made in Spain. Durante el camino, imágenes desde el coche + voz en off de la presentadora. (Música de tensión)

Durante el trayecto hay un momento de tensión. Les sigue una furgoneta y les dice que no fotografíen el almacén.

Fondo en negro + titular: “¿Quién paga la ropa barata?” + Música de intriga.

Imágenes de un taller textil de un pequeño pueblo de Madrid + voz en off de la presentadora. Sigue la música de intriga. Las imágenes del taller son gravadas desde fuera en un coche con cámara oculta.

Imágenes del local de la policía. Entrevista a la subinspectora del caso del taller textil. No se da su nombre, solo su cargo.

Vuelven al taller textil con la subinspectora y entran dentro. No les dejan grabar. Música de tensión.

Intento de entrevista a la empresaria imputada por el taller. Entrevista también por teléfono al abogado de la propietaria del taller.

Imágenes de vista aérea de una urbanización de Madrid llamada Brunete. Lo sabemos por un rótulo informativo. Voz en off de la presentadora + música de intriga. Otras imágenes aéreas de Alicante, donde hay mucha fabricación de ropa ilegal.

Entrevistas a trabajadores de las empresas de calzado.

Imágenes de un sindicato de la zona. Entrevista a un trabajador del sindicato, Miguel Ángel Cerca de CCOO Textil. Lo sabemos por un rótulo informativo.

Imágenes de la policía trabajando. Es una brigada especial que se dedica a vigilar la economía sumergida. Son imágenes de inspecciones a talleres.

Entrevista a uno de los policías en acción, Fernando Gómez, Policía Nacional.

Intervenciones en voz en off de la presentadora. Música de intriga de fondo.

Pillan a un trabajador sin contrato que intentaba huir, también lo entrevistan.

Entrevista a una empresaria del calzado que cometió una ilegalidad, no se la identifica. Se hace la entrevista con la luz apagada. La entrevistada se pone a llorar durante la entrevista, declara que está inundada de deudas.

Voz en off de la presentadora + música de tensión.

Créditos finales + música en imágenes de la calle y las tiendas.

*En la esquina inferior aparece todo el rato una mosca con el nombre del programa: Equipo de investigación.

*Las entrevistas siempre se realizan con primeros planos.

Programa 14/11/14 – “El pequeño Nicolás”

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES

Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
32	7	10	2	51

PLANOS

Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
8	145	45	122	32	352

ESCENARIOS

Exteriores	Interiores	Total
27	17	44

Duración total del programa
01:07:10

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 51 fuentes, de las cuales 32 de ellas son testimoniales, 10 institucionales, 7 expertas y 2 Altos cargos.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los conocidos del pequeño Nicolás y a los ciudadanos que opinan sobre este personaje.</p> <p>Las fuentes institucionales, la mayoría pertenecen a instituciones políticas y a empresas relacionadas con el mundo político.</p> <p>Las fuentes expertas agrupan a periodistas y psiquiatras que explican el fenómeno Nicolás y lo analizan.</p> <p>Los altos cargos que aparecen son el Secretario General de Comercio y la Presidenta del PP, Esperanza Aguirre.</p>
Elección temática	<p>El programa trata sobre el pequeño Nicolás, una figura mediática por su implicación con el mundo político y las altas esferas comerciales de España. Se le acusa de suplantación de identidad y de tráfico de influencia entre otros cargos.</p>
Figura del presentador	<p>La presentadora del programa es Gloria Serra, quien junto con su equipo de investigación se encarga de transmitir la información. Serra durante todo el programa se encarga de hacer de narradora, muchas veces utilizando el recurso de la voz en off y otras apareciendo en imagen. Los demás periodistas se encargan de recopilar la información y de hacer las entrevistas, no se les da importancia, ni se les presenta como a Serra.</p>
Cabecera	<p>El programa se inicia con la cabecera del programa. Sobre un fondo negro con detalles verdes, aparece el nombre del</p>

	<p>programa en grande mientras suena una melodía de intriga de fondo. La misma melodía que se utiliza durante la cabecera, será utilizada a lo largo de la pieza como recurso sonoro.</p>
Planos	<p>El número total de planos del programa son 352. Los planos que dominan la pieza son los planos generales (145) y los primeros planos (122).</p> <p>Los demás planos utilizados son el plano medio (45), el Plano detalle (32) y el gran plano general (8).</p> <p>*Gran número de planos debido al constante cambio de plano. Se busca dar mucho dinamismo y ritmo a la piza mediante la constante consecución de planos.</p>
Escenarios	<p>El total de escenarios que aparecen en el programa son 44, predominando los exteriores (27) por encima de los interiores (17).</p>
Música y efectos de sonido	<p>El programa es rico en efectos de sonido. Desde el inicio con la cabecera hasta el final con los créditos se utilizan tipos de música muy similares para transmitir la información. El tipo de música es de intriga, parecido al que se utiliza en las películas o las series de suspense.</p>
Tono de la pieza	<p>Tono sensacionalista y de denuncia. La elección de las fuentes, los efectos de sonido y el tratamiento que se le da a la pieza tiene una mezcla de tono sensacionalista y de denuncia. Como ejemplos de recursos que utilizan para dotar de dramatismo al programa, encontramos fragmentos de vídeos en los que intentan grabar a los implicados y como éstos les responden mal y se niegan a responder. Otros fragmentos en los que graban desde el coche a las personas implicadas, utilizando el recurso de cámara oculta.</p>
Emociones	<p>La pieza busca indignar a los espectadores al mismo tiempo que entretenerlos. Se trata de un programa que se intenta desmarcar del ámbito informativo y trata de explicar las historias como si formarían parte de una serie o película. Los efectos de sonido y la</p>

	composición de la propia pieza te hacen preguntarte si estás viendo un programa de periodismo de investigación o una película de misterio.
--	--

Resumen del programa
<p>Se inicia el programa con la cabecera de siempre.</p> <p>Imágenes de archivo de el nombramiento del príncipe Felipe de España en Rey + voz en off de la presentadora. Sale el pequeño Nicolás saludando a los reyes.</p> <p>Aparece la presentadora en imagen + rótulo informativo que la identifica (en primer plano). Sigue la música de intriga de la cabecera.</p> <p>Imágenes de archivo de ruedas de prensa y otros eventos en los que estuvo presente Nicolás + voz en off de la presentadora y música de intriga.</p> <p>Inicio estilo sumario en el que la presentadora va explicando toda la información que se verá a continuación en el programa.</p> <p>Más imágenes de archivo del pequeño Nicolás en desayunos lujosos acompañado de políticos. Sigue la voz en off de la presentadora y la música de intriga.</p> <p>Fondo en negro + título: “El pequeño Nicolás”.</p> <p>Imágenes desde un coche de noche + música de tensión. Voz en off de la presentadora + sonido ambiente de la calle.</p> <p>Entrevista vía telefónica con el pequeño Nicolás a través de un manos libres del coche.</p> <p>Imágenes de un bar y de su televisión en la que se muestra como hablan los medios del pequeño Nicolás. Voz en off de la presentadora + música de tensión.</p> <p>Se pregunta a gente del bar que les parece Nicolás. Se recopilan opiniones sobre este personaje.</p> <p>Imágenes de archivo de las apariciones en televisión de Nicolás antes de ser conocido.</p> <p>Imágenes de la filial del PP donde acudía Nicolás después de clase con su madre. Un testimonio explica que hacía cuando iba allí el pequeño. No se le identifica al testimonio ni con imagen ni con rótulo informativo.</p> <p>Más imágenes de archivo de los actos del PP en los que estuvo presente el pequeño Nicolás + voz en off de la presentadora + música de intriga.</p> <p>Imágenes del ayuntamiento de Madrid. Quieren entrevistar a Miguel Boto, un posible compinche de Nicolás. Este contacto político se niega a hablar.</p> <p>Cómo no pueden hablar con él mediante una entrevista acuden al pleno municipal en el cual están permitidas las cámaras.</p>

Durante el pleno se graban las declaraciones de José María Sorribas de UPYD y las de Luis Miguel Boto, concejal Chamartín.

Imágenes de la salida del pleno. Se habla a la salida del pleno con el concejal.

Voz en off de la presentadora + imágenes de archivo y música de tensión.

Imágenes de la sede del partido popular en Moncloa. Se entrevista a una afiliada del partido.

El político al que quieren entrevistar se escapa y lo graban a través de la ventana.

Imágenes de los *whatsapp*s del pequeño Nicolás con el político.

Vuelven a intentar hablar con Francisco Balarín, el político.

Entrevista a Pepe Carril, ex dirigente del PP Moncloa. Sale un rótulo informativo que lo identifica.

Entrevista vía telefónica a Nicolás desde la redacción de equipo de investigación.

Voz en off de la presentadora + imágenes de archivo. El Cuartel general de la FAES.

Entrevista a Ignacio de Loyola Crespí, amigo de Francisco Nicolás.

Otra vez llaman a Francisco Nicolás desde la redacción. Sigue la música de tensión.

Imágenes de archivo del pequeño Nicolás.

Imágenes desde el coche + voz en off de la periodista + música.

Mini entrevista al Secretario de Comercio y a Esperanza Aguirre, la máxima representante del PP (presidente del PP en Madrid).

Voz en off de la presentadora + Imágenes de archivo.

De nuevo entrevista vía teléfono con Nicolás.

Fondo en negro + título "El chico de oro"

Imágenes de las discotecas en las que trabajaba el pequeño Nicolás.

Entrevista a conocidos del pequeño Nicolás.

Voz en off de la presentadora + música de tensión.

Entrevista a un seguridad de la discoteca que frecuentaba Nicolás.

Imágenes de archivo de fiestas del pequeño Nicolás.

Entrevista al periodista del Mundo Javier Negre. Intervenciones en voz en off de la presentadora.

Imágenes de archivo de la graduación del pequeño Nicolás + voz en off.

De nuevo entrevista vía telefónica a Nicolás.

Imágenes del interior de la escuela de Nicolás + música de tensión + voz en off de la presentadora.

Entrevista a compañeros de clase de Nicolás.

Intento de entrevista al gabinete de comunicación del centro donde estudiaba Nicolás.

Imágenes de archivo de la presentación de las memorias de Aznar + voz en off de la presentadora + música de tensión.

Entrevista a Andrés Pérez, especialista en Marketing. Sigue la música de tensión.

Más imágenes de archivo del pequeño Nicolás + voz en off de la presentadora + música de intriga.

De nuevo entrevista vía teléfono con Nicolás.

Entrevista al limpiabotas del restaurante donde frecuentaba Nicolás.

Imágenes de archivo de Nicolás con altos empresarios + voz en off de la presentadora + música de tensión.

Imágenes de archivo de la fiesta de Nicolás.

Imágenes del barco en el que celebró su cumpleaños.

El capitán del barco en el que se celebra la fiesta, entrevista (Donato Hergueta).

Entrevista a vecinos de la urbanización donde vive Nicolás.

Entrevista a una de las personas con las que hacía negocios Nicolás, no se le identifica ni mediante imagen ni mediante rótulo. (Imagen borrosa)

Voz en off de la presentadora + música de tensión. Imágenes detalle de la tarjeta de trabajo de Nicolás.

De nuevo entrevista a Nicolás vía teléfono.

Voz en off de la presentadora + música de intriga.

Imágenes de declaraciones de David Ortega, portavoz de UPyD y de Ángel Lara, portavoz de IU.

Última llamada a Nicolás para pedir quedar en persona con él.

La entrevista se hace de noche. Entrevista a Nicolás cara a cara.

Fondo en negro + “El niño que quiso reinar”.

Imágenes de Madrid y de un mensaje de whatsapp de Nicolás.

Imágenes de entrevista a Nicolás.

Imágenes del pequeño Nicolás con el rey (proclamación) + voz en off de la presentadora + música de tensión.

Entrevista a Ignacio Escolar, director de eldiario.es.

Imágenes del correo donde aparece la invitación a la proclamación del rey para Nicolás.

Vuelven las imágenes de la entrevista a Nicolás.

Entrevista a Miguel Bernad, el impulsor de Manos limpias y el que acusa a la Infanta Cristina.

Entrevista a José Luis Cervero, experto en servicios secretos.

Imágenes de archivo de Nicolás + voz en off de la presentadora + música de intriga

Imágenes desde el coche + imágenes del restaurante de lujo donde se encontró Nicolás con el empresario.

Entrevista a Fernando Suárez, alcalde de Ribadeo.

Imágenes detalle de titulares de prensa.

Entrevista a José Alonso periodista de la Voz de Galicia.

Se analizan de nuevo las imágenes de archivo de antes + música de tensión + voz en off de la presentadora

Entrevista a José Luis Carrasco, psiquiatra.

Imágenes de la finca de la Lamedilla.

Entrevista a José María Olmo, periodista de El Confidencial. Sigue la música de tensión.

Imágenes de archivo en el último acto público en el que aparece el pequeño Nicolás.

Nicolás explica el momento de su detención.

Imágenes de archivo de actos en los que estuvo presente el pequeño Nicolás + créditos finales + música de intriga.

· SALVADOS

Programa 02/11/14 – “El fraude de los cursos de formación: parados y defraudados”

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
15	3	1	1	20

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
10	30	44	58	12	154

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
5	10	15

Duración total del programa
53 minutos

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 20 fuentes, de las cuales 15 de ellas son testimoniales, 3 expertas, 1 institucional y 1 alto cargo.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los parados y a personas que denunciaron los cursos.</p> <p>Las fuentes expertas son: La profesora de Economía aplicada de Oviedo, Begoña Cueto, el formador Francisco Cáceres y el Profesor de la Universidad de Goteburg, Victor LaPuente.</p> <p>La fente institucional es el orientador laboral danés, Erik Maillet.</p> <p>El alto cargo es el Presidente del Parlamento Danés, Moggens Lykketoft.</p>
Elección temática	<p>El programa trata de los fraudes en los cursos de formación públicos de España. Un problema de corrupción que afecta sobre todo a los parados.</p>
Figura del presentador	<p>El presentador es Jordi Évole, aparece únicamente él durante todo el programa</p>

	ejerciendo la figura de periodista y presentador. Una figura marcada e irónica, capaz de realizar todas las preguntas que harían los espectadores.
Cabecera	El programa se inicia con diferentes voces en off de fuentes testimoniales que explican sus casos personales al mismo tiempo que se escucha el sonido ambiente de la oficina pública de empleo española. Después de escuchar una recopilación de testimonios aparecen las letras de la cabecera. La cabecera no tiene música, sólo montaje de letras.
Planos	El número total de planos del programa son 154 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los primeros planos (58) y los planos medios (44) , ya que durante todo el programa cuando Évole realiza las diferentes entrevistas se juega casi todo el rato con estos dos planos. Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el plano general (30), el plano detalle (12) y el gran plano general (10).
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 15, predominando los interiores (10) por encima de los exteriores (5). Debido a la temática del programa aparecen muchas oficinas de empleo.
Música y efectos de sonido	Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa, también se utilizan cuando el programa se desplaza geográficamente. En el caso de este cuando se viaja de España a Copenhague, Dinamarca o viceversa. Son muy escasos.
Tono de la pieza	El tono de la pieza es de denuncia . Tanto las preguntas formuladas por Évole, preguntas directas y tajantes, cómo por ejemplo; ¿Nadie evalúa si el dinero que se gasta en cursos de formación es aprovechado? De verdad, ¿no hay ningún estudio que pruebe que las personas que han hecho un curso después hayan encontrado más fácilmente un trabajo? ¿De dónde sale el dinero?, cómo la elección de las fuentes, en la mayoría testimonios que hablan indignados de su situación o la comparación de los cursos en España y

	Dinamarca, casos totalmente contrarios (España la corrupta y Dinamarca el modelo a seguir).
Emociones	La pieza busca la indignación en los espectadores. A medida que vas visionando el programa y recopilas toda la información que te ofrece, sólo haces que preguntarte: ¿Cómo es posible que haya tanta corrupción? ¿Cómo puede ser que pasen estas cosas?

Resumen del programa

Empieza el programa con diferentes voces en off de testimonios de parados al mismo tiempo que se escucha el sonido ambiente de una oficina pública de empleo.

Aparecen las letras de la cabecera y después siguen otras declaraciones de más testimonios que hablan sobre el Inem.

Con un sonido de fondo muy suave en forma de melodía muy corta entra el título del programa “Parados y defraudados”.

A continuación ya se ve a Jordi Évole sentado junto a Begoña Cueto, profesora de Economía aplicada de Oviedo (fuente experta), iniciando una entrevista. Sale al mismo tiempo un rótulo informativo sobre la fuente. Durante toda la entrevista se pasa de planos medios a primeros planos, focalizando el interés siempre en la persona que habla y sus gestos.

Acaba la entrevista con la profesora y empiezan a salir imágenes de una clase de un curso de formación. Évole entra en la clase e inicia una entrevista grupal, pidiendo opinión y vivencias sobre los cursos. Diferentes testimonios hablan sobre la dificultad a la hora de encontrar una plaza en los cursos y sobre que no sirve para encontrar empleo. Dentro de la misma clase, Évole termina la entrevista grupal y se centra en el profesor, Francisco Cáceres (fuente experta) a quién le suelta tajante ¿Tú crees que en este país se ha hecho negocio con los parados? El profesor contesta de manera rotunda Sí, y confiesa que habría respondido con un insulto. (Se muestra la indignación del formador)

Imágenes de un avión para explicar la transición de España a Dinamarca, el programa se traslada a Copenhague. Rótulos informativos para situar al espectador también.

Aparecen imágenes de Copenhague mientras una voz en off empieza a explicar su experiencia.

Después entrevista a Iván Pasarín, inmigrante de España y testimonio en paro en Dinamarca, explica como son los cursos de formación allí.

Comparación del INEM en Dinamarca y España. Aparecen imágenes de una clase de formación en Dinamarca.

Entrevista con el consejero de Iván, Erik Maillet, orientador laboral. J. Évole aprovecha para dar datos muy contundentes sobre la diferencia entre los orientadores en España y Dinamarca. Un orientador laboral del INEM en Barcelona se ocupa de atender a unos 12.000 parados, en Dinamarca un orientador se ocupa de 150 parados como máximo.

Música de transición + imágenes + rótulo informativo. Gobierno local de Dinamarca.

Entrevista a Reyes Sánchez, consultora en Dinamarca y testimonio de diferentes cursos.

Imágenes de la calle de Dinamarca y de un centro comercial, Évole pregunta a diferentes personas si conocen casos de corrupción en Dinamarca. Nadie recuerda ninguno.

Música de transición + imágenes más rótulo orientativo. Nos sitúa en el parque del retiro de Madrid. Se escuchan diferentes cortos de voz en off de noticias de corrupción en informativos sobre el fraude de los casos de corrupción, al mismo tiempo que en las imágenes aparecen cifras.

Entrevista a conjunta a Raúl Piñero, ex técnico de cursos de formación y a Vicente Laguna, Abogado. Ambos denunciaron ante la ley el fraude de los cursos.

Luego cierran las luces para ocultar la identidad a dos testimonios más, ya que actualmente están trabajando en cursos con condiciones fraudulentas. Por último, Évole llama a Sandra, otro testimonio de formadora.

A continuación aparecen imágenes de un avión, al mismo tiempo que van saliendo carteles de diferentes comunidades y voces en off de testigos irregulares de formación.

Finalmente, vuelven a Copenhague y Évole realiza una entrevista a Victor La Puente, profesor de la Universidad de Goteburgo (fuente experta), quién explica el funcionamiento de las instituciones en Dinamarca.

Más tarde, entrevista final al Presidente del Parlamento Danés. Traducida con subtítulos.

Durante la última pregunta de la entrevista aparecen los créditos finales del programa.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
14	0	8	1	23

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
3	38	131	100	11	283

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
10	7	17

Duración total del programa
1:16:21

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 23 fuentes, de las cuales 14 de ellas son testimoniales, 8 institucionales y 1 alto cargo. No aparece ninguna fuente experta.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los ciudadanos y habitantes de la comunidad</p>

	<p>autónoma de Cataluña, en concreto de Barcelona y Castelldefels a los que se entrevista para conocer sus opiniones y experiencias personales.</p> <p>Las fuentes institucionales agrupan a diferentes figuras políticas y musicales.</p> <p>El alto cargo es el Presidente del Parlamento Catalán, Artur Mas.</p>
Elección temática	El programa trata del 9-N, la consulta sobre la independencia de Cataluña y sobre el independentismo catalán en general.
Figura del presentador	El presentador es Jordi Évole , aparece únicamente él durante todo el programa ejerciendo la figura de periodista y presentador. Una figura marcada e irónica, capaz de realizar todas las preguntas que harían los espectadores.
Cabecera	El programa se inicia con una vista panorámica de la ciudad de Barcelona en la que aparece un rótulo: "4 días de noviembre". Suena música ambiental de una cacerolada. No se utiliza una cabecera propia del programa, se adapta siempre a la temática que va a tratar. Los créditos iniciales aparecen en las mismas imágenes del programa.
Planos	El número total de planos del programa son 283 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los planos medios (131) y los primeros planos (100) , ya que durante todo el programa cuando Évole realiza las diferentes entrevistas se juega casi todo el rato con estos dos planos. Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el plano general (38), el plano detalle (11) y el gran plano general (3).
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 17, predominando los exteriores (10) por encima de los interiores (7). Debido a la temática del programa casi todo el rato aparecen imágenes del parlamento catalán.
Música y efectos de sonido	Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa. También se utilizan para estructurarlo. La música de la que se vale es música ambiental sin letra,

	descontando la música del concierto de Kiko Veneno y la música de Lluís Llach.
Tono de la pieza	El tono de la pieza es de denuncia, Jordi Évole pretende examinar el movimiento independentista.
Emociones	Las emociones que pretende crear en la audiencia son de indignación y de sorpresa.

Resumen del programa

El programa se inicia con una vista panorámica de Barcelona de noche y con un rótulo en el que pone (4 días de noviembre), de fondo se escuchan cacerolas sonando. Más tarde aparecen los nombres de la producción.

Imágenes de gente tocando las cacerolas + voces de dos testimonios (sin identificar).

Imágenes de un concierto más música de fondo. Entrevista a otras fuentes personales. No se identifica a ninguna de esas fuentes con rótulos informativos ni mediante voz.

Entrevista a Kiko Veneno, el músico del que han utilizado imágenes del concierto y música. Se le pregunta si es casualidad o ha sido queriendo que su concierto coincida con el 9-N. También pregunta sobre el odio social de los españoles hacia los catalanes y de los catalanes hacia los españoles.

*Se utilizan los primeros planos para captar toda la atención del espectador hacia la persona que está hablando.

Imágenes del Parlament de Catalunya por fuera y por dentro más música ambiental sin letra. Rótulo informativo para situar al espectador en el lugar.

Entrevista a David Fernández (diputado de CUP) dentro del parlamento. Aparece rótulo informativo para identificar a David. Durante la entrevista Jordi Évole se vale de un iPad para mostrarle a Fernández titulares del periódico. También le enseña el anuncio de la campaña por la independencia (esta vez se ve en grande).

*Planos medios + Primeros planos – únicos planos utilizados durante la entrevista.

Imágenes de dentro del parlamento catalán + música ambiental sin letra.

Entrevista a Albert Riera del presidente de Ciutadans y a Miquel Iceta (Primer Secretario del PSC) en presencia de David Fernández. Se utilizan rótulos informativos para presentarlos. Durante la entrevista Jordi Évole hace referencia a un momento de tensión que se vivió en el parlamento hace unos días entre Albert Riera y David Fernández, ponen el video para que la audiencia lo vea.

Imágenes de una escuela con niños jugando en el patio. Rótulo informativo de Castelldefels. Entrevista a Manuel Reyes, alcalde de Castelldefels. El municipio de Castelldefels no se ha sumado a la votación del domingo. También aparece rótulo

informativo para identificar al entrevistado. Hacen la entrevista al lado del patio del colegio, en un momento de la entrevista se acercan a la vaya para escuchar en que idioma hablan los niños (hablan en castellano). Durante la entrevista Évole corta en dos ocasiones al entrevistado porque cree que se está yendo por las ramas y le suelta comentarios como “pero que rodeos dais siempre los políticos” o “con lo fácil que es responder si o no...”

Después de la entrevista Évole va a dar una vuelta por Castelldefels junto con el alcalde y se paran a preguntar a la gente lo que opina sobre el 9-N y la independencia.

Imágenes del telediario, sale Soraya de Santamaría hablando sobre el proceso soberanista. Poco después imágenes de un restaurante dónde una mesa habla sobre la independencia.

Entrevista a Silvia Soler voluntaria para el 9-N. Aparecen rótulos informativos para identificarla. Entrevista dentro del mismo restaurante de antes.

El programa acompaña a Soler la entrevistada al acto de Maria Cristina, un acto de cierre para la campaña del 9-N. Imágenes del acto, con fragmentos del discurso.

Después del acto, entrevista a Lluís Llach, cantautor. Aparece rótulo informativo para identificarlo. Durante la entrevista Évole utiliza el iPad para mostrarle unas imágenes sobre un acto de Podemos en el que utilizan una canción suya.

Imágenes de fuera de la Generalitat, del ambiente del día antes del 9-N.

Entrevista con Artur Mas, presidente de la Generalitat el día del 9-N. Aparece rótulo informativo para identificarlo. Inician la entrevista en la calle y después se dirigen a una casa histórica donde estuvo viviendo el presidente Tarradellas para seguir la entrevista. Durante la entrevista el presentador hace un guiño de humor cuando el presidente le enseña un ascensor antiguo (“perso esto no te llevarà a Andorra o a Suïça, ¿no?”)

Cuando están sentados siguiendo la entrevista Évole le enseña la prensa de hoy. Discuten los titulares.

Después Évole acompaña al presidente a votar. Évole se despide del presidente junto a una multitud que lo aclama. Aparecen los créditos finales.

Programa del 16/11/14 – Movimientos ciudadanos, nueva política

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
5	1	3	0	9

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
2	48	125	160	8	343

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
6	5	11

Duración total del programa
00:57:24 min

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 9 fuentes, de las cuales 5 de ellas son testimoniales, 3 institucionales y 1 experta. No aparece ningún alto cargo.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a los ciudadanos y habitantes de Colombia, en concreto de la ciudad de Medellín. A los que se les pregunta por temas de política.</p> <p>Las fuentes institucionales agrupan a diferentes figuras políticas, tanto de España como de Colombia.</p> <p>La fuentes experta es una especialista en gestión pública.</p> <p>No aparece ningún alto cargo en la pieza.</p>
Elección temática	El programa trata sobre los movimientos ciudadanos como una nueva forma de hacer política. Se enmarca dentro de un momento de descrédito político en España.
Figura del presentador	El presentador es Jordi Évole , aparece únicamente él durante todo el programa ejerciendo la figura de periodista y

	<p>presentador. Una figura marcada e irónica, capaz de realizar todas las preguntas que harían los espectadores.</p>
Cabecera	<p>El programa se inicia con imágenes de una persona colocando sillas en la calle. En las mismas imágenes aparecen los créditos iniciales con información sobre los productores y directores del programa. Hay música instrumental de fondo.</p> <p>*No se utiliza una cabecera propia del programa, se adapta siempre a la temática que va a tratar. Los créditos iniciales aparecen en las mismas imágenes del programa.</p>
Planos	<p>El número total de planos del programa son 343 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los primeros planos (160) y los planos medios (125), ya que durante todo el programa cuando Évole realiza las diferentes entrevistas se juega casi todo el rato con estos dos planos. Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el plano general (48), el plano detalle (8) y el gran plano general (2).</p>
Escenarios	<p>El total de escenarios que aparecen en el programa son 11, están muy equilibrados: exteriores (6) e interiores (5). Los escenarios son Barcelona y Colombia.</p>
Música y efectos de sonido	<p>Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa. Se utilizan para estructurar el programa. La música de la que se vale es música instrumental sin letra.</p>
Tono de la pieza	<p>El tono de la pieza es de denuncia, Jordi Évole pretende examinar y criticar a la política e informar de los nuevos movimientos ciudadanos que están surgiendo como nueva opción política. A los nuevos movimientos ciudadanos también les hace preguntas inquisitivas para lograr una mayor transparencia de los contenidos que muestra. Preguntando a testimonios y expertos, no sólo a fuentes institucionales logra un contenido bajo en subjetividad.</p>
Emociones	<p>La pieza busca informar a la ciudadanía de las nuevas formas políticas que están</p>

	surgiendo en España y compararlas con otras opciones políticas internacionales.
--	---

Resumen del programa
<p>Se inicia el programa con imágenes de una persona colocando sillas en la calle. En esas mismas imágenes aparecen los créditos iniciales de los productores y directores del programa. Hay música instrumental de fondo.</p> <p>Se escucha la voz en off de una persona dando un discurso en la calle. Se ven imágenes de un acto de protesta en la calle.</p> <p>Aparece Ada Colau hablando en el acto.</p> <p>Acaba el acto y con el fondo de una panorámica de la ciudad de Barcelona aparece un título: "Candidato ciudadano". Sigue la música instrumental de fondo.</p> <p>Imágenes de edificios de Barcelona + panorámica final de Barcelona. Rótulo informativo para localizar al espectador. Se escucha la voz en off de J. Évole y enseguida aparece él con Ada Colau en un ascensor. Salen al exterior.</p> <p>Después de un rato de entrevista aparece el rótulo informativo para presentar a Ada Colau, miembro de Guanyem Barcelona.</p> <p>Imágenes de las calles de Barcelona más música de fondo (sigue el sonido ambiente)</p> <p>J. Évole entra junto a Ada Colau a un bar donde han quedado con otra fuente para hacer una entrevista múltiple. La nueva fuente es Juan Carlos Rodríguez Ibar, expresidente de la junta de Extremadura. Aparece rótulo informativo para identificarlo. Durante la entrevista se utiliza la Tablet para enseñar artículos, titulares, etc. Vuelve a salir el rótulo informativo sobre Ada Colau y más tarde el de Rodríguez Ibarra (supongo que para que las personas que lo puedan comenzar a ver ahora no se pierdan)</p> <p>Acaba la entrevista imágenes de la ciudad de Barcelona de noche más música instrumental.</p> <p>De repente mediante la consecución de imágenes de la ciudad, se entra en un ascensor y se cambia el escenario. Ya no estamos en Barcelona, estamos en Colombia. Se escucha la voz en off de una mujer. Rótulo informativo localizándonos en Colombia. Sigue la música instrumental de fondo.</p> <p>Entrevista a Adriana Betancur, la mujer de la voz en off de antes. A través de un rótulo identificativo, sabemos que es especialista en gestión pública. Están dentro de un teleférico haciendo la entrevista.</p> <p>Imágenes de Medellín, Colombia + música instrumental de fondo.</p> <p>Sigue la entrevista con la especialista.</p>

Música instrumental + imágenes de la ciudad y de sus habitantes.

J. É pregunta a los ciudadanos, fuentes testimoniales, sobre el movimiento ciudadano y su líder, Sergio Fajardo. No se identifican las fuentes testimoniales.

Imágenes de la gobernación Antioquia, una institución de Colombia. Música instrumental.

Voz en off de J.É haciendo una entrevista, mientras se ven imágenes del edificio por dentro. La entrevista es a Sergio Fajardo, el exalcalde de Medellín. Lo sabemos por un rótulo informativo que lo identifica. Al cabo de un rato de entrevista vuelve a aparecer el rótulo.

Créditos finales mientras el final de la entrevista.

A destacar...

*Confrontación de los dos entrevistados. Dos puntos de vista diferentes son representados.

* Salvados utiliza mucho el recurso de comparar la problemática que denuncia con otros países, para ver las diferencias internacionales

Programa del 23/11/14 – Maneras de vivir la política

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
2	0	2	1	5

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
2	33	82	111	12	240

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
5	4	9

Duración total del programa
00:57:35 min

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 5 fuentes, de las cuales 2 de ellas son testimoniales, 2 institucionales y 1 alto cargo. No aparece ninguna fuente experta.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a mineros que hablan sobre el político Gerard Iglesias.</p> <p>Las fuentes institucionales agrupan a diferentes figuras políticas de España.</p> <p>El alto cargo es María Luisa Cava de Llano, consejera del estado. Un puesto honorífico.</p>
Elección temática	El programa trata sobre el oficio de político en España . Centrándose en las jubilaciones de los políticos, en la compatibilidad de trabajos, en los sueldos...
Figura del presentador	El presentador es Jordi Évole , aparece únicamente él durante todo el programa ejerciendo la figura de periodista y presentador. Una figura marcada e irónica, capaz de realizar todas las preguntas que harían los espectadores.
Cabecera	<p>El programa se inicia con imágenes de unos abuelos jugando a cartas y al dominó. En las mismas imágenes aparecen los créditos iniciales con información sobre los productores y directores del programa. Hay música instrumental de fondo.</p> <p>*No se utiliza una cabecera propia del programa, se adapta siempre a la</p>

	temática que va a tratar. Los créditos iniciales aparecen en las mismas imágenes del programa.
Planos	<p>El número total de planos del programa son 242 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los primeros planos (111) y los planos medios (82), ya que durante todo el programa cuando Évole realiza las diferentes entrevistas se juega casi todo el rato con estos dos planos.</p> <p>Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el plano general (33), el plano detalle (12) y el gran plano general (2).</p>
Escenarios	El total de escenarios que aparecen en el programa son 9, están muy equilibrados: exteriores (5) e interiores (4).
Música y efectos de sonido	<p>Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa. Se utilizan para estructurar el programa. La música de la que se vale es música instrumental sin letra.</p> <p>El sonido ambiente también juega un papel fundamental.</p>
Tono de la pieza	El tono de la pieza es de denuncia , se pretende criticar y examinar la vida de las personas que se dedican a la política. Cuáles son los beneficios de dedicarse, como los sueldos, los empleos de después, las jubilaciones, etc. Se entrevista a figuras políticas reconocidas por desmarcarse de la casta política y también a otras figuras que no lo hacen. Contraposición de fuentes.
Emociones	La pieza busca indignar e informar a la ciudadanía de la vida política de muchas figuras de España y de algunos de los productos del empleo público institucional. Como los sueldos, los favoritismos, el nombramiento a dedo, etc.

Resumen del programa

El programa se inicia con imágenes del Congreso de diputados + música instrumental. Aparecen diferentes rótulos informativos:

- 350 diputados
- 81% provienen de cargos municipales y regionales
- 47% trabajan como empleados públicos
- 10 años de permanencia media

Después de estos rótulos informativos aparece el título del episodio: “Vidas políticas”.

Imágenes de abuelos jugando al dominó y a las cartas + créditos iniciales del programa. Sigue la música.

Entrevista al primer presidente de la Junta de Castilla y León, Demetrio Madrid. Aparece rótulo informativo que lo identifica. Durante la entrevista se pone una grabación de voz del ex presidente Aznar en la Tablet. Vuelve a aparecer el rótulo informativo después de un rato.

“A veces parece que la democracia ha creado una especie de xiringuitos para colocar a expolíticos”. Intervención de Jordi Évole muy crítica durante la entrevista.

Imágenes de un pueblo marinero + sonido ambiente de las campanadas. Voz en off de J.É haciendo una entrevista a una mujer, siguen las imágenes del pueblo. Aparece rótulo informativo, el pueblo marinero resulta ser Ibiza.

La mujer a la que está realizando la entrevista es María Luisa Cava de Llano, consejera del estado.

J. É pregunta directamente sobre los sueldos de los consejeros de estado y le muestra a la entrevistada un dato publicado sobre el capital que se destina a este órgano. (utiliza la Tablet para mostrárselo)

Pregunta como la nombraron miembro del consejo, y ella responde que la propuso el presidente. J. É dice “vamos que fue un nombramiento a dedo”.

Utiliza la Tablet para mostrar imágenes de los miembros del consejo de estado.

Intervención de J. É durante la entrevista crítico y duro: “lo que no entiendo es que en un país donde hay tantos órganos consultivos que luego estemos tan mal”.

Imágenes de una mina + música instrumental y sonido ambiente. Preguntan a mineros sobre Gerardo Iglesias, un político de origen minero que después de ejercer como político volvió a la minería.

Aparecen imágenes de archivo de Gerardo Iglesias en una rueda de prensa.

Imágenes de la ciudad de Oviedo + rótulo informativo para situar al espectador.

Entrevista a Gerardo Iglesias, Ex secretario general del PCE y ex coordinador general de IU. Aparece rótulo informativo para identificarlo.

Imágenes de la mina donde trabajó Gerardo Iglesias + música instrumental + rótulo informativo: 1991 Gerardo Iglesias se ve forzado a abandonar la mina, tras una caída de 15 metros, le diagnostican invalidez permanente.

Vuelven las imágenes de la entrevista normal de antes, en casa de Iglesias.

Créditos finales en las mismas imágenes del final de la entrevista.

A destacar...

*Durante partes del programa aparece en el margen izquierdo superior de la imagen un rótulo con el hastag del twitter y el nombre del episodio.

Programa 30/11/14 – “Arriba y abajo”

ANÁLISIS CUANTITATIVO

FUENTES				
Testimoniales	Expertas	Institucionales	Altos cargos	Total
10	2	1	2	15

PLANOS					
Gran plano general	Plano general	Plano medio	Primer plano	Plano detalle	Total
3	33	79	144	10	269

ESCENARIOS		
Exteriores	Interiores	Total
3	4	7

Duración total del programa
00:53:29

ANÁLISIS CUALITATIVO	
Cantidad y tipología de fuentes	<p>Aparecen un total de 15 fuentes, de las cuales 10 de ellas son testimoniales, 2 expertas, 2 altos cargos y 1 institucional.</p> <p>Las fuentes testimoniales agrupan a ciudadanos españoles que explican sus dificultades salariales y sus preferencias de votos políticos.</p> <p>Las fuentes expertas son el politólogo y el periodista.</p> <p>Los altos cargos que aparecen son: el exministro de trabajo, Manuel Pimentel y el Presidente del Círculo de Economía, Antón Costas.</p> <p>La fente institucional es un trabajador social.</p>
Elección temática	El programa trata sobre el mundo laboral español , la realidad de la economía y de los salarios.
Figura del presentador	El presentador es Jordi Évole . Él es el encargado de mediar la entrevista múltiple que ocupa casi todo el programa, pero al final del programa por primera vez aparece otra periodista preguntando a ciudadanos su opinión.
Cabecera	<p>El programa se inicia con las imágenes, el sonido ambiente de una mujer de la limpieza entrando a trabajar. Durante estas imágenes también aparece música instrumental de fondo y voz en off de la misma explicando su experiencia personal. Más tarde, una vez el programa ya ha sido introducido en temática, aparecen los créditos iniciales en un edificio y el título del programa.</p> <p>*No se utiliza una cabecera propia del programa, se adapta siempre a la temática que va a tratar. Los créditos iniciales aparecen en las mismas imágenes del programa.</p>

Planos	<p>El número total de planos del programa son 269 aproximadamente. Los planos que más se utilizan son los primeros planos (144) y los planos medios (79), ya que durante todo el programa cuando Évole realiza la entrevista múltiple se juega todo el rato con estos dos planos.</p> <p>Los demás planos utilizados para ilustrar en determinados momentos son el plano general (33), el plano detalle (10) y el gran plano general (3).</p> <p>El plano general se utiliza sobre todo al principio del programa para mostrar la historia de la mujer de la limpieza.</p>
Escenarios	<p>El total de escenarios que aparecen en el programa son 7, predominando los interiores (4), sobre los exteriores (2).</p> <p>Casi todo el programa transcurre de noche dentro de un edificio, en una mesa redonda en la que realizan la entrevista múltiple.</p>
Música y efectos de sonido	<p>Los efectos musicales se utilizan como mecanismos de transición entre entrevistas o subtemas del programa. Se utilizan para estructurar el programa. La música de la que se vale es música instrumental sin letra.</p> <p>El sonido ambiente también juega un papel fundamental.</p> <p>También se utilizan efectos de sonido como los de un ascensor cuando aparece el título del episodio, en este caso “Arriba y abajo”.</p> <p>Nunca se escucha música si hay alguien hablando en imagen o en voz en off, solo para los silencios.</p>
Tono de la pieza	<p>El tono de la pieza es de denuncia, se pretende criticar y examinar el mundo laboral español y la desigualdad en salarios entre los grandes empresarios y los trabajadores corrientes. Se entrevista a figuras de la política como el exministro y el Presidente del Círculo económico y también a expertos para que den informaciones rigurosas. Por otro lado, también se humaniza la pieza introduciendo la voz de un trabajador social y de fuentes testimoniales.</p>

	*Buena contraposición de fuentes.
Emociones	La pieza busca indignar e informar a la ciudadanía de las desigualdades salariales y de las reformas laborales echas hasta la fecha.

Resumen del programa

Imágenes y sonido ambiente + seguido de música. Se ve a una mujer entrando a trabajar. Es la mujer de la limpieza. A través de una voz en off se explica cuál es el empresario mejor pagado de España, aparecen rótulos informativos con los millones de euros que gana (7,9M€).

Se escucha la voz en off de una mujer de la limpieza diciendo lo que cobra mientras se ven imágenes de ella limpiando.

Se siguen dando nombres de empresarios ricos con rótulos informativos que apoyan a la voz en off. Los rótulos informativos son camuflados en la escena. (detalle original y artístico)

Se da el nombre de la mujer de la limpieza a la que se ha visto limpiar y se ha escuchado en voz en off. (Encarna Sigüenza) Ahora aparece hablando a la cámara.

Entrevista a Santiago Carcar, Periodista de Infolibre. Aparece rótulo informativo para identificarlo.

Se escucha la voz en off de una mujer explicando las dificultades que tiene mes a mes para pagar todos los gastos. Se ven imágenes de una mujer comprando en un mercadillo. La mujer del mercado se pone a hablar con otra mujer sobre los salarios y las pensiones. (Fuentes testimoniales)

Vuelve a aparecer Carcar en imagen explicando datos sobre los salarios y los contratos en las grandes compañías.

Se escucha la voz en off de una mujer más joven y se ven imágenes de ésta en un tren. Habla sobre lo difícil que es vivir con tus padres teniendo ya una edad (26 años).

Vuelve a aparecer un fragmento de la entrevista a Carcar.

Imágenes de archivo proyectadas desde una pantalla de la calle de un empleado del banco BBVA dando un discurso.

De nuevo imágenes de Carcar.

Se utiliza un panel de publicidad como soporte para introducir otras imágenes de archivo de una persona declarando sobre la reforma laboral.

Otro fragmento de entrevista a Carcar.

Vuelven otra vez imágenes de la mujer de la limpieza declarando sobre su situación económica.

Imágenes del tranvía y de un edificio en el que comienzan a aparecer los créditos iniciales del programa + música.

Después de los créditos iniciales aparece el título del programa “Arriba y abajo” con unos emoticonos de un ascensor y el efecto de sonido del mismo.

Seguidamente aparece una sala oscura con una mesa redonda en la que están sentados Jordi Évole y tres personas más. J.É está preguntando a uno de los presentes (Antón Costas, presidente del círculo de Economía). Aparece rótulo informativo para identificarlo. Otro de los presentes es Gustavo García, director de la Casa Amparo de Zaragoza (trabajador social). El último presente es Manuel Pimentel, exministro de trabajo. Se hace una entrevista múltiple dando voz equilibradamente a cada participante.

En determinados momentos aparece el rótulo de twitter en la esquina superior izquierda con el título del programa para generar feedback en las redes sociales.

Durante la entrevista J.É utiliza como soporte una Tablet para enseñar titulares de prensa y datos. A través de un rótulo informativo se informa de que medio son las informaciones y de qué fecha datan.

Imágenes de archivo desde la Tablet en las que se ve al ministro Montoro declarando sobre la pobreza. Aparece un rótulo informativo que lo identifica y que data sus declaraciones.

Vuelven a aparecer rótulos informativos que identifican a los participantes de la entrevista múltiple.

Imágenes de archivo desde la Tablet en las que se ve a la Alcaldesa de Cádiz del PP, Teófila Martínez declarando. A través de un rótulo informativo se la identifica y se datan sus declaraciones.

+ Imágenes de archivo desde la Tablet, esta vez son de Pilar Sol, diputada del PP. Aparece rótulo informativo que identifica y data dichas declaraciones.

J.É “¿El ascensor social ya no funciona? ¿El que nace pobre muere pobre y el que nace rico muere rico?”

Imágenes del teatro nuevo apolo de Madrid (aparece rótulo informativo que sitúa al espectador). Se trata de la Clausura de la Asamblea Ciudadana de Podemos.

Laura Gimeno, una periodista pregunta a gente asistente a la clausura sus preferencias en votos de política. Un rótulo informativo identifica a la periodista.

Vuelven las imágenes de la entrevista múltiple de antes con una nueva incorporación a la mesa: José Fernández-Albertos, politólogo CSIC. Aparece un rótulo informativo que lo identifica.

Para concluir la entrevista J.É enseña una viñeta desde la Tablet que critica a la economía, los participantes a la entrevista dan su opinión.

Créditos finales del programa durante las últimas imágenes de la entrevista.

A destacar...

*Por primera vez aparece otra periodista entrevistando a ciudadanos en el programa Salvados. Esta periodista únicamente pregunta a ciudadanos y se la ve de espaldas o de lado, nunca se enfoca a su cara, ni se hacen primeros planos como al presentador estrella J.É. Sí que aparece un rótulo informativo que la identifica.

*Los rótulos informativos del principio se camuflan con las escenas de manera artística y original.

7.2 Seguidores en redes sociales

	Salvados	Equipo de investigación	Comando Actualidad
Facebook	<p>Salvados – 501.223 Me gusta</p> <p>Jordi Évole – 1.288.805 Me gusta</p>	<p>Equipo de investigación – 10.179 Me gusta</p> <p>Gloria Serra – No tiene perfil de Facebook</p>	<p>Comando Actualidad – 39.043 Me gusta</p> <p>Mario Montero – 175 Me gusta</p> <p>Mónica Hernández - 214 Me gusta</p> <p>Mila Payo – No tiene perfil de Facebook</p> <p>Sara Lozano – No tiene perfil de Facebook</p> <p>Eneko Carazo – No tiene perfil de Facebook</p> <p>Teresa Perales – 427 Me gusta</p> <p>Juan Carlos Cuevas – No tiene perfil de Facebook</p> <p>Silvia Sánchez – 260 Me gusta</p>
Twitter	<p>Salvados – 509.000 seguidores</p> <p>Jordi Évole – 1.700.000 seguidores</p>	<p>Equipo de investigación – 38.900 seguidores</p> <p>Gloria Serra – 16.200 seguidores</p>	<p>Comando actualidad – 8.313 Seguidores</p> <p>Mario Montero – No tiene perfil de Twitter</p> <p>Mónica Hernández – 554 seguidores</p>

			Mila Payo – 263 seguidores
			Sara Lozano – 415 seguidores
			Eneko Carazo – 247 seguidores
			Teresa Perales – 627 seguidores
			Juan Carlos Cuevas - 563 seguidores
			Silvia Sánchez – 384 seguidores

Tabla 7: Número de seguidores en los perfiles de redes sociales de los programas y de los presentadores. De elaboración propia.