

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FAC. DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA
TELEVISIÓN MEXICANA”

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
PRESENTA

EDUARDO FERNANDO AGUADO CRUZ

ASESOR DE TESIS: DRA. SUSANA GONZÁLEZ REYNA.

MÉXICO, D.F.

AGOSTO 2005.

DEDICATORIAS

Tengo en mis manos el privilegio de ser feliz y todo gracias al apoyo incondicional de muchas personas que creen en mí y a ellas quiero dedicar este segundo trabajo de tesis, que ha sido tan amada y gozada por mí.

Este trabajo quiero dedicárselo con mucho cariño a mi mamá, a mi papá, a mi hermano y mi abuelita.

Y con mucha amistad para mis alumnos quienes me han apoyado e impulsado a continuar con los estudios de postgrado, mil gracias por compartir conmigo sus alegrías y tristezas; y más que verme como un profesor me vean como un amigo con el cual siempre podrán contar.

Y a ti...

*“Quién estará más sano del
espíritu, aquellos que no están
enfermos o aquellos que a
pesar de sus padecimientos
tienen el ánimo de seguir
adelante”.*

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo es resultado de un proceso de formación del que he tenido la fortuna de ser parte.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) el apoyo económico brindado. Este se ha traducido en la realización del presente estudio y la invaluable experiencia de cursar la maestría en Comunicación en la mejor universidad del país, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

*“El pasado es un tren que ya se fue,
el futuro es solamente una idea,
el ahora es un regalo que la vida te da,
por eso, vive el presente con la
experiencia del pasado y la esperanza
del futuro”.*

AGRADECIMIENTOS.

A Dios por darme la dicha de vivir, estar sano, de disfrutar este momento, por permitirme cumplir mis metas y sueños; pero sobre todo conocer a personas tan maravillosas que me han hecho feliz en este mundo.

A mis padres Azucena Cruz y Daniel Aguado quienes me han apoyado para continuar y culminar con mis estudios de maestría, mil gracias.

A mi hermano y mi mejor amigo Edgar Baldemar Aguado quien siempre me ha apoyado en todo momento.

A mi abuelita Paula Salas quien siempre me ha brindado su afecto y apoyo incondicional para cumplir mis metas.

A todos mis compañeros de generación con quienes compartí dos años inolvidables, gracias por aguantarme y por brindarme su amistad, la cual aprecio mucho y espero que ésta continúe por varios años más. En especial a Verónica Vázquez Valdés, Raúl Vicente Luna Muñoz, Alejandra González Aguilar, José Luis Vázquez Piñón, María del Paz Molina Carreño, Carlos García Benítez, Efrén Arellano Trejo, Enrique Pimentel Bautista, Sonia Paredes Áviles, Gabriela Salas y Seymour Espinosa.

Quiero agradecer muy especial a mis ayudantes Karla Ramírez Estrada, Luis Cedeño Huaracha, Alfonso Clara Pérez, Alejandro Salinas Sobrado y Christian Anaya Guerrero que siempre han estado a mi lado tanto en las buenos como malos momentos, además más que mis ayudantes son mis mejores amigos, gracias por todo y saben cuanto los aprecio.

A todos mis maestros de postgrado por su gran paciencia y por compartir sus conocimientos, muy en particular a:

Susana González Reyna: Gracias por confiar en mí, y darme la oportunidad de trabajar con usted este proyecto que ha sido producto de su dedicación y paciencia. Y me siento muy alagado de conocer a una persona tan maravillosa como usted, pues no sólo me ha permitido desarrollarme como profesionista sino como persona, y la verdad me siento afortunado de haberla conocido y para mi es la mejor profesora de esta facultad.

Eva Salgado Andrade: Por aguantarme durante este tiempo, pues fue de las pocas profesoras con quien tuve la dicha de cursar toda mi maestría, y gracias por sus comentarios y observaciones que permitieron mejorar y enriquecer este trabajo.

Gloria Valek Valdés: Por inculcarme el amor y la pasión por el estudio de la divulgación de la ciencia, por motivarme a ser siempre mejor y por supuesto, por sus enseñanzas.

Verónica Ochoa: Por tus comentarios y paciencia, y sobre todo por ser una gran amiga.

Luz. Ma. Garay Cruz: Por sus enseñanzas y por apoyarme con sus comentarios para mejorar este trabajo de investigación.

Elvira Hernández Carballido: Por permitirme conocer nuevos estudios y horizontes de la comunicación que para mí eran desconocidos, y sobre todo por su invaluable apoyo, mil gracias.

A mis compañeros y amigos de la NQ. Quienes me han permitido crecer como profesionista, por confiar en mí y por su amistad. Muy especial al Sr. Alejandro Wong, C. Luis Castelan, Lulú Monroy, Sandra Flores, Dulce Ma. García, Marco Antonio Mendoza, Octavio Lira, y Guillermo Ortega.

ÍNDICE	
	PÁG.
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1. El discurso y sus variantes	7
1.1. El discurso.	7
1.2. Texto y contexto	8
1.3. El discurso oral	9
1.4. El discurso escrito	11
1.5. El discurso visual	12
1.6. El discurso audiovisual	13
1.6.1. El lenguaje televisivo	16
CAPÍTULO 2. La televisión mexicana	25
2.1 Origen y desarrollo de la televisión mexicana	25
2.2 Marco legal de la televisión mexicana	38
2.3. La televisión y sus características como medio masivo de comunicación	43
CAPÍTULO 3. Periodismo Televisivo	47
3.1. El noticiario	49
3.2. La revista	54
3.3. Programas de investigación.	56
CAPÍTULO 4. Las formas del discurso y su relación con el ejercicio periodístico.	58
4.1. La Narración	59
4.2 La Descripción	61
4.3. La Exposición	62
4.4. La Argumentación	63
CAPÍTULO 5. Los géneros periodísticos en la televisión mexicana.	68
5.1. ¿Qué se entiende por género?	68
5.2. Los géneros periodísticos	69
5.3. Clasificación de los géneros periodísticos	71
5.4. Los géneros informativos	72
5.4.1 La nota informativa	72
5.4.2 La crónica	74
5.4.3 El reportaje	76
5.4.4 El documental	77
5.4.5 La entrevista	80
5.4.6 La encuesta	81
5.5. Los géneros opinativos.	85

CAPÍTULO 6. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana	89
6.1 El editorial	89
6.2. El comentario.	103
6.3 La reseña crítica	116
6.4 La mesa redonda	129
6.5 El debate.	135
6.6 Humorismo televisivo	141
6.6.1. Caricatura política o cartón de opinión	142
6.6.2. Humorismo a través de marionetas	144
6.6.3. Humorismo por Montaje	149
6.6.4. Humorismo de Actuación	157
6.7. Sugerencias metodológicas para la redacción de un género periodístico de opinión.	161
CONCLUSIONES	165
ANEXO1 Monitoreo	169
ANEXO 2 Información sobre Hechos de Peluche.	192
BIBLIOGRAFÍA	196

INTRODUCCIÓN

El periodismo es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer los diferentes acontecimientos de interés público. La información periodística responde a todas las interrogantes del acontecer social: qué sucedió, quién lo dijo, cómo ocurrió, en dónde, por qué, y cuándo. En otras palabras el periodismo busca proporcionar información al público de una manera periódica, oportuna y verosímil sobre lo que ocurre en el país y en el mundo, y que de una u otra forma repercuten en la vida personal y colectiva, del ser humano.

El ejercicio periodístico ha adquirido tal vitalidad en sí mismo que ha generado la diversidad de géneros propios, e inclusive ha trascendido sobre el origen de su propia aparición, el escrito, para instalarse en otros medios como el visual, el sonoro o el audiovisual.

Los géneros periodísticos en los medios audiovisuales han tenido una marcada influencia de los géneros impresos. Sin embargo, gracias al desarrollo tecnológico de los medios masivos de comunicación, han permitido una clara evolución de éstos, es decir, ya no se trata de una copia del medio impreso, sino que cada medio a partir de su propio lenguaje audiovisual ofrece un tratamiento apropiado de la información, estableciendo ritmos, imágenes, sonidos y tiempos propios del medio, ya sea en radio o televisión.

Sobre el particular, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación más importante a nivel mundial. Hoy en día hay más de 750 millones de televisores en todo el mundo, distribuidos en casi 160 países, por lo cual, estos son más vistos por más de 2.5 billones de personas. En México de acuerdo con el XII censo general de población y vivienda efectuado por el INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática) en el año 2000, el 90% de la población cuenta cuando menos con un televisor en su hogar, siendo el segundo medio de comunicación masiva con mayor presencia en los hogares mexicanos, después de la radio.

Por lo expuesto, la académica Verónica Tostado señala en su obra denominada *Manual de Producción de Televisión* que “una persona en México ve un promedio de tres a cuatro horas diarias de televisión, multiplicando esta cantidad por semana y por año encontramos que cuando una persona haya cumplido 70 años, habrá pasado siete años de su vida viendo la televisión”.

En la actualidad, la televisión se ha convertido en el medio de transmisión de noticias más importante, toda vez, que logra transmitir en directo lo que está ocurriendo, además de incorporar el sonido y la imagen. Dada la importancia que ha adquirido este medio de comunicación, surgió el interés por estudiar al periodismo televisivo, en particular a los géneros periodísticos de opinión que hay en la televisión mexicana, pero ¿por qué los géneros de opinión?

Al efectuar una breve consulta bibliográfica se deduce que el periodismo escrito cuenta con una larga trayectoria de estudios, de inventos y de sistematizaciones; en contraparte, el periodismo en los diferentes medios de comunicación, en concreto con la televisión, los estudios son más recientes, y salvo algunas excepciones, apenas se ha diseñado una sistematización de conjunto, y no se han atendido las peculiaridades de la realización de los géneros periodísticos en la televisión. Los libros que han tratado teóricamente el periodismo televisivo en general se ocupan de los géneros informativos, dejando a un lado al periodismo de opinión, el cual ha cobrado mayor importancia en los programas periodísticos del país. Es por ello que se parte de la hipótesis de que el desarrollo del periodismo en la televisión mexicana ha permitido que los géneros periodísticos de opinión adquieran ciertas características peculiares en este medio, a tal grado que es importante estudiarlos para su enseñanza profesional. Asimismo, se considera que el lenguaje audiovisual empleado por la televisión ha permitido innovar en el género periodístico de opinión.

El objetivo principal de este trabajo de investigación consiste en identificar los usos, los alcances y la delimitación de cada uno de los géneros y subgéneros de opinión, y señalar cuáles son sus exigencias y requisitos. Para cumplir con esta meta se efectuó un monitoreo de todos los espacios informativos que se transmiten en la televisión abierta del Distrito Federal, durante el mes de julio del 2004, esto con el fin de identificar por una parte las emisiones informativas en las que se ejerce el periodismo de opinión, y, por otra, determinar con qué frecuencia se hace.

Una vez que se identificaron los espacios en los que se ejerce el periodismo de opinión, se procedió a grabar cada una de estas emisiones por quince días para efectuar el análisis de las partes de opinión. Conformando el corpus se procedió a estudiar y conocer a cada uno de los diferentes géneros de opinión con el fin de:

- Identificar los géneros de opinión que hay en la televisión de acuerdo con los postulados de la teoría periodística.
- Señalar si hay otro tipo de géneros de opinión diferentes a los que propone la teoría del periodismo.
- Conocer las características discursivas de cada uno de los diferentes géneros para caracterizarlos y clasificarlos.
- Señalar el procedimiento para la redacción y presentación de los géneros opinativos.
- Seleccionar ejemplos que ayuden a ilustrar el tratamiento de la opinión en el medio televisivo.

Cabe aclarar, que en el presente trabajo en ningún momento se pretende efectuar un análisis de contenido o estructural de los noticiarios mexicanos, ni se realizará un análisis profundo de los géneros informativos, pues esto desviaría el objetivo central del presente trabajo de investigación. Reitero, sólo interesa conocer las partes donde se ejerce el periodismo de opinión en televisión, para posteriormente describirlos.

El trabajo está dividido en seis capítulos y dos anexos. En el primero se explica en términos generales que el periodismo es un discurso y que de acuerdo al propósito que persiga el periodista puede hacer uso del discurso ya sea escrito, visual o audiovisual.

El segundo capítulo presenta un panorama general del desarrollo de la televisión mexicana con el fin de conocer los principales aspectos evolutivos que han venido a configurar el medio de comunicación que conocemos actualmente; esto con el fin de contextualizar el objeto de estudio. A su vez se hace una breve revisión sobre la Ley Federal de Radio y Televisión en donde no sólo se expone el contenido de unos artículos, sino que también se hace mención sobre los cambios que se están gestando en el Congreso de la Unión a dicha ley.

El tercer capítulo se define al periodismo televisivo y se propone una tipología sobre los espacios televisivos en los cuales se puede apreciar el ejercicio periodístico en este medio, en donde encontramos productos como el noticiario, revista y programas de investigación. Cada uno cuenta con su respectiva explicación y se mencionan sus características generales y constitutivas.

El cuarto capítulo se hace mención de que la comunicación periodística se caracteriza por el uso de distintos tipos de discursos para referirse al acontecimiento. Estas formas discursivas son: la narración, descripción, la exposición, y la argumentación.

El quinto capítulo describe de manera general a los diferentes géneros periodísticos que se encuentran en la televisión mexicana, en donde se explica de manera somera a los géneros informativos: nota informativa, crónica, reportaje, documental, entrevista y encuesta, de ésta última se hace un revisión detallada tomando en consideración que es un género que tiene poco tiempo en nuestro país y que se carece hoy en día con fuentes que lo expliquen con detenimiento.

El sexto capítulo detalla con precisión las características, la tipología, las técnicas de realización y presentación de los diferentes géneros periodísticos de opinión que se lograron identificar: editorial, comentario, reseña crítica, mesa redonda, debate y humorismo televisivo. Cada uno de ellos cuenta con un par de ejemplos que permiten enseñar la forma en que se puede elaborar un género de opinión. Al final del capítulo hay un pequeño apartado en el cual se proporcionan unas sugerencias metodológicas para la elaboración y redacción de un texto de opinión en televisión.

Por supuesto, no podían faltar las conclusiones a las que se llegaron al realizar este trabajo de investigación.

Cabe señalar que se cuenta con dos anexos, en el primero se muestran los resultados obtenidos durante el monitoreo efectuado, señalando los

espacios informativos en los que se ejerce el periodismo de opinión, con qué frecuencia los hacen y sobre las temáticas de las que más se habla.

En el segundo anexo se incluye la información proporcionada por Televisión Azteca en donde se detalla el personal y las características de los Hechos de Peluche.

CAPITULO I

EL DISCURSO Y SUS VARIANTES

1.1 EL DISCURSO

Para realizar la presente investigación se parte de la idea de que el periodismo es un discurso, y que a través de las diferentes modalidades del discurso se puede comprender y estudiar a los géneros periodísticos, en particular los de opinión en la televisión mexicana, que es el centro de interés de este trabajo.

Pero, ¿qué se entiende por discurso? De acuerdo con Helena Calsamiglia y Amparo Tusón:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez es un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto lingüístico, local, cognitivo y sociocultural.

El lenguaje como materia prima del discurso, ofrece a quienes la usan una serie de opciones de entre las cuales eligen en el momento de (inter) actuar discursivamente. Esa elección, sujeta o no a un control consciente, se realiza de acuerdo con unos parámetros contextuales que incluyen la situación, los propósitos de quien realiza y las características de los destinatarios, entre otros.¹

En este sentido, ya no podemos concebir al discurso como algo que está dado, y tal como señala Daniel Prieto:

El discurso o forma de interacción lingüística entre las personas es no sólo parte de la vida social, sino que contribuye a crearla. El ser humano aparece como un productor incesante del discurso y como alguien inserto desde su nacimiento en un contexto discursivo. La referencia a diferentes tipos de discurso indica que estamos en un universo caracterizado por el entrecruzamiento de ellos y que está determinado no sólo por la difusión de los mismos; sino también por la pertenencia a determinados grupos, sectores o clases sociales.²

Con lo anterior se puede decir que el hombre usa el discurso para comprender y transmitir la realidad. Por lo que el periodista se vale del discurso para elaborar sus mensajes, ya sea para informar u opinar sobre los acontecimientos más relevantes.

¹ Helena Calsamiglia y Amparo Tusón. *Las cosas del decir*, pág. 15.

² Daniel Prieto Castillo. *La fiesta del lenguaje*, pág. 163.

1.2 TEXTO Y CONTEXTO

Todo discurso se caracteriza por contar con dos dimensiones: textual y contextual. De acuerdo con Teun A. van Dijk la dimensión textual se ocupa de las estructuras del discurso en los diferentes niveles de descripción (sintáctico y semántico); y la dimensión contextual relaciona estas descripciones estructurales con diferentes propiedades del contexto como son, los procesos cognitivos y las representaciones socioculturales (pragmática)³.

A su vez, Van Dijk señala que el discurso no es sólo texto sino también incluye la acción. Por lo que el discurso va más allá de la mera descripción de las estructuras textuales, es también una forma de interacción. Según esto, el discurso supone la integración del texto y el contexto en modo tal que el uso del discurso en una situación social es al mismo tiempo un acto social.

De manera similar, añade Van Dijk, la interpretación y la producción de un texto suponen los procesos mentales de la interpretación y la formulación, la recuperación y el uso del conocimiento y de otras estrategias de la dimensión cognitiva del discurso.

Además, han surgido nuevos enfoques sociológicos que aunados a los enfoques referidos, brindan una perspectiva más completa para estudiar el discurso. Se tratan de todas las nuevas teorías sobre la construcción social de la realidad que han sido desarrolladas por Beger, Luckman, Tuchman y varios más. Sus aportaciones ayudan a una mejor explicación de la producción, circulación y consumo del discurso.

Para Geertz “la sociología del conocimiento debería llamarse sociología del significado, pues lo que está socialmente determinado no es la naturaleza de la concepción, sino los vehículos de la concepción”⁴. Al respecto Miguel Alsina menciona:

Los significados del discurso son sólo una abstracción de estos procesos de interpretación cognitivos, de la misma manera en que las declaraciones y los actos de habla son sólo abstracciones sociales.

Por ello, una explicación empírica completa del discurso también debe incluir una descripción de los procesos cognitivos de la producción del discurso y el entendimiento, y de las interacciones sociales en las situaciones socioculturales.⁵

En síntesis, hablar de discurso es referirse en forma general a procesos de interpretación e integración social. En otras palabras, el interés del análisis del discurso es determinar por una parte las relaciones entre los textos y los contextos, los fenómenos de influencia de los procesos cognitivos y contextuales en la construcción y, por otro lado, la comprensión del discurso y su significación de la realidad.

³ Teun Van Dijk. *Texto y contexto*, pág. 45.

⁴ Geertz, citado por González Reyna, Susana. *En la construcción del discurso periodístico. Tesis de Maestría. FCPyS, UNAM. Maestría en Comunicación*, pág. 26.

⁵ Alsina Miguel. Citado por González Reyna, Susana. *La construcción del discurso periodístico*, pág. 2

En suma, se puede definir al discurso como una forma de interacción lingüística entre las personas, y que no sólo es parte de la vida social, sino que contribuye a crearla. Para ello el hombre requiere de ciertos procesos cognitivos que le permiten comprender y elaborar discursos, los cuales no únicamente están determinados por su difusión de los mismos, sino también por la pertenencia a ciertos grupos, sectores o clases sociales, es decir, el discurso cobra significación dentro de un contexto discursivo.

Para fines de esta investigación no es de mi interés conocer la forma como se construye el discurso de opinión en televisión y ver los actores sociales que intervienen, ni la forma en que éstos son recibidos por la audiencia, ya que esto sería otra manera interesante de abordar el objeto de estudio pero, encauzaría el trabajo de investigación a otro tipo de planteamiento y otros objetivos. No obstante, esta inquietud puede dar la pauta para futuras investigaciones, por lo que si el lector está interesado en realizar un estudio con esta orientación lo remito al pie de página en donde puede encontrar referencias bibliográficas que le pueden ser de utilidad⁶.

Cabe aclarar, que uno de los objetivos de esta investigación consiste que a partir de lo construido (a partir del discurso elaborado por las televisoras) se van a caracterizar las formas del discurso presentes en los géneros periodísticos, en particular los de opinión en la televisión mexicana. Aspecto del cual se profundizará más adelante.

Ahora bien, se ha hecho mención que un discurso hace uso del lenguaje⁷ como materia prima, por lo que se puede señalar que existen cuatro tipos de discurso: oral, escrito, visual y audiovisual. A continuación, se explicará cada uno de ellos.

1.3 DISCURSO ORAL

Es considerado como natural, consustancial al ser humano y como parte constitutiva de la persona. El discurso oral se produce en y con el cuerpo, ya que emplea los órganos del sistema respiratorio y de diferentes partes de la cabeza, labios, lengua y fosas nasales. También los movimientos de los ojos, diferentes exposiciones faciales y otros movimientos corporales forman parte importante de la oralidad así como de las vocalizaciones.

En otras palabras el hombre es una de las pocas especies de este planeta que cuenta con un aparato fonológico que le permite enunciar y articular palabras. A su vez, es importante señalar que el discurso oral es regular el uso de gestos faciales y manuales. “Las personas, cuando hablan, hacen gesticulaciones tanto informativas como expresivas. Es difícil encontrar

⁶ Teun Van Dijk, *La noticia como discurso*, Ed. Paidós, Barcelona, España. 1998. Merck Fishmann *La fabricación de la noticia*, Ed. Tres tiempos, Buenos Aires, Argentina. 1983. Rodrigo Alsina Miquel, *La construcción de la noticia*. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1981.

⁷ Lenguaje: Es la facultad desarrollada por el hombre para comunicarse con sus semejantes, todos los hombres, en su relación social, emplean el lenguaje como instrumento para comunicar a otras personas lo que piensan y sienten.

a una persona que al hablar no mueva las manos, incluso llama la atención quienes lo hacen poco o quienes abusan de ello.”⁸

El discurso oral resulta mucho más completo que el mímico, y tiene la ventaja de articular los sonidos con otros elementos complementarios que amplía la información, este elemento es la entonación. Cuando una persona habla, además de la información contenida en sus palabras, por el tono de voz se conoce su estado de ánimo: enojo, entusiasmo, tristeza, alegría o dolor.

De acuerdo con Helena Calsamiglia el discurso oral se caracteriza, básicamente por los siguientes rasgos:

- ✓ En primer lugar, por la participación simultánea de las personas que intervienen en ella.
- ✓ En segundo lugar, por la presencia simultánea de quienes interactúan se comparte el espacio y el tiempo, los interlocutores participan cara a cara.
- ✓ En tercer lugar, porque los interlocutores activan, construyen y negocian en la interacción una relación interpersonal basada en sus características: el estatus, los papeles o la imagen.

Si bien al referirse a la situación oral se mencionan rasgos como la inmediatez y la producción cara a cara, con el desarrollo de la tecnología y de los medios de comunicación audiovisuales también ha supuesto un impacto enorme en lo que se refiere a los canales por lo que, actualmente, puede circular el habla, tanto de forma directa o simultánea como la forma diferida, o combinando ambas formas. Veamos algunos de sus posibilidades en el siguiente cuadro.

CANALES DEL HABLA

DIRECTO	DIFERIDO EN TIEMPO Y ESPACIO
1.- Cara a cara	1.- Emisiones de radio y televisión (pregrabadas)
2.- Por teléfono	2.- Cinta de audio y video que se envía a un familiar o un amigo.
3.- Emisiones de radio y televisión en vivo	3.- Combinación de usos directos y diferidos.
	4.- Emisiones de radio y televisión con llamadas telefónicas.
	5.- Emisión de televisión con intervención vía satélite.
	6.- Emisiones de radio y televisión que combinan lo pregrabado con lo directo.
	7.- Conferencia en la que se utiliza video.

(Helena Calsamiglia y Amparo Tusón: pág.42)

⁸ Susana González Reyna, *Manual de redacción e investigación documental*, pág. 211.

1.4. DISCURSO ESCRITO:

La realidad escrita no es universal, es un invento del ser humano, se aprende como un artificio que utiliza como soporte elementos materiales como la piedra, el bronce, la arcilla, el papel o la pantalla del ordenador. Los órganos del habla se sustituyen aquí por instrumentos como el punzón, la caña, la pluma o el teclado guiados por la mano.

Platón consideraba la escritura como una tecnología externa y ajena, lo mismo que muchas personas hoy piensan de la computadora. Puesto que en la actualidad ya hemos interiorizado la escritura de manera tan profunda y hecho de ella una parte importante de nosotros mismos(...)la escritura constituye una tecnología que necesita herramientas y otro equipo: estilos, pinceles o plumas, superficies cuidadosamente preparadas como el papel, pieles de animales, tablas de madera, así como tintura o pintura y mucho más⁹

El discurso escrito utiliza como vehículo múltiples canales, pero se podrían agrupar en dos rubros:

- a) Manual.- Se escribe a mano con lápiz, bolígrafo, pluma, tiza, etc. Este tipo de canal más bien se especializa en el ámbito de lo inmediato y personal, tanto si se da en la esfera de lo privado, como si se da en la esfera de lo público. Crea un efecto de personalización y singularización del escrito.
- b) Mecánico.- La imprenta, a escala industrial, produce libros y publicaciones periódicas con posibilidad de alcanzar públicos amplios, máquinas de escribir, ordenadores, impresoras, Fax, CD Rom, foto copadoras, etc. Que reproducen textos escritos en virtud de medios telemáticos y electrónicos¹⁰

El discurso escrito cumple la importante función de transmitir los conocimientos de una generación a otra. Hay quienes consideran la escritura como la forma de expresión más completa, gracias a su permanencia en el tiempo y en el espacio.

En suma, el discurso escrito es un medio por el cual el periodista elabora sus mensajes en los diferentes medios impresos como periódicos y revistas. Aunque también, se llega a emplear en otros medios de comunicación como la televisión.

⁹ Helena Calsamiglia *Op. cit.* pág. 58.

¹⁰ *Ibidem*, pág. 60.

1.5. DISCURSO VISUAL

Al hablar de este tipo de discurso estamos haciendo alusión a la imagen. Ésta la podemos definir como “la figura o representación de una cosa y, por extensión, como la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos. En realidad esta palabra derivada del latín *imago* (figura, sombra o imitación), indica toda la representación figurada y relacionada con el objeto representado por su analogía o su semejanza perceptiva. Puede considerarse imagen cualquier imitación de un objeto, ya sea percibida a través de la vista o de otros sentidos”¹¹

Para Abraham Moles la imagen es “un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo, susceptible de subsistir a través del tiempo y que constituye una las componentes principales de los mass media: fotografía, pintura, ilustraciones, escultura, cine y televisión”¹²

El mundo de las imágenes puede dividirse en imágenes fijas (cartel publicitario, cómic, fotografía y pintura) e imágenes móviles (cine, video y televisión), dotadas de movimiento, estas últimas derivadas técnicamente de las primeras.

Toda imagen se caracteriza por:

- a) Su grado de figuración: Correspondiente a la idea de representación por la imagen de objetos o seres conocidos intuitivamente por nuestros ojos en el mundo exterior.
- b) Su grado de iconicidad: Correspondiente al grado de realismo de una imagen respecto al objeto que representa. Por ejemplo, un dibujo es menos icónico que una fotografía debido a que esta última se asemeja más al objeto representado.
- c) Su grado de complejidad: No se refiere únicamente a la complejidad de la imagen en función del número de elementos que la conforman, sino que es imprescindible incluir en este terreno las competencias del espectador¹³.

Una imagen se compone por 8 elementos que son: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura y escala.

1.-Punto: Es la unidad más simple, irreducible y mínima de la comunicación visual.

¹¹ José. Ma. Casasús, *Teoría de la Imagen*, pág. 25.

¹² Abraham Moles, citado por Carmen Millé Moyano en *Antología de imagen y periodismo*, pág. 73.

¹³ Si el lector quiere ahondar más sobre las características de la imagen señaladas en este apartado, lo invito a que consulte el texto de Jordie Pericot, *Mostrar para decir, la imagen en contexto*. Ed. Universidad Autónoma de Barcelona, 2002. y el texto de Abraham Moles, et. al. *La comunicación y los mass media*. Editorial Mensajero, Bilbao. 1982.

2.-Línea: Puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto, pues cuando hacemos una marca, continua o una línea, lo conseguimos colocando un marcador puntual sobre una superficie y moviéndola a lo largo de una determinada trayectoria, de manera que la marca quede registrada.

3.-Contorno: Toda línea describe un contorno. En la terminología del contorno hay tres contornos básicos: el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero.

4.-Dirección: Los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas: el cuadrado, la horizontal y la vertical; el triángulo, la diagonal; el círculo, la curva. Cada una de las direcciones visuales tiene un fuerte significado asociativo y es una herramienta valiosa para la conformación de mensajes visuales.

5.-Tono: Los bordes en que la línea se usa para representar de modo aproximado o detallado, suelen aparecer en forma de yuxtaposición de tonos, es decir, de intensidades de oscuridades o claridad del objeto visto.

6.-Color: Es la impresión que se produce en la retina a la luz reflejada por los objetos. El color tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse. El matiz es el color mismo; la saturación, que se refiere a la pureza de un color respecto al gris; el brillo, que va de la luz a la oscuridad.

7.-Textura: Es el elemento visual que sirve frecuentemente de doble de las cualidades de otro sentido, el tacto. Pero en realidad la textura podemos apreciarla y reconocerla ya sea mediante el tacto, mediante la vista o ambos sentidos.

8.-Escala: Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar y definirse unos a otros. Este proceso en sí mismo es lo que se llama escala. En otras palabras, no puede existir lo grande sin lo pequeño¹⁴.

A través del discurso visual, el periodista puede ilustrar los hechos, mediante el pie de foto, elaborar fotorreportajes y el cartón de opinión.

1.6. DISCURSO AUDIOVISUAL

Como se ha referido en el apartado anterior las imágenes pueden ser de dos tipos: imágenes estáticas y en movimiento. Éstas últimas toman las características de las primeras, pero además, se les integra el lenguaje sonoro que es integrado por los siguientes elementos: música, efectos, palabra y silencio. Para elaborar un mensaje audiovisual además de tomar en cuenta los códigos icónicos (imagen) y sonoros, se vale de los medios técnicos de captación y reproducción existentes.

¹⁴ Crf. Donis A. Donis. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, pág. 210.

El discurso audiovisual tiene su antecedente en el cine, en sus inicios éste consideraba a los medios técnicos como instrumentos perfectos de captación objetiva de la realidad, capaces de enlatar la vida. Sin embargo, los creadores pronto se dieron cuenta de que no era así. La vida no era blanco y negro, ni muda, ni estaba enmarcada, ni tenía sólo dos dimensiones. Al respecto Federico Diez señala:

Los creadores tomaron conciencia de que la cámara no actuaba como el ojo humano, y por tanto no podía reproducir de la misma forma la vida, ni siquiera en su apariencia visual. A partir de esta constatación comenzaron a intentar representar la realidad y la vida, empezaron a relatarla y para ello fueron creando y construyendo el lenguaje audiovisual.

Esta realidad es, sin duda, la principal materia prima en la construcción de mensajes cinematográficos y televisivos, pero es una realidad filtrada también por el ojo de la cámara¹⁵

Por lo anterior, se puede decir que el discurso audiovisual es una realidad en sí misma que alude a través de su imagen a otra realidad, es decir, una meta realidad.

A su vez, el discurso audiovisual no sólo muestra un punto de vista del productor o del camarógrafo sobre un aspecto de la realidad, sino también permite a través de su lenguaje hacer variaciones tanto en tiempo y en el espacio. A continuación se presentará un cuadro sinóptico en el cual se mostrarán los cambios que contrajo el discurso audiovisual a la noción de tiempo y espacio.

EL ESPACIO

REALIDAD	DISCURSO AUDIOVISUAL
1.- Es ilimitada: Hasta cierto punto, ya que nosotros podemos captar todos los elementos que nos rodean hasta donde nuestra vista nos permita ver.	1.- Es limitado: Las imágenes son capturadas y presentadas en un cuadro de 4x3(en televisión) y 16x9(cine) y no podemos ver más allá de lo que se presenta en el encuadre ¹⁶ .
2.- Es tridimensional	2.- Es una superficie plana
3.- Colores variados	3.- Hay color y el blanco y negro.
4.- Es multisensorial: Percibimos la realidad a través de cinco sentidos	4.- Es limitado, en el sentido que solo podemos percibir "la realidad" a través de lo visual y lo sonoro

¹⁵ Diez Fernández, Federico. et. al. *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. Ed. Paidós, Pág. 23

¹⁶ Encuadre: Todos los medios de expresión visual tienen en común la existencia del encuadre, que es una demarcación, limitación que impone el medio. Por medio del encuadre, el hombre capta esa porción de la realidad que más le interesa y quiere destacar, limitándola a un cuadro de 4x3 si es televisión o de 16x9 so es cine.

TIEMPO

1.- Una duración real, medible, en otras palabras los acontecimientos tienen velocidad propia.	1.- Duración modificable, diferente a la real: La narrativa visual permite variaciones en el tiempo, lo que puede pasar en la vida cotidiana en 1 min., en el discurso audiovisual puede presentarse en 30 segundos o en 3 minutos.
2.- Existe un orden lineal e histórico	2.- El orden es diferente al real, el emisor crea el orden. Gracias a elementos como el flash back, flash forward, y la elipsis ¹⁷
3.- Los procesos humanos no se reiteran, por ejemplo la primera guerra mundial no se vive todos los días	3.- Permite la posibilidad de reiteración de varios acontecimientos.
4.- El pasado sólo se encuentra en nuestra memoria	4.- El pasado existe, el cual a través de imágenes se puede evocar.
5.- No se pone en juego la simultaneidad, sólo podemos estar en un tiempo y espacio a la vez.	5.- Pone en juego la simultaneidad, es decir en un par de tomas podemos ver dos acciones que ocurren en diferentes lugares, al mismo tiempo

Como se ha mencionado, la cámara capta imágenes por procedimientos tecnológicos similares a los mecanismos fisiológicos del ojo humano.

A pesar de sus semejanzas con la visión directa, la captación de imágenes con la cámara es mucho menos perfecta. De acuerdo con Federico Diez¹⁸ también existen diferencias en la interpretación de las imágenes según provengan de la visión directa o de la cámara.

Respecto a la captación de imágenes encontramos las siguientes características:

- La cámara no responde con la rapidez y eficacia del ojo ante cambios o situaciones críticas de iluminación.
- La cámara tiene limitaciones para mantener enfocados simultáneamente objetos distantes, mientras que el ojo pasa de uno a otro sin problemas.

¹⁷ Elipsis: es la supresión del tiempo mediante un corte o una disolvencia. En otras palabras, no se ve toda la acción de un personaje. Por ejemplo: Se puede ver a una persona subiendo las escaleras, y en la siguiente toma la vemos que ya está abriendo la puerta de su departamento. Nunca se vio todo el recorrido completo: subir escalón por escalón, sacar sus llaves e introducirla en la cerradura. A esta supresión de este tipo de sucesos se le llama elipsis.

Flash back: Supone una evocación del pasado. Suele utilizarse en aquellos casos en los que se pretende interpolar en acción alguna información no coherente con la línea temporal marcada en la secuencia de las viñetas y relativas al pasado.

Flash forward o front: Escena o secuencia del futuro dentro del presente narrativo de una historia que se desarrolla en forma lineal.

¹⁸ Federico Diez Fernández, *Op. cit.* pág. 23-25

- La cámara encuadra un espacio muy limitado, mientras que el ojo no está limitado por el encuadre y tiene un ángulo de visión muy superior.
- En la visión directa el punto de atención varía continuamente, mientras que la imagen obtenida por la cámara obliga a centrar la atención exclusivamente en ella tal como es presentada. Por ello, cuando se representan acciones en tiempo real, en muchas ocasiones el espectador puede tener la sensación de que duran más de la cuenta.

En cuanto a la interpretación:

- En las imágenes captadas por el ojo humano, provenientes de la realidad, el cerebro las recibe directamente y las procesa eficaz e instantáneamente para extraer su significado. Las imágenes procedentes de la cámara, en cambio, son previamente seleccionadas y combinadas, la exploración ya ha sido hecha; así que cuando las vemos en la pantalla, el cerebro las interpreta tal y como le son presentadas.
- La cámara no presenta la realidad, sino una visión de la realidad. No presenta las imágenes para que el ojo explore y seleccione lo significativo. Todo lo que presenta está ya seleccionado y se convierte en significativo.
- La cámara ha visto por nosotros y ve de forma diferente. Por ello, la obtención de sus imágenes y su presentación ha de realizarse utilizando un lenguaje, que aporta el conocimiento para dirigir la visión de la cámara excluyendo aquello que no sirve al significado previsto, haciendo posible que los espectadores entiendan los mensajes visuales y les de un significado común.
- El lenguaje interviene en la selección y combinación de las imágenes organizadas en forma de mensaje, permite al emisor elaborar conscientemente mensajes con significados informativos y expresivos para los receptores.

Cabe señalar que el discurso audiovisual no sólo permite el registro de la imagen y el sonido, sino también de su almacenamiento y por tanto, su permanencia. El discurso audiovisual se emplea para cine y televisión.

1.6.1. EL LENGUAJE TELEVISIVO

Como se ha planteado al inicio de este capítulo, el periodista o cualquier otra persona que desee incursionar en el medio televisivo, debe conocer las reglas y los recursos con los que se cuenta para elaborar un mensaje a través de este medio, es decir, se debe conocer los elementos sintácticos que le ofrece la televisión.

Por lo que en este apartado se comentará a grandes rasgos los elementos constitutivos del lenguaje televisivo y son:

SECUENCIA

La secuencia es una unidad de división del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática.

“La secuencia puede desarrollarse en único escenario e incluir una o más escenas, o en diversos escenarios. También puede desarrollarse de forma ininterrumpida de principio a fin, o bien fragmentarse en partes mezclándose con otras escenas o secuencias intercaladas”¹⁹

En otras palabras, la secuencia se distingue porque engloba una acción completa, y que se inicia y concluye por lo regular con un fundido en negro.

Cabe señalar que en la práctica profesional el término secuencia se aplica muchas veces como sinónimo de escena, e incluso se emplea para denominar cualquier parte de la acción que haya de ser representada y registrada en un espacio específico.

ESCENA

La escena es una parte del discurso visual que se desarrolla en un solo escenario y que por sí mismo no tiene sentido dramático completo, es decir, una secuencia puede constar de una sola escena, como ocurre en muchas adaptaciones teatrales, pero lo usual es que la secuencia esté formada por la visión de varias escenas, que son nuevas unidades dramáticas de orden menor, definidas por la unidad de tiempo y lugar.

TOMA

La toma, también llamado plano de registro, es un término que se aplica para designar la captación de imágenes por un medio técnico. Suele definirse como la mirada de la cámara.

Plano es la delimitación espacial de la imagen a reproducirse icónicamente. El concepto de plano surge del ambiente cinematográfico.

Uno de los elementos importantes de la toma es el encuadre, que es el marco o límite de una serie de imágenes. Estos límites de la pantalla televisiva definen el cuadro. “Todo lo que contiene ese cuadro, es decir, aquella parte de la realidad que la cámara capta en cada momento, constituye el encuadre”.²⁰

Cada toma tiene un propósito, y forma parte integral de lo que se va a decir en el mensaje. “Los movimientos de cámara deben responder a una necesidad de producción, el moverla sin ninguna justificación es antitelevisión, además es el reflejo del poco conocimiento que se tiene sobre la producción televisiva.”²¹

¹⁹Federico Diez Fernández, *Op. cit.* pág. 29.

²⁰Soler Llorech, *La televisión: Una metodología para su aprendizaje*, pág. 43.

²¹Jorge Enrique González Treviño, *Televisión. Un enfoque alternativo Teórico-Práctico*. Pág. 25

En este caso el periodista debe entender el significado de las distintas tomas, su uso y la manera en que los espectadores las aceptan como tomas distintas, al momento de elaborar su mensaje.

Cada país ha desarrollado una nomenclatura diferente para designar los distintos tipos de planos, lo que provoca cierta confusión. Por lo que a continuación se presentarán los diferentes planos tomando en consideración las variantes que puede haber de cada una.

PLANOS

PLANO PANORÁMICO/ GRAN PLANO GENERAL O PLANO GENERAL LARGO: Encuadra un amplio paisaje en el que el escenario es el protagonista por encima de la figura humana.

PLANO GENERAL/ TOMA DE UBICACIÓN/ VERY LONG SHOT: Puede presentar un entorno con o sin personaje. Este entorno puede estar constituido por un paisaje, por el interior de una habitación, etc. Puede aparecer la figura humana pero aparece pequeñísima dentro del encuadre.

FULL SHOT: Es cuando la cabeza y los pies del personaje coinciden aproximadamente con los límites superior e inferior de la pantalla.

PLANO AMERICANO/ MEDIUM LONG SHOT/ AMERICAN SHOT/ KNEE SHOT: Se centra en la figura humana, que aparece cortada a la altura de las rodillas.

PLANO MEDIO/ MEDIUM SHOT: Es cuando la figura humana se corta a la cintura.

PLANO DE BUSTO/ BUST SHOT: Es cuando la figura se corta a la altura del pecho.

MEDIUM CLOSE UP: La toma va de los hombros a la cabeza.

PRIMER PLANO O CLOSE UP: Es una toma cerrada, lo normal es del cuello a la cabeza, y ocupa todo el espacio.

GRAN PRIMER PLANO/ BIG CLOSE UP/ EXTREME CLOSE UP: Es una toma mas cerrada que la anterior. Encuadra tan sólo un detalle como un ojo, los labios, la nariz, etcétera.

PLANO DE DETALLE O TIGHT SHOT: Es una toma cerrada, similar a la del Close Up, pero se utiliza para objetos.

OVER THE SHOULDER: Toma sobre el hombro de la otra persona quien se ubica más cerca de la cámara.

PLANO HOLANDÉS: La cámara se inclina a partir de 30°. Se utiliza para tensionar, pero no hay que abusar de ella.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA:

TILT: Es el movimiento de la cámara de abajo hacia arriba (Tilt up) o de arriba hacia abajo (Tilt Down) sobre su eje.

DOLLY: La cámara con su transporte se desplaza hacia delante del objeto o la persona (Dolly in) o hacia atrás (Dolly out), en línea directa.

PANEO: Movimiento de la cámara sobre su eje horizontal o puede ser hacia la derecha o la izquierda.

PEDESTAL: Es elevar o bajar la cámara sobre el tripié.

TRAVELLING: Movimiento de toda la cámara hacia la izquierda o la derecha.

CRANE O BOOM: Movimiento de la cámara hacia arriba o hacia abajo sobre una grúa.

TONGUE: Movimiento de la cámara de izquierda a derecha o viceversa sobre una grúa.

WIPPING: Movimiento de la cámara de forma veloz haciendo un recorrido de 360°

ZOOM: Aunque no es un verdadero movimiento de cámara se le considera como tal, pero en realidad es el cambio de distancia que se hace por medio del lente.

ZOOM IN es un acercamiento óptico hacia el objeto

ZOOM OUT. Es el alejamiento óptico del objeto.

ANGULACIÓN.

ANGULACIÓN HORIZONTAL O NORMAL: La cámara (o los ojos del espectador) se sitúa a la altura del tórax o la cabeza de los personajes. Es la posición más convencional en la fotografía de un grupo de personas, y responde a la visión normal que tiene un sujeto o de otro o de un grupo al que se observa.

ANGULACIÓN EN PICADA: En la que los objetos representados aparecen vistos desde arriba, como si se observara desde una elevación o en un edificio alto, pero en diagonal.

ANGULACIÓN EN CONTRAPICADA: Aquella que se reproduce está tomada desde abajo, a la altura de los pies o las rodillas de los sujetos, y el eje óptico de la supuesta cámara apunta hacia arriba, pero en diagonal.

ANGULACIÓN NADIR: Es en la cual el eje óptico de la cámara se coloca verticalmente y se dirige hacia arriba: es la angulación necesaria para realizar la toma de un avión que pasara sobre nuestra cabeza.

ANGULACIÓN CENITAL: En la que manteniendo vertical el eje óptico de la cámara, esta mira hacia abajo. Sería la angulación que necesitamos para fotografiar nuestros pies.²²

LA EXPRESIVIDAD DE LA BANDA SONORA

El sonido es un elemento indispensable de cualquier obra audiovisual. De hecho, algunos autores consideran que en los medios audiovisuales, como la televisión, la imagen es la que debe tener un peso específico mayor. Sin embargo, no se trata de ver qué elemento tiene mayor importancia, sino la forma en que ambos se complementan para elaborar un mensaje.

De acuerdo con Federico Diez “en la planificación ordinaria, el sonido nunca debe ser sustituto de la imagen, sino que debe acompañarla e integrarla”²³

Al respecto Llorech Soler dice que “el sonido y la imagen deben de ser tratados como un todo indisociable, inseparable, teniendo en cuenta que el valor de una aportación sonora a una imagen determinada puede cambiar el sentido de la misma”²⁴

En otras palabras, la banda sonora va a codificar la forma en que el espectador percibe e interpreta la imagen. Imágenes iguales pueden llegarse a interpretar de diferente manera con tan sólo cambiar la banda sonora que las acompaña.

En suma, la banda sonora puede aclarar hechos de la imagen, contradecirlos o hacerlos ambiguos. En cualquier caso, la banda sonora puede y debe entablar siempre una relación activa con la banda de la imagen.

El sonido tiene tres atributos fundamentales: La intensidad o nivel, tono y timbre.

INTENSIDAD: Da la idea de la cantidad de energía acústica o potencia sonora de la señal de audio.

TONO: Es la cualidad de los sonidos que permite su distinción entre agudos y graves. Está determinado por la frecuencia. “La gama de frecuencias audibles se extiende entre los 16-20 hertzios, hasta los 20,000 hertzios comprendiendo

²² Para mayor información sobre los planos y ángulos, el lector puede consultar las obras de González Treviño, Jorge Enrique. *Televisión. Un enfoque alternativo Teórico-Práctico*. 2ª. Ed. Alambra, México, 1997. Tostado Span, Verónica. *Manual de Producción en televisión*. Ed. Pearson Education, 1993. Herbert Zettl. *Manual de Producción de televisión*. Ed. Thompson. 7ª ed. Méx. D.F. 1999

²³ Federico Diez Fernández, *Op. cit.*, pág. 80.

²⁴ Soler Llorech *Op. cit.*, pág. 60.

los registros graves, medios y agudos, es decir, los tonos. Fuera de estas frecuencias, no hay reacción auditiva humana"²⁵

TIMBRE: Es la característica del sonido que hace que, por ejemplo, los instrumentos musicales que interpretan una misma nota, produzcan diferente impresión en el oído.

El timbre está determinado por el número e intensidad de los armónicos que acompañan a un sonido fundamental y es peculiar para cada fuente sonora.

En otras palabras, no existe sonido puro, desprovisto de armónicos. Todos los sonidos van acompañados de estos armónicos que son los que dan características diferentes a los sonidos emitidos por las distintas fuentes sonoras.

La intensidad o nivel, tono y timbre interactúan unos con otros con el fin de definir toda la textura sonora de un programa televisivo.

Por otra parte, la banda sonora de una emisión televisiva o de algún producto audiovisual se puede componer por uno o por varios de los siguientes elementos sonoros:

- 1.- Palabra.
- 2.- Música.
- 3.- Efectos sonoros.
- 4.- Silencio.

LA PALABRA

Es, para muchos, el recurso sonoro por excelencia. El uso más frecuente de este recurso es el diálogo articulado por la presencia de unos intérpretes que interactúan, o el monólogo. Existen otras aplicaciones sonoras de la palabra como voz en off, o también puede estar presente en forma de canción.

- ✓ Diálogo: Es un intercambio alternado de ideas, opiniones, sentimientos entre dos o más personajes por medio del lenguaje. En televisión los diálogos plantean el problema de mantener un perfecto sincronismo labial de forma que exista una correspondencia visual entre el movimiento de los labios de la persona que habla y la duración de su discurso.²⁶
- ✓ Monólogo: Se puede definir como el discurso de un solo personaje, que se refiere de manera expresa a sí mismo o que expresa, sin más, sus pensamientos, emociones o deseos.

²⁵ *Ibidem.* pág. 197.

²⁶ Cabe señalar que si se habla de un melodrama o telenovela los diálogos ya no son tan espontáneos como en un noticiario, o en un programa de revista, por lo que se requiere de un guionista que sea la persona que se encarga de redactar los parlamentos de cada personaje. El lector puede consultar la obra de Maximiliano Maza *Guión para cine, radio y televisión*, Editorial Pearson Education, Méx. D.F. 1999

- ✓ **Voz en off:** Es una expresión verbal que explica lo que la imagen no puede aclarar por sí misma al espectador. Se puede decir que se trata de un complemento eficaz del relato visual aunque siempre tiene que ser este último quien desarrolle la historia

Los principales atributos de la voz en off son: Proporcionar datos que ayuden a hacer más comprensible el desarrollo de la emisión televisiva; conseguir un clima conveniente para introducir o concluir una temática; guiar la atención del público para enseñarle aquello que interesa destacar; servir como recurso de transición entre diferentes aspectos temáticos del relato televisivo. En los géneros informativos de televisión se recurre a la voz en off de un locutor o del propio periodista que presenta la información. En estos casos, el sonido directo goza de gran credibilidad y veracidad para el espectador.

LA MÚSICA

La música, al igual que los otros elementos del sonido, sirve para crear imágenes sonoras, unas veces como expresión sentimental, otras como descripción de cosas, hechos, situaciones, etcétera.

En el discurso audiovisual se pueden distinguir dos tipos de música: la diégetica y la no diégetica.

La música diégetica es la procedente de fuentes sonoras presentes o latentes en la pantalla, por ejemplo cuando un personaje prende un radio, o cuando una orquesta o grupo musical ejecuta una pieza o un tema musical. La función de la música diégetica es para acentuar la impresión de realismo.

La música no diégetica es la que no surge motivada desde dentro de la acción. Es decir, es la que se inserta en la banda sonora con objeto de conseguir unos determinados efectos estéticos o funcionales.

“La música no diégetica, también es llamada música en off, la cual se ha convertido en un elemento que forma parte integrante de la carga expresiva de cualquier programa. Es una convención, dado que en la vida real no existe este contrapunto en nuestras acciones.”²⁷

Las funciones con las que cumple la música no diégetica son:

FUNCIÓN DESCRIPTIVA: La música descriptiva sirve para representar una ambientación en general. Este tipo de música, en combinación con los efectos sonoros, busca apoyar a la imagen para recrear un ambiente. Por ejemplo, un vals como música de fondo permite ambientar una escena de una época precisa.

FUNCIÓN EXPRESIVA: Ésta sirve para evocar, reforzar, expresar o provocar estados de ánimo: ya sea de tristeza, melancolía, temor, humor, pasión, etc. En otras palabras, busca crear ciertas atmósferas que destaquen el valor

²⁷ Federico Diez Fernández, *Op. cit.* pág. 203.

dramático de las escenas proyectadas en imágenes. Este clima emocional busca que el espectador comparta con emoción los sentimientos de los personajes.

FUNCIÓN NARRATIVA: La música sirve de apoyo sincronizado para intensificar las acciones que se presentan; es decir, permite subrayar ciertas situaciones. Por ejemplo, un golpe musical dramático, antes de que se dispare una pistola, en una escena, genera una fuerte tensión en el televidente.

“La función narrativa de la música más frecuente es cuando se usa como un signo de puntuación en sus diversas formas: cortina musical, ráfaga o chispa, golpe musical, puente musical, fundidos o cross, fade in, fade out.”²⁸

LOS EFECTOS SONOROS

Antes de explicar este punto es conveniente aclarar el término ruido y efectos ambientales.

Los ruidos son todos aquellos elementos que distorsionan el sonido y por lo tanto obstruyen la comunicación. El ruido en televisión puede estar provocando por una señal en mal estado, falta de fidelidad en la transmisión, etcétera.

En tanto, los efectos sonoros y ambientales (que es el término apropiado para este elemento de la banda sonora) son los elementos que van a ayudar a recrear una sensación de realismo de las imágenes presentadas en la pantalla.

Es de resaltar que los efectos sonoros pueden manipularse a voluntad del director, incluyendo o eliminando sonidos, subiendo el nivel natural de los mismos, o rebajando voluntariamente su nivel según las exigencias expresivas de la producción.

Los efectos sonoros y ambientales pueden ser de dos tipos de fuentes:

- 1) Aquellos que se encuentran presentes en la pantalla ya sea que se encuentren a cuadro o en off. Por ejemplo, si la acción se desarrolla en un parque de diversiones es probable que se llegue a escuchar el murmullo de la gente, los juegos mecánicos, etc.
- 2) Grabados: Estos provienen de colecciones específicas de discos compactos o de cintas. Se corre el riesgo que al emplear este tipo de sonidos se pierda el “realismo y la verosimilitud” que se proyecta en la pantalla.

Los efectos sonoros tienen tres funciones básicas: descriptiva, expresiva, narrativa. Al igual que en la música, la función de tales efectos estará dada en función del contexto de la narración.

²⁸ Federico Diez Fernández, *Op. cit.* pág.203.

EL SILENCIO

El silencio forma parte de la columna sonora, bien como pausa obligada que se establece entre diálogos, ruidos y músicas, bien como recurso expresivo propio. Cuando se emplea en este último sentido, el guionista ha de señalarlo expresamente en el guión.

Si el silencio se introduce bruscamente añade dramatismo, expectativa, interés a la imagen. Los silencios han de justificarse por exigencias de la naturalidad en el desarrollo de la historia, o porque se introducen como un elemento narrativo y temático.

El silencio puede ser un recurso muy efectivo si se sabe emplear, ya que puede crear situaciones de angustia y crear suspenso en algunas escenas.

En suma, para la construcción de un mensaje televisivo es recomendable hacer el uso de cada uno de los elementos señalados, sin abusar de alguna toma o de algún elemento de la banda sonora. Es común, que en la práctica profesional, y en particular en los espacios informativos, se llegue a emplear y abusar del conductor a cuadro (busto parlante) que es considerado como un recurso antitelevísivo puesto que no se hace uso de los demás elementos. El periodista es quien debe de conocer el lenguaje televisivo para poder explotar cada uno de los recursos que le ofrece este medio y elaborar mensajes que sean atractivos para la audiencia. En los siguientes capítulos se abordará la forma en que se ejerce el periodismo en televisión.

CAPÍTULO 2

LA TELEVISIÓN MEXICANA

En este capítulo se presenta en primer lugar un panorama general de la evolución de la televisión mexicana con el propósito de ubicarnos en las características propias de la televisión y conocer los principales aspectos evolutivos que han venido a configurar el medio de comunicación que conocemos actualmente.

Después, se hará una revisión de las características de la televisión como medio masivo de comunicación y la Ley Federal de Radio y Televisión. Ya que el periodista para ejercer su profesión en este medio no basta con tener los conocimientos y las características gramaticales y sintácticas de los géneros periodísticos, sino también debe conocer su entorno, a su sociedad, con el propósito de que pueda elaborar mensajes que sean acordes a las necesidades e intereses de la sociedad mexicana.

2.1 ORIGEN Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.

Como el resto del mundo, la televisión en México fue producto del avance científico y tecnológico en el campo de las comunicaciones que permitió la transmisión simultánea de las imágenes y sonidos hasta pequeños receptores instalados en los hogares por lo tanto; nació dependiente de las técnicas y los contenidos.

La historia de la televisión mexicana comenzó a escribirse a principios del siglo XX, como parte de una serie de experimentos científicos derivados de la radio, cuyo objetivo principal era el uso propagandístico y militar.

En 1900 se redactó el primer texto con la palabra 'televisión': Seis años más tarde se presentó el tubo de rayos catódicos y, en 1926, se ofreció la primera demostración pública de este invento en Estados Unidos, después de haber pasado por el iconoscopio y el director de imágenes¹

Los profesores Francisco Javier Stavolly y Miguel Fonseca del Instituto Politécnico Nacional (IPN), importaron el primer equipo de televisión a México en 1928 y, por diferentes circunstancias que incluyen problemas económicos, políticos, técnicos y aduanales, lo tuvieron completamente instalado hasta 1931, en las viejas aulas de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica ubicadas en la calle de Allende, en el Distrito Federal.

La primera imagen experimental de la televisión mexicana fue el rostro de la esposa del profesor Francisco Javier Stavoli, Doña Amelia Fonseca. La señora, cansada de posar para una señal que no acababa de cuajar, le dejó una foto a su marido para que trabajara con ella en lugar de tenerla ahí sentada sonriendo hasta la desesperación.

¹ Revista Somos 50 años de la televisión en México No. 191 Enero del 2000. pág. 8.

En 1934 uno de los mejores alumnos de Stavoli, el joven universitario Guillermo González Camarena, construyó con desechos del mercado de Tepito su primera cámara de televisión.

Al año siguiente, el Partido Nacional Revolucionario² presentó a la opinión pública un portentoso equipo televisivo recién importado de Nueva York. Lo colocaron en sus instalaciones de Reforma 18, y no exactamente para defender la democracia.

Por su parte, la televisión comercial de Estados Unidos comenzó de manera oficial en 1939, cuando miles de monitores se pusieron a la venta en la Feria Mundial de Nueva York y cuando las familias de esos países tuvieron a su disposición los primeros receptores en las tiendas departamentales.

El estallido de la Segunda Guerra Mundial retrasó la evolución del medio a nivel Internacional. De no haber sido por la tenacidad de personas como Guillermo González Camarena, la historia de la televisión mexicana se hubiera congelado durante varias décadas. El técnico siguió experimentando con el invento, apoyado por Emilio Azcárraga Vidaurreta. Así llegó a consumir el primer sistema de televisión a color en 1939, a patentarlo, a realizar las primeras transmisiones en circuito cerrado desde su casa en Havre No. 74, y a inaugurar, ahí mismo, la primera estación experimental en 1946.

¿Pero quiénes pudieron ver la señal emitida desde la casa de Guillermo González Camarena si todavía no había la diversificación de los aparatos receptores? Pues bien, los miembros de la célebre Liga Mexicana de Radio experimentadores, cuya sede estaba en la calle de Lucerna esquina con Bucareli.

A pesar del carácter científico de los experimentos, las transmisiones se realizaban todos los sábados a las 20:30 horas. Participaba el conjunto artístico Los Bocheros, la locución estaba a cargo de Luis Farías y se presentaban varias entrevistas. Parece que tenían calidad y, por lo mismo, en 1947 se realizaron varias demostraciones de este prodigio de la tecnología nacional en algunos cines de la ciudad de México³.

EL PRIMER CANAL

El entonces presidente de la República Miguel Alemán Valdés becó a Guillermo González Camarena y al intelectual Salvador Novo para viajar a otros países y estudiar los aspectos técnicos y culturales que deberían implementarse en esta naciente industria. Después de permanecer en Europa y varias ciudades de Estados Unidos, y realizar un concienzudo análisis, en 1948 se determinó que el modelo que más le convenía seguir a México era el del vecino país. Así comenzó la autorización de concesiones de manera similar a como se realizaba en la radio.

² Ahora conocido como PRI (Partido Revolucionario Institucional)

³ Gloria Fuentes Pujul, *Colección de la Historia de las comunicaciones y los Transportes en México. La radiodifusión*. Ed. SCT, pág. 201.

La primera adjudicación tuvo lugar en 1949 y correspondió a Rómulo O Farril Sr., dueño entre otras empresas del periódico “Novedades”

La estación fue bautizada como XHTV y el gobierno le asignó el Canal 4 del cuadrante para ubicar su señal. De esta manera nació el primer canal comercial de México y América Latina.

Las primeras instalaciones de la emisora estuvieron en los pisos 13 y 14 del edificio de la Lotería Nacional, ubicado en la esquina de Reforma y Bucareli. La antena se colocó en mayo de 1950, ante el asombro de las personas que no deban crédito por semejante movilización de fierros y cables.

El Comunicador Gonzalo Castellot fue el encargado de dirigir la primera transmisión experimental, el 26 de julio de 1950. Se dice que lo primero visto al aire fue una señal obscena porque el locutor estaba fastidiado de que los técnicos le estuvieran jugando bromas⁴.

Después hubo toda clase de pruebas hasta que, el 31 de agosto de 1950, se inauguró oficialmente el Canal 4 con la transmisión en vivo de un magno evento artístico y social desde el salón más grande del legendario hipódromo del Jockey Club ubicado en la ciudad de México.

El titular de la SCOP hizo la declaratoria oficial con estas palabras:

*“Hoy, 31 de agosto de 1950, en la Ciudad de México, y a nombre del presidente Miguel Alemán Valdés, declaro oficialmente inaugurada la primera planta de televisión, XHTV, construida por Televisión de México, S.A.”*⁵

El programa inaugural fue producido y anunciado por Gonzalo Castellot, quien así se convirtió en el primer locutor de televisión comercial en México.

El 1 de septiembre de 1950 el presidente Miguel Alemán Valdés rindió su cuarto informe de gobierno desde el palacio de Bellas Artes. XHTV Canal 4 estuvo ahí para transmitir la señal a las bulliciosas calles de la ciudad de México. Este evento determinó la inauguración oficial de la televisión comercial en nuestro país.

De aquí en adelante la televisión mexicana tuvo varios hechos importantes, no sólo se desarrollaron más canales en la ciudad de México, sino en toda la República Mexicana. Para fines de este trabajo de investigación sólo nos interesan los canales con los que contamos en la actualidad en el D.F.⁶. Por lo que a continuación se hará referencia al desarrollo que ha tenido cada canal hasta la actualidad.

⁴ Gloria Funes Pujul, *Op. Cit.*, pág. 138.

⁵ *Ibidem* pág. 140.

⁶ Si el lector quiere conocer más sobre el desarrollo de la televisión mexicana al interior de la República es recomendable la obra de Funes Pujul Gloria

XEWTB, CANAL 2

La segunda concesión que el gobierno mexicano otorgó en la banda de VHF fue la XEWTB, en octubre de 1950. La frecuencia fue adquirida por Emilio Azcárraga, siendo el primer canal con cobertura nacional.

En el mismo lugar donde el 18 de septiembre se colocó la primera piedra del proyectado edificio Radiópolis se comenzaba a instalar ya la estación televisora que formaba parte del viejo proyecto de la ciudad del radio. Los trabajos se aceleraron en vista de la inauguración de XHTB.

Por fin, el 21 de marzo de 1951, a las 15:15 de la tarde, se envió la señal de XEWTB canal 2: el primer programa fue la transmisión de un juego de béisbol desde el Parque Delta. (Conocido como el Parque del Seguro Social)⁷

Tanto canal 2 como el 4 fueron enriqueciendo sus barras programáticas con programas musicales, deportivos, películas entre otros. Y como en los buenos tiempos de la radio, en los comienzos de la televisión surgió la impetuosa competencia. El 2 y el 4 trataban de superarse mutuamente, a base de contratar artistas y realizar controles remotos en exclusiva: era parte del arsenal para conquistar a los televidentes mediante información oportuna y espectacularidad en la diversión.

“La respuesta a los esfuerzos de los hombres de la naciente ramificación de la industria radiodifusora fue la aparición de un nuevo elemento en el paisaje urbano: las antenas en forma de T de los aparatos receptores se multiplicaban en las azoteas.”⁸

CANAL 5

El 10 de mayo de 1952, tras un período de prueba, se inauguró la frecuencia de XHGC (las dos últimas letras en honor a su fundador). Pero no fue sino hasta el 18 de ese año que el Canal 5 inició operaciones. La concesión oficial para la explotación comercial del mismo la había obtenido González Camarena en enero de 1950.

La antena se instaló en el edificio de Seguros de México, ubicado en las calles de San Juan de Letrán. Los estudios de la modesta y entusiasta televisora, se localizaron en los altos del Teatro Alameda (concedidos por Emilio Azcárraga) que antes había ocupado la XEQ.

“La inauguración oficial de XHGC se llevó a cabo el 10 de mayo de 1953, con la transmisión desde el teatro Alameda de un festival organizado, con motivo del día de las madres, por el periódico *Excélsior*. A partir de ese momento Canal 5 empezó a transmitir todos los días de las 15:00 a las 17:45 horas y de las 20:00 a 22:00 hrs.”⁹

⁷ Gloria Fuentes Pujul, *Op. cit.* pág. 144.

⁸ *Ibidem.* pág. 144.

⁹ *Ibidem.* pág. 145.

Cabe mencionar que la señal de XHGC se caracterizó desde ese entonces por ofrecer una programación infantil.

De esta forma se otorgaron las tres primeras empresas concesionarias de México:

EMPRESA	CONCESION	CANAL	INAUGURACIÓN
Televisa de México S.A.	Rómulo O Farril.	4	31 de agosto de 1950
Televimex S.A.	Emilio Azcárraga	2	21 de mayo de 1951
Televisión González Camarena	González Camarena	5	18 de agosto de 1952

En ese momento la competencia entre los canales 2 y 4 era cada vez más intensa, y con la llegada del Canal 5 la situación se complicó. Por lo que Rómulo 'O Farril y Emilio Azcárraga, hombres con una gran visión para comercializar y explotar al nuevo medio de comunicación, optaron por asociarse junto con González Camarena.

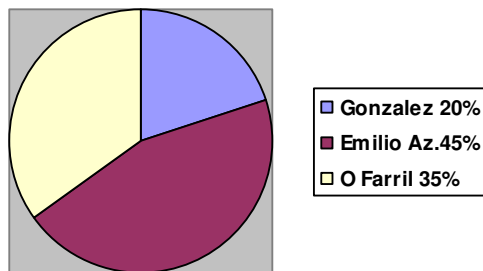
El 26 de marzo de 1955 se dio a conocer la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S.A.; tres días después, en los diarios, aparecía, anunciada de manera conjunta la programación de los canales 2, 4 y 5. El 1 de mayo del mismo año, definitivamente, las estaciones XEWT, XHTV y XHGC se fusionaron en la empresa "Telesistema Mexicano" que empezó a lanzar señales a la provincia, mediante la instalación de sus repetidoras en Altzomoni y el cerro del Zamorano.¹⁰

Telesistema Mexicano tenía como propósito de:

- 1.- Liquidar una potencial competencia.
- 2.- Nulificar o limitar a González Camarena, ya que tuvo un espacio como técnico y no como socio comercial.
- 3.- Se unen fuerzas con grandes capitales para levantar la industria de la televisión.

Las acciones de la nueva empresa quedaron asignadas de la siguiente manera:

¹⁰Gloria Fuentes Pujul., *Op. cit.* pág. 145.



LA OPCIÓN DEL 8

“Costeado por capitalistas regiomontanos, inició sus transmisiones de prueba el Canal 8. Una de ellas, en diciembre de 1968, fue el encuentro boxístico entre Joe Frazier y Ringo Bonavena por el título mundial de peso completo”¹¹

Los estudios del Canal 8 se instalaron a todo lujo en los que fueron foros cinematográficos de San Angel Inn. Desde ahí se mandaba la señal a la antena ubicada en General Prim, que medía 130 metros y garantizaba una perfecta recepción en cualquier lugar del Distrito Federal y su periferia¹²

El equipo se escogió entre lo más caro y moderno de la época. Al frente de las instalaciones quedó el Ingeniero Didier Alexander.

Finalmente, después de algunos frustrados intentos inaugurales, el sábado 25 de enero de 1969 tomaron forma definitiva las transmisiones de Televisión Independiente de México con el programa Confrontación. Aunque hubo algunos errores de iluminación y sonido, el 8 entró a los ojos y cerebro de los televidentes. Para abril del mismo año, surgieron las estaciones repetidoras del Canal en Monterrey, Puebla y Veracruz. Volvió a manifestarse el viejo antagonismo entre televisoras. Aurelio Flores Ysita, siendo gerente general de Televisión Independiente de México (concesionaria del naciente Canal 8), declaró a la prensa que “La competencia es saludable siempre y cuando se lleve en un plan de altura. Nosotros estamos dispuestos a ello y haremos lo posible para que el público de la televisión disfrute de un mejor espectáculo.”¹³

El canal 8 obtuvo grandes audiencias por tener una barra de concursos, espectáculos y de entretenimiento para toda la familia. En este canal se dieron a conocer Raúl Velasco, Roberto Gómez Bolaños, entre otros grandes iconos de la televisión mexicana.

¹¹ Gloria Fuentes Pujul, *Op. cit.* pág. 145.

¹² Para mayor información sobre las características y el desarrollo del Telesistema Mexicano puede consultar la obra de Fernando Mejía Barquera titulado *La industria de la radio y la televisión*, de fundación Manuel Buendía.

¹³ Gloria Fuentes Pujul, *Op. cit.* pág. 167.

A principios de 1971, TIM unió esfuerzos con Telecadena Mexicana S.A, lo cual dio por resultado la proyección a nivel casi nacional de las señales del 8, el cual contaba con las 19 frecuencias que operaba Telecadena, además de sus tres repetidoras. El Sr. Barbachano Ponce, propietario de esta última, aportó a la nueva organización una extraordinaria filmoteca, así como varias series de importación.

En agosto de aquel año, TIM comenzó su programación matutina y en 1973, después de pláticas con los ejecutivos de Telesistema Mexicano, se acordó la fusión del Canal 8 con dicha compañía

Para ofrecer al público una nueva imagen en las pantallas de televisión, para que el entretenimiento tenga una conciliación positiva en la cultura y la educación y se llegue a una producción mexicana en mas del 70% de sus programaciones, se anunció el 8 de enero de 1973 la fusión por la cual operarían conjuntamente los canales 2, 4, 5 y 8, que dio nacimiento a la empresa TELEVISA, S.A.

El acuerdo fue llevar a cabo las transmisiones de manera indistinta desde los estudios de Televisión Centro o los de San Angel, donde se encontraban las instalaciones del 8.

TELEVISA

En 1988, Canal 8 cambió su señal convirtiéndose en XEQ Canal 9, que en un principio se constituyó como un canal cultural, para posteriormente manejar una línea comercial. El 3 de junio del 2001, Canal 9 se convierte en Galavisión; y el 30 de abril del mismo año, Canal 4 se convierte en 4tv.

En la actualidad Grupo Televisa es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana.

Los productos y servicios que Grupo Televisa ofrece son:

- Producción y transmisión de programas televisivos
- Distribución de programas a nivel internacional
- Televisión por cable
- Servicios de televisión directa al hogar vía satélite
- Publicación y distribución de revistas y discos
- Producción de programas de radio
- Servicios de doblaje.
- Producción y distribución de películas.

Los perfiles de los canales se encuentran distribuidos de la siguiente manera.

XEWTV CANAL 2 “EL CANAL DE LAS ESTRELLAS”

- Cuenta con cobertura nacional
- Siete días de transmisión las 24 horas.
- Ofrece entretenimiento basado en telenovelas, musicales, noticiarios y programas deportivos.

XHGC CANAL 5

- Cuenta con cobertura a nivel nacional
- Transmite 24 horas al día.
- Sus emisiones son de carácter infantil, series, películas e internacionales.

XHTV CANAL 4TV “EL CANAL PARA LA CIUDAD DE MÉXICO”

- Su cobertura es la ciudad de México y área metropolitana.
- Transmite 20 horas al día.
- Su programación transmite series y películas extranjeras, mexicanas, noticiarios y programas de entretenimiento.

XEQTV CANAL 9 GALAVISION.

- Llega a casi toda la república mexicana
- Transmite 20 horas diarias.
- Programas musicales, de entretenimiento, deportivos, películas mexicanas.

CANAL 13

En 1968 surgió otra televisora para competir con Telesistema Mexicano, el Canal 13, fundado por Francisco Aguirre Jiménez. Nació el 12 de octubre de aquel año y su nombre oficial fue Corporación Mexicana de Radio y Televisión.

La antena transmisora, el transmisor, los estudios y las oficinas se instalaron unos en la torre latinoamericana, y otros en la calle de Mina. Como técnico responsable de las instalaciones fue designado el ingeniero Eugenio Ruesga.

Sin embargo, al poco tiempo el Sr. Aguirre se vio en la necesidad de vender el canal, que fue adquirido por el gobierno mexicano a través de la financiera SOMEX (Sociedad Mexicana de Crédito Industrial)

“De tal manera, el 15 de marzo de 1972 se informó que SOMEX había adquirido el total de las acciones de la televisora. En adelante, Canal 13 obtendría su financiamiento del Gobierno Federal a través de un fideicomiso administrativo. El primer director de esta emisora fue el Sr. Antonio Menéndez quien comenzó a poner en marcha los objetos trazados de informar, divertir y difundir la cultura”¹⁴ Para 1976 fueron inauguradas sus nuevas instalaciones, ubicadas en Periférico Sur 4121.

¹⁴Gloria Fuentes Pujul., *Op. Cit.* pág. 173.

Cabe señalar que para 1972 el gobierno mexicano da a conocer el plan Nacional para la Televisión Rural, que se convertiría en Televisión Cultural de México y se transformo después en Televisión de la República Mexicana TRM.

Los objetivos de TRM consistían en ofrecer programas culturales y educativos a todo el país, por lo que pronto se impulsó este proyecto para que se tuviera una cobertura nacional.

En el sexenio de José López Portillo se impulsó a TRM al interior de la república mexicana, pero esto hizo que se descuidara al Canal 13, pasando este por varias penurias para mantenerse al aire.

El 24 de marzo de 1983 el presidente Miguel de la Madrid crea el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION); el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

A principios del sexenio 1982-88, el estado contaba con dos redes a nivel nacional: Una, Corporación Mexicana de Radio y televisión, con estación piloto en el cerro de Chiquihuite y estudios propios en el D.F. La otra televisión de la República Mexicana, sin estación piloto en la capital del país y con estudios adoptados en las instalaciones propiedad de los estudios Churubusco.

De la misma manera operaba el Canal 22, instalado en las faldas del Ajusco, al sur de la ciudad.¹⁵

Con la creación de IMEVISION se agruparon todos los canales del estado en una empresa, siendo las instalaciones del Ajusco el centro de operación.

Entre los objetivos primordiales de la nueva empresa eran ampliar la red federal del Canal 13 y 7 para llegar a toda la República Mexicana, y proponer una barra cultural y educativa que fueran diferentes a la oferta de Telesistema Mexicano.

Sin embargo, IMEVISION tuvo muchos problemas entre los que destacan:

- ✓ Inestabilidad política y administrativa
- ✓ Corrupción
- ✓ No había controles administrativos
- ✓ Compras excesivas de equipo
- ✓ Falta de planeación de una producción
- ✓ Alta nómina.

Cuando llega Carlos Salinas de Gortari a la presidencia habla de una apertura para los medios electrónicos, y se corre el rumor de que IMEVISION se va a privatizar. Lo cual fue cierto, pues el 14 de septiembre de 1990 la Secretaría de Gobernación anunció que se pondría a la venta la red federal de los canales 13 y 7, el canal 8 de Monterrey, y el 22.

¹⁵ Gloria Fuentes Pujul, *Op. Cit.* pág. 174.

El canal 22 tuvo otro destino, diferente al de sus canales hermanos, pero de este aspecto se hablará más adelante.

En octubre de 1990 se informa que toda la programación de IMEVISION se iba a compactar en el Canal 13, por lo que se difundió la misma señal con los mismos contenidos en los canales que integraban a esta televisora.

En abril de 1992 se da a conocer la venta del famoso “Paquete de Medios” donde el Estado mexicano pone a la venta a los medios de comunicación que tenía bajo su control.

El paquete de Medios constaba de:

- IMEVISION(Canal 13 y 7, y 8 de Monterrey)
- COTSA(Compañía Operadora de Teatro S.A.)
- Estudios América de Filmación Cinematográfica
- Diario El Nacional.

En 1993, Radiotelevisora del Centro, grupo conformado por la alianza entre Ricardo Salinas y Alberto y Moisés Saba, participaron en la subasta del paquete de los medios del Estado.

El 18 de julio de 1993, el grupo resultó triunfador en la subasta, adquirió por 643 millones de dólares el paquete de medios que comprendía la Compañía Operadora de Teatros S.A., los estudios América, y los canales 7 y 13. La subasta del periódico Nacional fue declarada desierta.

De esta forma surge con el nombre oficial Televisión Azteca. Inició operaciones el 2 de agosto de 1993 como empresa privatizada. En esa fecha, los clientes eran pocos, la imagen bastante deficiente y la señal llegaba a menos estaciones de las que figuraban en el papel. La programación transmitida por las redes 7 y 13 era la misma, por esto, lo primero que se hizo fue definir un perfil familiar en el canal 13 y un perfil juvenil en la red 7¹⁶

En 1996 se cambia el nombre de la empresa por el de TV Azteca. En la actualidad el Canal 13 tiene una cobertura a nivel nacional y su programación consta de melodramas, noticiarios, musicales y de entretenimiento. Canal 7 tiene una cobertura seminacional y transmite programas infantiles, noticias, series y películas extranjeras.

CANAL 22

Como se ha señalado, el gobierno Federal pretendía vender en el paquete de medios al Canal 22, sin embargo organizaciones como la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y el Consejo Nacional de Escuelas e Institutos de Investigación en Comunicación, pidieron al entonces presidente de la república, Carlos Salinas, que se conservara un canal para la difusión de series, programas y películas bajo la clasificación cultural.

¹⁶ Sitio web de Televisión Azteca disponible en www.tvazteca.com.mx

La petición fue firmada por 800 intelectuales quienes pidieron al Canal 22 de la frecuencia UHF (Ultra High Frequency) para consolidar un nuevo canal cultural y educativo en nuestro país. El 22 de febrero de 1991 el C. Presidente de la república otorgó la señal como un canal permisionado.

Canal 22 nació como parte de la red gubernamental de televisión de la República Mexicana (TRM) dedicada a transmitir programas educativos destinados para las zonas rurales del país. En 1985 formó parte de IMEVISION.

Una vez desincorporado de IMEVISION, se iniciaron los cambios técnicos para que pudiera iniciar operaciones en su nueva etapa como canal cultural. Lo primero fue mover la antena al cerro del Chiquihuite para que la señal llegara a todo el valle de México.

En cuestión administrativa, el Canal quedó bajo la dirección de un consejo de planeación conformado por 28 personas quienes desempeñarían la función de vigilar y desarrollar los contenidos de los programas, y un director general.

No obstante, los miembros del consejo de planeación tuvieron ciertas diferencias entre sí, lo que obstaculizó el pleno desarrollo de sus facultades durante un tiempo. Por lo que el director general, José María Pérez Gay, tuvo que hacer frente a los problemas para que el canal saliera adelante.

El canal 22 inició sus transmisiones en febrero de 1992 presentando un coloquio organizado por CONACULTA (Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes), Nexos y la UNAM. Sin embargo, para continuar al aire requería de 40,500 millones de viejos pesos para poder solventar sus gastos de producción durante tres meses. Para que el canal continuara con sus transmisiones, CONACULTA decidió hacerse cargo del canal aportando 60 millones de viejos pesos.

Actualmente Canal 22 cuenta con una infraestructura similar a la del canal 11, puesto que el consejo no brinda aportaciones de ninguna índole. Por lo que éste presenta programas para cierta élite cultural, difundiendo altos contenidos educativos y culturales. Viendo a la cultura a través de las Bellas Artes.

En total de su tiempo al aire, Canal 22 destina el 40% a producciones nacionales, de las cuales el 20% son producciones propias; el resto son series extranjeras.

Entre las producciones extranjeras destacan conciertos musicales, mini-series, documentales y películas, la mayoría de origen europeo.

El resto de su espacio lo destina a instituciones educativas quienes presentan series con una diversidad temática. Entre estas colaboraciones encontramos a TV UNAM, SEP, RTC y EDUSAT.

La cobertura del Canal 22 abarca todo el D.F. y su área metropolitana; además cuenta con convenios con las diferentes entidades federativas para la transmisión de su señal a través de repetidoras locales. También se han firmado convenios con la Cámara Nacional de la Industria por Cable para que todos los distribuidores de la televisión restringida ofrezcan en sus paquetes básicos la señal del canal. Asimismo, la señal es transmitida vía satélite por el SATMEX 5 y SOLIDARIDAD I

Según datos proporcionados por la televisora, la audiencia a la que está dirigida la programación del Canal es para personas mayores de 18 años de edad, de los cuales 6,824 se encuentran en el D.F. y área metropolitana; 7,500 personas en Cable; vía Satélite 1,700 espectadores¹⁷

CANAL 11

Canal 11 fue la primera estación televisora cultural y educativa de América Latina. Ésta es otorgada al Instituto Politécnico Nacional (IPN), el cual se encuentra a su vez dentro del organigrama de la SEP.

Comenzó a funcionar en circuito cerrado en diciembre de 1958 con transmisiones de dos horas por la mañana y dos horas por la tarde. Oficialmente la emisión inaugural fue el 2 de marzo de 1959 de las dieciocho a las veinte horas, con la presentación de un documental y una clase de matemáticas.

Sin embargo, la señal del Canal solamente llegaba a contados receptores debido a la mala colocación de la antena y a la poca potencia de su transmisor. Y es que, por la falta de recursos sólo se contaba con un equipo técnico muy simple: tres cámaras, un estudio, una unidad móvil, un telecine en blanco y negro y una antena.

El canal 11 presentó una programación encaminada a difundir la cultura, las artes y dar información tanto noticiosa como útil para la formación científica. No obstante, sus programas tenían un alto contenido cultural y educativo lo que exigía cierta preparación académica por parte del televidente.

Ante la escasez de recursos económicos y las fallas de recepción, no se pudo brindar programas de calidad y profesionalismo como las demás televisoras de su tiempo. Por lo que fue víctima de la indiferencia del público por varios años. Aunque sobresalen algunos programas musicales, artísticos, literarios y científicos que se realizaron gracias a la desinteresada ayuda de las instituciones gubernamentales, privadas y de personas.¹⁸

El principal obstáculo del canal 11 desde su fundación fue su condición impuesta por el gobierno mexicano de canal permissionado. Esto por ley le impide comercializar su tiempo con lo que pudiera obtener recursos para su mantenimiento. Sólo el Estado es el único que puede solventar los gastos del canal.

¹⁷ Anuario de investigación de la comunicación. CONEICC. Ed. Opción, México, 1999. pág. 19

¹⁸ Gloria Fuentes Pujul. *Op. cit.* pág. 98

Por lo que en 1989 se reformó la ley estableciendo al canal como una “Emisora de reserva Federal”, lo que permite obtener más ingresos por medio de patrocinadores de empresas privadas y gubernamentales, además de mantener el subsidio del Estado.

Esto permitió que en 1991 se creara el fideicomiso Fondo de apoyo al canal 11. Fue constituido con el fin de recabar patrocinios de la iniciativa privada y gubernamental; entre las que destacan: Nestlé, Chrysler, Bacardi, Telmex, PEMEX, Palacio de Hierro, entre otras.

Lo anterior dio la pauta para que el canal contara con mejores equipos técnicos, mejorando la calidad de sus producciones. También le permitió comprar series extranjeras encaminadas a la cultura y al entretenimiento. Entre 1991 y 1994 adquirió 4,000 hrs. de series extranjeras, casi todas provenientes de países europeos, además de los derechos de transmisión de 800 películas¹⁹

La cobertura del Canal 11 ha crecido gracias a los acuerdos establecidos con los gobiernos de los estados de la república, quienes proporcionan sus estaciones locales para la transmisión de la señal. Entre los que se encuentran: Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Morelos, Tlaxcala, Querétaro, Puebla y Estado de México. Al resto de los estados sólo transmiten parte de la señal, o en su defecto, llega a través de los servicios de cable local.

CNI CANAL 40

La concesión de la señal de XHEXI-TV canal 40 fue otorgada en octubre de 1991 a la empresa Televisión del Valle de México (TEVESCOM), propiedad de Javier Moreno Valle. Ante la escasez de recursos el canal tuvo que esperar cuatro años más para iniciar sus transmisiones, el 5 de enero de 1995 inicia con transmisión experimental, y el 17 de septiembre de ese año inicia operaciones comercialmente. Sus estudios y oficinas se establecen en el World Trade Center en el piso 40, en Ciudad de México.

En junio de 1996 Canal 40 cambia su nombre por el de Corporación de Noticias Informativas S.A de C.V CNI Canal 40. Su lema: “CNI Canal 40, la realidad en televisión”, poniendo énfasis en los temas periodísticos y noticiosos, realizando análisis y críticas sobre los mismos.

En junio de 1998 Canal 40 firmó un convenio en el cual cedía parte de su tiempo y el 10% de sus acciones a TV Azteca, a cambio de que la televisora del ajusco ayudara a comercializar los espacios publicitarios del pequeño canal. En enero de 1999 TV Azteca empieza las transmisiones de su señal por canal 40.

¹⁹ Crf. Canal 11, informe de actividades 1991-1994, México, D.F. pág. 50.

En 2000 Javier Moreno, presidente del canal, da a conocer el término de las relaciones comerciales con TV Azteca, por lo que ésta interpone una denuncia penal ante las autoridades mexicanas e internacionales.

En 2002 un penal arbitral abalado por la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio declaró válidos los contratos firmados entre TV Azteca y CNI Canal 40, por lo que se le pide a CNI que indemnice a TV Azteca por incumplimiento de contrato; CNI no acepta.

Ante tal situación TV Azteca toma cartas sobre el asunto y por su propia cuenta, personal de la televisora del ajusco interrumpe la señal de transmisiones de Canal 40, el 27 de diciembre del 2002, al tomar las instalaciones del cerro del Chiquihuite.

Interviene el Gobierno Federal de la República y regresa las instalaciones de CNI a Moreno Valle. No obstante, el conflicto sigue su curso en los tribunales de la Ciudad de México.

Hoy en día la señal de CNI canal 40 cubre lo que es el Distrito Federal y su área metropolitana, llega a algunos estados de la república mexicana gracias a las compañías de cable de nuestro país.

2.2. MARCO LEGAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

Las estaciones televisivas como cualquier otro medio de comunicación social, se encuentran regidas por una serie de normas, leyes y reglamentos que regulan su funcionamiento.

Parte de estas disposiciones se orienta a legislar sobre los contenidos de las emisiones, mientras que otras lo hacen sobre la operación técnica. Considerando que cada país y cada sociedad establece sus leyes y normas de acuerdo a sus necesidades e intereses, las disposiciones jurídicas en materia de comunicación colectiva surgen, generalmente, de la ley fundamental de cada nación, constitución o carta magna, toda que en la misma existe, cuando menos, un artículo que se refiere a la libre expresión de las ideas, conquista social de todo país moderno.

En el caso de México la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en sus artículos 6 y 7, lo siguiente:

ARTÍCULO 6°: La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero provoque algún delito o perturbe el orden público. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

ARTÍCULO 7°: Es inviolable la libertad de escribir y publicar artículos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, no coartar la libertad de imprenta que no tiene más límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

De estas disposiciones generales se desprenden, de manera directa o indirecta, las leyes que, en el caso que nos ocupa, reglamentan específicamente a la radio y la televisión mexicana. En México corresponde a la Ley Federal de Radio y Televisión normar directamente el funcionamiento operativo y técnico de los medios.

El cumplimiento de dicha legislación, promulgada en 1960, es responsabilidad fundamental de algunas dependencias de gobierno: La Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Salud. La primera de ellas vigila y controla por la vía del monitoreo el contenido de los mensajes radiofónicos se ajuste a las normas existentes en la materia, pero igualmente garantiza el pleno cumplimiento de los derechos constitucionales en el ámbito de la comunicación y de las demás leyes y reglamentos referentes a la radiodifusión. También a la Secretaría de Gobernación le compete la coordinación y el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión del Gobierno Federal.

La segunda Secretaría de Estado, la de Comunicaciones y Transportes, es la encargada de que las emisoras se ajusten a los lineamientos técnicos, desde su previa instalación hasta su funcionamiento. Esto último no se agota en el momento en el que la emisora inicia sus transmisiones normales, sino que mantiene permanentemente a través de inspecciones periódicas.

Asimismo, esta dependencia tiene la facultad de otorgar, o en su caso, revocar, concesiones y permisos para la instalación de una emisora de radio o televisión, asignándole la frecuencia respectiva y determinar la naturaleza y el propósito de las propias emisoras, las cuales pueden ser: *Comerciales*, venta de su tiempo de transmisión, por lo que se les otorga una concesión (emisora concesionada); *oficiales*, las cuales son administradas y operadas ya sea por el Gobierno Federal o por los gobiernos estatal y municipal; culturales, administradas y operadas por universidades o casa de cultura y de experimentación. A las emisoras oficiales, culturales y de experimentación, se les otorga un permiso (emisora permitida).

En tanto, la Secretaría de Educación Pública se encarga de otorgar las licencias para los conductores y locutores de radio y televisión; mientras que la Secretaría de Salud se encarga de vigilar las condiciones que deben de satisfacer los anuncios de medicamentos y comestibles para que no atenten contra las disposiciones que en esta materia tiene la Secretaría, así proteger a los posibles consumidores

Para una mejor ilustración de anteriormente señalado en cuanto al marco legal, se reproducen a continuación los artículos fundamentales de la Ley Federal de Radio y Televisión Mexicana²⁰:

²⁰ Cabe señalar que hoy en día se está gestionando ante el Congreso de la Unión una nueva ley de radio y televisión, mientras todavía no se apruebe y se dictamine la nueva ley, nos apegaremos a lo que dice la actual.

ARTÍCULO 1: Corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

ARTÍCULO 2: El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.

ARTÍCULO 3: La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación de cierto tipo técnico.

ARTÍCULO 5: La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, contribuyendo a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las costumbres del país y sus tradiciones.

ARTÍCULO 9: A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes corresponde:
1.- Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva y declarar el abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlos en los casos previstos en la ley.

ARTÍCULO 14: Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos.

ARTÍCULO 21: Las concesiones contendrán cuando menos lo siguiente:

- a) Canal asignado
- b) Ubicación del equipo transmisor
- c) Potencia autorizada
- d) Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas
- e) Horario de funcionamiento
- f) Nombre, clave o indicativo
- g) Término de su duración.

TÍTULO TERCERO. CONCESIONES, PERMISOS E INSTALACIONES.

ARTÍCULO 13. Al otorgar las concesiones o permisos que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determina la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso.

De esta forma las estaciones permisionadas y concesionadas de televisión abierta quedan distribuidas de la siguiente manera:

SIGLAS	CANAL	BANDA	REGIMEN LEGAL
XEW-TV	2	VHF(Very High Frecuency)	Concesión
XHTV	4	VHF	Concesión
XHGC	5	VHF	Concesión
XHIMT	7	VHF	Concesión
XEQ-TV	9	VHF	Concesión
XEIPNZ	11	VHF	Permiso
XHDF	13	VHF	Concesión
XHIMT	22	UHF(Ultra High Frecuency)	Permiso
XHRIE-TV	28	UHF	Concesión
XHEXI-TV	40	UHF	Concesión

Es pertinente señalar que este listado hace referencia únicamente a las estaciones de televisión abierta que se encuentran ubicadas en el Distrito Federal, pero no hay que olvidar que cada estado de la República Mexicana cuenta con su propio canal; además en todo el país se cuenta con distintos sistemas de televisión restringida ya sea vía satélite como SKY o por cable; se estima que a nivel nacional existen 143 sistemas de cable, siendo el más importante Cablevisión.

Para culminar con este apartado, es importante mencionar que la actual Ley Federal de Radio y Televisión fue promulgada en 1960 y su primer reglamento expedido en 1973, siendo su modificación más reciente la del 10 de octubre del 2002. Sin embargo, a 42 años de su promulgación, en el país se observan cambios políticos, sociales, económicos, culturales y tecnológicos de gran trascendencia, que modifican sustancialmente el contexto en el que aquélla fue promulgada, en otras palabras, la realidad que pretende normar en pleno siglo XXI es absolutamente distinta al momento en que fue promulgada.

Por otro lado, como hemos visto a lo largo de este capítulo, desde el nacimiento de la televisión en nuestro país siempre se ha privilegiado su explotación comercial. El Estado mexicano ha entregado paulatinamente el sector a los intereses privados, a través de un pacto en el que ambos actores han recibido beneficios. Aún cuando el Estado ha participado como emisor y cuenta con sus propios medios de comunicación, ha carecido de un proyecto distintivo y sólido en materia de medios electrónicos.

El modelo comercial se ha desarrollado de tal manera que en la actualidad, de las 1,974 frecuencias de radio y televisión autorizadas, el 82 por ciento funciona al amparo de una concesión comercial. A esto habría que agregar que muchas de las emisoras que operan con permisos son repetidoras de emisoras concesionarias, por lo que el porcentaje de emisoras comerciales es todavía mayor. En algunos períodos el Estado ha otorgado o refrendado cientos de concesiones sin mayor trámite, mientras alarga por años las gestiones de instituciones públicas o de organizaciones sociales para conseguir permisos.

Junto a esto, la radio y la televisión mexicanas presentan uno de los más altos grados de concentración en el mundo, como resultado de la discrecionalidad en el proceso de otorgamiento de las concesiones. En la radio comercial el 76 por ciento del sector se encuentra en manos de 14 familias. Sólo 4 grandes cadenas aglutinan casi la mitad del total de las emisoras (47.8 por ciento).

En la televisión la concentración es aún mayor. El Grupo Televisa opera 306 estaciones, 50 por ciento del total, mientras que TV Azteca cuenta con 180 estaciones, 30 por ciento del total.

Si consideramos sólo las emisoras concesionadas a inversionistas privados, el 87 por ciento de las estaciones de televisión están en manos de las dos cadenas mencionadas, situación impensable en otros países de primer mundo como los Estados Unidos de Norteamérica.

Es por ello que, hoy en día, el Congreso de la Unión está gestionando una nueva ley, que ha sido impulsada principalmente por el senador de la fracción panista Manuel Corral. Pero hay que aclarar que ya existían ciertos antecedentes que dieron pauta para la reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión.

A partir del 5 de marzo del 2001 fue instalada en la Secretaría de Gobernación la "Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la legislación de los Medios Electrónicos", contando con una representación amplia de todos los actores vinculados al proceso de la comunicación y a la acción legislativa. Así debatieron durante dieciocho meses legisladores, permisionarios, partidos políticos, empresarios, funcionarios públicos de las dependencias del Ejecutivo Federal con competencia en la materia, universidades y la sociedad civil organizada.

Este proceso de diálogo y búsqueda de consensos para alcanzar una propuesta legislativa democrática y acorde a los nuevos tiempos de México, fue interrumpido por el Ejecutivo el 10 de octubre del 2001 con la publicación del Decreto que modificó el Reglamento de la Ley, vigente desde 1973 y el Decreto por el que se autoriza a los concesionarios el pago en especie del impuesto especial por hacer uso de un Bien de la Nación, calificado como de interés público, antes consistente en el 12.5 % del tiempo total de transmisión diaria.

El 21 de noviembre del mismo año, la representación de la Mesa Ciudadana para la Reforma Integral de los Medios Electrónicos envió una comunicación a la Presidencia de la Comisión Especial para la Reforma del Estado mediante la cual solicitó formalmente la oportunidad de presentar ante los miembros de la citada Comisión y las diversas fracciones parlamentarias la propuesta de Iniciativa de Ley de Radio y Televisión, la cual es considerada como una de las resultantes de la Mesa de Diálogo ya mencionada.

Hasta el momento, no han culminado las reformas de dicha ley, por lo mientras lo único que podemos mencionar es que dentro de los aspectos que se están discutiendo destacan: La concentración de emisoras radiofónicas y televisivas por un pequeño grupo de inversionistas; la política permisiva para el aprovechamiento del espacio aéreo con fines comerciales que ha descuidado la noción de servicio público y la responsabilidad social de los medios de comunicación para con la población, que debieran garantizar a cambio de la explotación de un bien público nacional, limitado y que pertenece a todos los mexicanos; la democratización de los medios de comunicación, de modo que su programación, en la difusión de estereotipos raciales, étnicos y de género, entre otros aspectos; permitir la participación ciudadana, etcétera.

Sería interesante profundizar y analizar más sobre los cambios que se están gestionando en cuanto a la Ley Federal de Radio y Televisión, pero eso nos llevaría a otro tipo de estudio, por lo que remito al lector al pie de página en donde podrá encontrar fuentes en donde puede encontrar más información al respecto.²¹

2.3 LA TELEVISIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN

En tan solo la mitad de un siglo, la televisión ha cubierto el planeta convirtiéndose en un medio con un profundo impacto sobre todo lo que hacemos, desde hábitos de compra, moda, política y aún en la forma de expresarnos. “En la actualidad hay más de 750 millones de televisores en todo el mundo en casi 160 países que son vistos por más de 2.5 billones de personas. Por cada niño que nace en el mundo un televisor es armado (un cuarto de millón cada día) más personas tienen acceso a la televisión que al mismo teléfono”.²²

En México de acuerdo con el XII Censo General de población y vivienda 2000 efectuado por el INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática) el 86.6% de la población cuenta cuando menos con un televisor en su hogar. Siendo el segundo medio de comunicación masiva con mayor presencia en los hogares mexicanos, después de la radio.

²¹ Véase www.cct.senado.gob.mx/iniciativaLEYFRTV.htm, y www.cntv.cl.1999, consultadas el jueves 07/04/05 a las 7:19p.m.

²² Windship, citado por Verónica Tostado Span, *Manual de Producción en televisión*, pág. 5.

Debido la importancia que ha adquirido este medio en la actualidad, surgió el interés de estudiar a los géneros periodísticos de opinión en televisión. Pero vamos por partes, en primera instancia ¿qué se entiende por televisión?

La palabra televisión se deriva del griego *tele* (lejos) y del latín *video* (ver). González Treviño define a la televisión como “el arte de reproducir instantáneamente a distancia una imagen transitoria visible de una escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de comunicación”²³

Llore Soler señala que “se trata de un sistema electrónico de grabación de imágenes y sonidos y reproducción de los mismos a distancia”²⁴

De acuerdo con Robert L. Hillard la televisión “puede combinar los valores de la actuación en vivo del teatro, las habilidades mecánicas del cine, el sonido y la orientación a un público que tiene la radio y sus propias cualidades electrónicas. La televisión puede explorar lo mejor de todos los medios de comunicación con que la antecedieron”²⁵

La televisión la podemos definir como una técnica electrónica de transmisión a distancia de imágenes y sonidos. Se basa en la transmisión de la información codificada en ondas electromagnéticas que viajan por diferentes medios (el aire, cables, etc.), estas señales son recibidas a su vez por un aparato que se encarga de decodificarlas y mostrar visualmente el mensaje al público. Como tal, este medio puede considerarse efímero, pues en su concepción original no contemplaba el registro de sus contenidos, sin embargo dentro de su evolución generó una gama de herramientas que permitieran esto, tal es el caso de las cintas de video, los sistemas digitales, etcétera.

De esta manera se puede decir que la reproducción televisiva puede ser de dos tipos: instantánea o diferida.

INSTANTÁNEA: Se da al mismo tiempo en que se produce la grabación

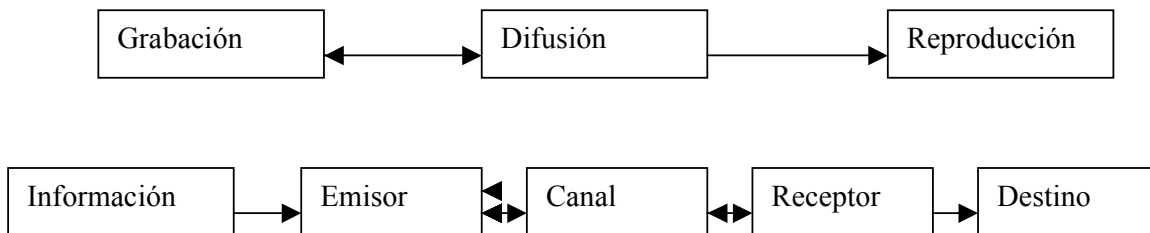
DIFERIDA: Se da mediante un sistema de almacenamiento de imágenes y sonidos pregrabados.

En esencia, el esquema del sistema de televisión es:

²³ Jorge González Treviño, *Televisión, Teoría y Práctica*, pág. 15.

²⁴ Llore Soler, *La televisión: Una metodología para su aprendizaje*. pág. 23.

²⁵ Robert L. Hillard. *Guionismo para medios audiovisuales*. pág. 21.



Como podrá observar el lector es el esquema clásico de comunicación. Pero, cabe señalar que la televisión al ser un medio masivo de comunicación tiene ciertas características particulares.

En su libro, *Sociología de los medios masivos de comunicación* McQuail presenta un mapa general de las características más importantes de éstos. Estas características pueden identificar a la televisión como un medio de comunicación masiva.

Debido a la cantidad de actividades que es necesario realizar para que los medios masivos cumplan su función es indispensable que cuenten con una organización formal para controlar la actividad de gran cantidad de personal, el cual es coordinado por un cuerpo directo especializado. De aquí se desprende la existencia de una jerarquía interna que asegura la continuidad del medio. Asimismo se requiere del empleo de gran capital, por tanto debe existir, a la par, un control financiero, un control normativo y un mecanismo de rendición de cuentas.

Una más de las características de los medios masivos es que se dirigen a públicos amplios, y por tanto heterogéneos. El alcance que tienen los medios a grandes públicos responde a la tecnología montada por el medio en busca de una producción masiva y de difusión global. La existencia de públicos numerosos implica presencia de “tendencias hacia la estandarización en lo que respecta al contenido de los medios.”²⁶

De acuerdo a este autor las comunicaciones masivas son públicas, su contenido está abierto a todos y su distribución es relativamente estructurada e informal. Es importante destacar que ninguna comunicación puede estar totalmente abierta a todo público, ya que siempre habrá restricciones, por ejemplo, en el caso de la televisión abierta es necesario contar con un aparato receptor, conocer el idioma en el que se presenta la programación, por mencionar algunas limitaciones.

El desarrollo tecnológico de los medios masivos de comunicación facilita el intercambio de señales, registro, grabación y reproducción instantánea, el

²⁶ Denis Mc Quail. *Sociología de los medios de comunicación*. pág. 20.

público puede ver a través de su pantalla los eventos sucedidos a miles de kilómetros. Dentro de este rubro implícitamente estamos hablando, también de la simultaneidad, la misma señal, el mismo evento es observado por gran cantidad de personas que están alejadas de la fuente que emite la señal y también un receptor del otro.

Como su nombre lo indica, los medios de comunicación dan lugar a una comunicación mediada, impersonal. El público conoce el emisor sólo en su función pública, mientras que el emisor se dirige a una audiencia anónima.

A manera de resumen, a continuación se presentan las características esenciales de los medios masivos de comunicación de acuerdo a McQuail:

- 1.- Necesitan de organizaciones formales complejas (Capital, estructura jerárquica interna, etc.)
- 2.- Se dirigen a auditorios muy grandes, lo cual implica tendencias de estandarización en el contenido de los mensajes
- 3.- Los mensajes son públicos, el contenido está disponible para todos.
- 4.- El público es heterogéneo, está integrado por individuos de diferentes edades, condiciones socioeconómicas, culturales, ocupaciones, modos de vida e intereses.
- 5.- Llegan al mismo tiempo a muchas personas que se encuentran en lugares distantes al emisor.
- 6.- La relación emisor- público es impersonal, porque los que sólo se conocen como emisores se dirigen a un auditorio anónimo.
- 7.- El público es una colectividad típica de la sociedad actual. Es una agrupación de individuos unidos por un interés común, con comportamiento y metas similares, pero no se conocen entre ellos, no interaccionan ni están organizados.
- 8.- Su contenido es recopilado, preparado, o sea, no es espontáneo.²⁷

En suma, éstas son las características que comparte la televisión con otros medios masivos de comunicación.

De esta forma el periodista puede hacer uso del discurso audiovisual y del medio televisivo para comunicar de manera inmediata y simultánea sobre los diversos acontecimientos, en la actualidad se dice que los programas en los cuales se hace mayor trabajo periodístico son los noticieros, aunque también existen programas unitarios en los cuales se puede contemplar el ejercicio periodístico. De este aspecto se hablará con mayor detalle en el siguiente capítulo.

²⁷ Denis Mc. Quail. *Op. cit.* pág. 20-23.

CAPÍTULO 3

PERIODISMO TELEVISIVO

Podemos definir de manera genérica al periodismo como la “forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público”¹. La información periodística responde a todas las interrogantes del acontecer social: qué sucedió, quién lo dijo, cómo ocurrió, en dónde, por qué, cuándo; en suma “el periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, y que repercute en la vida personal y colectiva”²

Esta función primordial del periodismo ha sido asimilada por todos los medios de comunicación a fin de cumplir una importante función social: la transmisión de noticias, que avala su carácter de medios de interés público.

Sin embargo, con todo y los grandes avances en el campo de las telecomunicaciones, ha sido el periodismo escrito quien mejor ha desarrollado la actividad periodística debido a su función informativa específica, estableciendo parámetros, estilos y conceptos que condicionan la difusión de noticias.

Ahora bien, los medios electrónicos son los más importantes transmisores de información por la naturaleza de cada uno de ellos, es decir, tanto la radio como la televisión son sistemas inmediatos de difusión de señales que se producen en lugares determinados, llegando a millones de hogares por medio de aparatos receptores.

En el caso concreto, la televisión se convierte en el medio de transmisión de noticias más importante porque muestra los hechos como sucedieron. “La televisión consigue su plenitud originaria con las transmisiones en directo”³, además de que permite la difusión sincrónica de la imagen y el sonido; con ello se podría decir que las noticias se “viven” a través de las pantallas de televisión y no sólo se escuchan como es el caso de la radio o se leen como el periódico.

La televisión conoció a partir de la prensa periódica los conceptos de información, noticia, oportunidad, actualidad, interés, veracidad, inmediatez, etc., es decir, acuñó la actividad periodística a sus condiciones de medio audiovisual.

El acceso del periodismo a la televisión se desarrolló de manera inmediata y más o menos fácil, gracias a sus nexos existentes con la radio. También el ejercicio periodístico fue retomado del cine, dedicado a presentar resúmenes noticiosos previos a la película; así, la televisión tomó de este medio y de la radio la práctica periodística y algunas formas de construcción del mensaje informativo, y de la prensa escrita los fundamentos del periodismo.

¹ Vicente Leñero y Carlos. Marín, *Manual de Periodismo*.pág. 17.

² *Ibidem*. Pág. 18

³ Mariano Cebrián Herreros, *Géneros Informativos audiovisuales*. pág. 24.

De acuerdo con Maximiliano Maza las características principales de los productos del periodismo audiovisual son aquellos formatos que presentan las siguientes características:

- 1.- Alto grado valor noticioso en sus contenidos.
- 2.- Ser versiones audiovisuales de productos del periodismo impreso.
- 3.- Utilizar los géneros y técnicas del periodismo para la construcción de sus estructuras.⁴

Cabe señalar que hay una discusión en cuanto al concepto de periodismo en televisión o por televisión. Martínez Albertos ha destacado que, “mientras avanza la investigación radiotelevisiva en torno al lenguaje expresivo, los estilos y los géneros del mensaje periodístico en la prensa son válidos también para la radio y la televisión”⁵. Por lo que él considera que es periodismo en televisión.

En contraparte Mariano Cebrián dice que es “el momento de modificar el planteamiento y el desplazamiento o trasvase entre los medios y afrontar los géneros según la peculiaridad de cada medio y observar las consecuencias”⁶. (periodismo por televisión)

En ese sentido hay que puntualizar lo siguiente: el periodismo escrito ha dado las bases, técnicas y géneros para que éstos puedan llevarse a cualquier medio masivo de comunicación ya sea radio o televisión. Pero también hay que tomar en cuenta que cada medio de comunicación tiene su propio lenguaje por lo que los géneros periodísticos se tienen que adecuar a cada uno de ellos, por lo que puede existir la variación en cuanto a la presentación y las técnicas a emplear.

Además, no hay que olvidar que en cada medio, en particular la televisión, han aparecido diferentes modalidades de los géneros impresos, por lo que se considera que no se debería llamar periodismo en, ni, por televisión, sino periodismo televisivo.

En cuanto a los programas o productos en donde ejerce el periodismo televisivo, existen algunas variaciones entre los diferentes autores. Maximiliano Maza hace referencia a tres emisiones en particular: el noticiario, la revista y las cápsulas.

En cambio, Héctor Ortega⁷ señala que los formatos televisivos periodísticos se encuentran: el noticiario, de investigación, deportes, mesa redonda y debate.

⁴ Maximiliano Maza, *Op. cit.* pág. 280.

⁵ José Luis Martínez Albertos, *Curso General de Redacción Periodística*. pág. 429.

⁶ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 18.

⁷ Ortega Zapata, Héctor. *Los géneros televisivos. Tesis de Licenciatura. FCPyS.* pág. 94.

A partir de estas propuestas y de la investigación realizada en este trabajo, se considera que todos coinciden que el noticiario es el lugar principal en donde se realiza el trabajo periodístico, en este rubro se engloba a lo que es la cápsula o flash informativo; en tanto la mesa redonda y el debate si bien es cierto que son programas en los que se ejerce el periodismo de opinión, se pueden englobar dentro de lo que se considera como programas de investigación; y en cuanto a los deportes así como los espectáculos o cultura si bien es cierto que dada su importancia se han llegado a convertir en emisiones, se pueden introducir dentro de lo que es en el noticiario o en la modalidad de revista. De esta forma se llega a considerar que existen tres grandes emisiones en donde se realiza un trabajo periodístico y son: el noticiario, la revista y los programas de investigación. A continuación explicaremos cuáles son sus características y sus diferentes tipologías.

3.1 EL NOTICIARIO⁸

Un noticiario o Telediario de acuerdo con Llorech Soler son “programas que cada estación de televisión difunde a través de dos, tres o cuatro ediciones diarias, cubren la más importante misión que tiene encomendada este medio: la de informar puntualmente sobre la actualidad, facilitando las imágenes y los sonidos que hagan posible su conocimiento más completo”⁹

Maximiliano Maza dice que “un noticiario es el equivalente audiovisual del periódico. Podría definirse como un producto del periodismo audiovisual, estructurado con base en una serie de descripciones y narraciones de eventos que se consideran relevantes porque afectan directa o indirectamente a un público o audiencia”¹⁰.

En síntesis el noticiario es aquél programa que informa sobre los hechos y sucesos de actualidad para mantener al tanto de la problemática cotidiana, tanto a nivel regional como nacional e internacional, en los campos más diversos de interés social: política, economía, salud pública, seguridad social, educación, etcétera.

Dentro de los medios audiovisuales, los orígenes del noticiario se localizan en el cine. Se considera que el noticiario cinematográfico tuvo como antecedente directo a las vistas impresas por los primeros cineastas. El noticiario cinematográfico aportó las técnicas de composición de la imagen televisiva.

⁸ De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española el noticiario es el espacio radiofónico o televisivo en donde se presentan o dan las noticias de actualidad. En tanto el noticiero es la persona que se encarga de informar o redactar las noticias ya sea en los periódicos o en el área informativa de una estación de radio o televisión. No obstante, hay que recordar que el lenguaje puede sufrir ciertas modificaciones a través del tiempo, por lo que ahora la palabra noticiario o noticiero se emplean como sinónimos. A su vez, cabe señalar que en algunos países de habla hispana se le conoce con el nombre de “Telediario”

⁹ Llorech Soler, *Op. cit.* pág. 133.

¹⁰ Maximiliano Maza, *Op. cit.* pág. 281.

No hay que olvidar a los noticiarios radiofónicos que le dieron las características de inmediatez, espontaneidad y de las transmisiones en directo, con la diferencia de que en televisión no sólo se apoya del sonido sino también de imágenes.

Sin embargo, del medio que tomó más elementos para estructurarse fue la prensa, pues “del periodismo siguió toda una actividad, junto con su reglas y normas: los criterios de búsqueda y selección de noticias, los métodos de información y la profesión en sí misma”¹¹.

El surgimiento de la radio y la televisión provocó la obsolescencia del noticiario cinematográfico, pero trajo a cambio un mayor potencial para el desarrollo de este producto del periodismo audiovisual. El noticiario se convirtió en el principal producto informativo de los medios de transmisión y alcanzó en ellos un alto grado de complejidad en su estructura¹²

La producción de noticiarios en la televisión mexicana se inició paralelamente al nacimiento del medio en nuestro país; la primera imagen en salir al aire fue en el año de 1950 cuando el locutor Gonzalo Castellot que, tras saludar a las pocas personas que en ese momento estaban viendo la transmisión y marcar la importancia de aquél día por el nacimiento del nuevo medio, se concretó a difundir información, al respecto él mismo señala:

Como naturalmente no teníamos nada expresamente preparado para esa prueba oficial, tomamos el periódico *Novedades* y se lanzó ahí lo que después vino a constituir el primer noticiero de televisión que se llamó “Leyendo Novedades”. La reacción del auditorio era muy importante pues conforme fue pasando el tiempo, aquello, de “Leyendo Novedades empezó a inquietar a los teleespectadores que inquirieron cómo era posible que leyéramos noticias frescas en un periódico de la mañana: Tuvimos que mostrar al público los cables intercalados en el periódico, y afirmar que todas las noticias eran cables recién llegados a la redacción del diario, pero conforme crecía el auditorio se hizo imposible seguir dando esa explicación cada día, por lo que se convirtió en el “Noticiero Novedades”: allí tomaba un globo terráqueo, lo hacía girar y decía: “El mundo sigue su marcha y *Novedades* sigue la marcha del mundo”¹³

Los noticiarios de 1950 se realizaban en vivo, con un locutor que, vestido formalmente leía la información sentado frente a un escritorio y hablaba de frente a las cámaras. La tradición permanece hasta el presente.

Las diferencias radican en que, mientras el periodista de aquel año leía las noticias directamente de los periódicos, sin mayor opción para opinar, una década después disponía de algunos recursos visuales para apoyar las noticias.

¹¹ Héctor Ortega Zapata, *Op. cit.* pág. 94.

¹² Cfr. Maximiliano Maza, *Op. cit.* pág. 281.

¹³ Gonzalo Castellot, en Castellot De Ballín, Laura. “*Historia de la televisión Mexicana*”. *Revista Somos*. *Op. cit.* pág. 34.

La mayoría de los primeros noticiarios fueron patrocinados por empresas periodísticas como *El Universal*, *Excélsior*, *Novedades*; y por grandes compañías como Coca Cola, Moctezuma o General Motors.

De acuerdo con un artículo publicado por la revista *Somos* sobre la historia de los noticiarios en México, ésta ha sido la evolución de estos programas:

En 1970 el conductor leía un guión con noticias diversas y utilizaba enormes audífonos; se comunicaba con reporteros por teléfono, utilizaba cintas de video y tenía enorme cuidado con lo que expresaba el lenguaje coloquial y cotidiano.

En 1980 el noticiario era más flexible, porque se podía dar el lujo de charlas breves con entrevistados e incluir información de diversa índole, desde política, deportes, cultura y espectáculos. Recibía imágenes vía satélite y callaba cuando debía hacerlo.

En 1990 el trabajo de conductor se auxiliaba con un proyector de títulos, al tiempo que interactuaba con su equipo de producción a través de diferentes mecanismos; pocas veces preguntaba más de lo normal y se concretaba a presentar notas informativas realizadas por un equipo de reporteros.

El periodista del 2000 se convirtió en el presentador multimedia, en un hombre que lo mismo podía anunciar una nota que realizar una entrevista en vivo, en un profesional que leía y se hacía acompañar de una computadora portátil, en un comunicador capaz de realizar enlaces vía satélite de un país a otro y de convocar al público a opinar a través de encuestas y comentarios.

TIPOLOGÍA DE LOS NOTICIARIOS

Hoy en día, existen varias maneras de clasificar a los noticiarios:

- a) Por su cobertura geográfica: locales, regionales, nacionales e internacionales.
- b) Por su periodicidad: horarios, diarios y semanales.
- c) Por sus contenidos: generales y especializados
- d) Por su duración: flash informativo, cápsula y noticiario.
- e) Por su horario de programación: matutinos, vespertinos, nocturnos y continuos o permanentes.
- f) Por sus recursos de producción: dependientes, mixtos y autosuficientes.
- g) Por la estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.¹⁴

¹⁴ Para conocer las características de los noticiarios de interés general de la televisión mexicana, invito al lector al Anexo I de esta tesis.

ESTRUCTURA INFORMATIVA DE UN NOTICIARIO

Los noticiarios presentan la siguiente estructura informativa:

1. ENTRADA: Primera sección del noticiario y se divide en dos partes:
 - a) Bienvenida institucional, expresada en un texto no mayor a treinta segundos de duración, en la que se presenta la identificación del noticiario: nombre del programa; nombre de la estación, canal o empresa productora; slogan y nombre de los conductores.
 - b) Bienvenida diaria, expresada de manera cordial, en la que el conductor invita al público o audiencia a recibir la información.
2. TEASER: Sección del noticiario en la que se presentan los titulares de la información considerada como la más relevante para el público.
3. BLOQUES INFORMATIVOS: Sección del noticiario en la que se presentan la información utilizando una combinación de géneros periodísticos.
4. SALIDA: Última sección del noticiario. Se divide en dos partes: Salida diaria que es expresada de manera cordial, en la que el conductor se despide del público; y salida institucional, en la que se presentan los créditos de producción del noticiario.

REQUERIMIENTOS DE PRODUCCIÓN PARA UN NOTICIARIO

A continuación de una manera muy general se describirán los elementos que se requieren para un noticiario:

EQUIPO HUMANO: Bajo este concepto se incluye a aquéllos profesionales del periodismo televisivo que se caracterizan por el uso de las técnicas e instrumentos del medio audiovisual: sencillez, brevedad, inmediatez, concisión, etc.; sobre este equipo recae la búsqueda, selección y confección de la noticia, y son: redactores, reporteros, corresponsales, enviados especiales y jefes de información, entre los más importantes, que se unen al equipo específico de la televisión: editores, camarógrafos, sonidistas, iluminadores, productores, conductores, etcétera.

Por lo tanto, podemos afirmar que una de las particularidades del noticiero es su trabajo en equipo para la presentación de la información, aunque algunas figuras sobresalen más que otra, como las siguientes:

Director de Noticias: Es la persona quien está a cargo de todas las operaciones de noticias. Responsable último de todos los reportajes de noticias.

Productor: Responsable directo de la selección y ubicación de las notas dentro de un noticiario, con el propósito de formar un todo uniforme y balanceado.

Editor asignado: Asigna a los reporteros y camarógrafos una agenda específica de acontecimientos que deben cubrirse.

Reportero: Recopila las historias. Con frecuencia reporta a cuadro desde la locación.

Escritor: Escribe los textos que deben decir al aire los conductores. Los textos se basan en las notas de los reporteros y el material de video disponible.

Editor de videocinta: Edita las cintas de video con base en las notas del reportero, los guiones del escritor o las instrucciones del productor.

Conductor: Presentador principal de los noticiarios, casi siempre desde el escenario del estudio

Corresponsales y enviados especiales: Tienen a su cargo la información regional y/o internacional, por lo que su función noticiosa se encuentra relacionada con la importancia de los hechos generados en la zona donde se encuentren

Comentaristas, críticos o analistas: Son periodistas especializados en algún área, tienen a su cargo la interpretación de los hechos para explicar al público sus causas y consecuencias; sus opiniones son producto de análisis minuciosos, estudios profundos y experiencia adquirida.¹⁵

EQUIPO TÉCNICO Y TECNOLÓGICO: El noticiario se auxilia tanto de las técnicas tradicionales como de los más sofisticados instrumentos para la confección de las noticias, como por ejemplo, los satélites artificiales de comunicación a fin de lograr enlaces permanentes entre distintos lugares; la transmisión por microondas se auxilia de instrumentos como la computadora, el fax, el teletipo o el teléfono.

Existe un instrumento de suma importancia para el Noticiario, el teleprompter¹⁶, que facilita la lectura ágil de la información; se trata de un aparato colocado al lado de una de las cámaras de televisión, por medio de una pantalla va corriendo el texto de la noticia y el conductor lee mirando directamente a la cámara, dando la sensación de conversar con el televidente.

Otro de los aparatos que ha cobrado auge e importancia en los noticiarios es el helicóptero, los servicios informativos locales han encontrado en él un medio por el cual acceder a la noticia de manera casi inmediata, transmitiendo en directo desde el lugar de los hechos¹⁷.

¹⁵ Para mayor información sobre el equipo humano y técnico que interviene dentro de un noticiario le sugiero al lector que vea las obras de Herbert Zettl *Manual de Producción en televisión* Ed. Thompson. Yorke Ivor. *Periodismo por televisión*. Ed. Limusa Noriega Editores. 1994, México.

¹⁶ Teleprompter: Mecanismo que proyecta de manera puntual el movimiento (usualmente generado por computadora) del texto sobre la lente de tal forma que el talento pueda leerlo sin perder el contacto ocular con el observador. También denominado auto cue.

¹⁷ Es de resaltar que hay todo un gran equipo y de aparatos que se usan para la realización de un noticiario televisivo, sin embargo el detalle de cada uno de estos aspectos nos llevaría hacia otro estudio diferente al planteamiento propuesto al inicio de esta investigación.

En síntesis las características generales del noticiario son:

- ✓ Es el escenario de la noticia, pues es un resumen informativo que presenta el mayor número de hechos posibles.
- ✓ Se considera que es el programa que mejor ilustra la mayor característica de la televisión, o sea, la transmisión en directo.
- ✓ Es un trabajo de equipo en cada una de sus etapas.
- ✓ Su contenido es breve, sencillo y conciso.
- ✓ Programa unitario, de periodicidad diaria.
- ✓ Su origen está en la prensa, el noticiero radiofónico y el cinematográfico.

3.2 LA REVISTA

Los orígenes de la revista audiovisual se localizan en el noticiario. Así como éste es el equivalente audiovisual del periódico, la revista es el equivalente audiovisual de las revistas o magazines ilustrados.

“La revista es un producto del periodismo audiovisual, estructurado con base en una serie de descripciones y narraciones de eventos con menor valor noticioso y con mayor variedad temática que los presentados en el noticiario, y cuyos contenidos se consideran relevantes para un público meta”¹⁸

La revista puede incluir contenidos que no tienen cabida en el noticiario por su menor valor noticioso. Esta característica hace que la revista pueda presentar una mayor variedad de contenidos. Por otro lado, la periodicidad de la revista le permite una mayor profundidad en el tratamiento de la información. La revista recapitula, expone causas y consecuencias de la información que el noticiario, por razones de tiempo, presenta de manera superficial.

La revista puede ser general o especializada en sus contenidos, de acuerdo al tema general y a los intereses del público meta al cual va dirigida. La revista se estructura en bloques informativos, integrados por una amplia variedad de subproductos, en los que se utiliza una combinación de géneros periodísticos para presentar la información.

¿Cuál es la diferencia entre una revista y un noticiario? La revista presenta mayor libertad para adecuar los géneros periodísticos a sus necesidades temáticas. Además, si el tema lo permite, es posible incluir dramatizaciones dentro de su estructura. También se pueden incluir presentaciones musicales, literarias, de discusión y de cualquier tipo de formato periodístico o no periodístico¹⁹.

En comparación con el noticiario su tiempo real de duración suele ser mayor, pues puede ser de treinta minutos hasta tres horas de duración. Se considera que la revista es el producto audiovisual más extenso de la programación de un canal de televisión.

¹⁸ Maza, Maximiliano. *Op.cit.* pág. 284.

¹⁹ Por géneros no periodísticos se entiende las dramatizaciones, cuentos, novelas, charlas y musicales.

En México es uno de los programas más utilizados en las barras matutinas de programación, ejemplo de ello son: Tempranito, Con Sello de Mujer, Hoy, Nuestra Casa, Ventaneando, La oreja, entre otros.

TIPOLOGÍA DE LAS REVISTAS.

Existen varias maneras de clasificar a las revistas²⁰:

- a) Por su periodicidad: diarias y semanales.
- b) Por sus contenidos: de actualidad, de divulgación, generales y especializadas
- c) Por su tipo de audiencia: infantiles, juveniles, para adultos, femeninas, masculinas y generales.
- d) Por su propósito específico: informativas, educativas, culturales y de entretenimiento.
- e) Por su horario de programación: matutinas, vespertinas y nocturnas.
- f) Por sus recursos de producción: dependientes, mixtas y autosuficientes.
- g) Por su estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.

ESTRUCTURA INFORMATIVA DE UNA REVISTA

La estructura informativa de una revista puede variar de una televisora a otra, pero la más común es la siguiente:

1. ENTRADA: Sección en la que se presentan la bienvenida institucional y la bienvenida particular de la revista, de manera similar al noticiario.
2. MENÚ: Sección en la que se presentan los bloques o secciones temáticas que integran el cuerpo de la revista. Su objetivo es capturar la atención del público o audiencia. Se puede decir que es el equivalente al teaser de un noticiario.
3. BLOQUES: Constituyen el cuerpo de la revista y se estructuran en función de la relevancia de su contenido para el público meta.
4. DESPEDIDA: Sección en la que se presenta una recapitulación del contenido presentado en los bloques y se extiende una invitación al público para que vea o escuche el siguiente programa.
5. SALIDA: Sección en la que se presentan los créditos de producción del programa.

A manera de resumen las características generales de la revista son:

- ✓ Hacen uso tanto de los géneros periodísticos como no periodísticos.
- ✓ Su duración es mayor que la de un noticiario.
- ✓ Tiene una gran variedad temática.
- ✓ Se dirigen a un público meta más reducido que un noticiario.

²⁰ Clasificación basada en la propuesta elaborada por Maximiliano Maza en su libro *Op. cit.* pág. 285.

3.3. PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN

Los programas de investigación por lo general dependen de la dirección de noticiarios de la televisora. “Estas emisiones manejan información, noticias y, con frecuencia, opinión. Pueden estar relacionados con ideas y sucesos actuales o históricos. Pueden ser académicos, culturales o abstractos, sin aparente conexión con algún asunto contemporáneo o significativo”²¹

Las emisiones de investigación son aquéllas que abordan los hechos de actualidad para profundizar en sus causas y consecuencias a fin de explicar al público su complejidad; son considerados como una extensión de los noticiarios, pues la noticia es la fuente para la realización de la serie, cuyos temas pueden referirse a una gran variedad de asuntos: política, economía, salud pública, seguridad social, espectáculos, etcétera.

Estos programas dependen de las reglas del periodismo, en particular en lo que se refiere a los métodos y técnicas de investigación, dado que una de sus características es su profundización en la noticia a través de la entrevista y el reportaje.

Los primeros programas de investigación fueron realizados por la televisión mexicana desde sus inicios, paralelamente a la producción de noticiarios; ante la falta del video tape bastaba organizar algunas entrevistas en vivo y complementar la información con fotografías, dibujos, mapas, imágenes filmadas, entre otras.

Hoy en día los programas de investigación pueden transmitirse en vivo y diferido, pero de cualquier manera implica la grabación previa de algunos de sus elementos como entrevistas, reportajes, crónicas, encuestas, etcétera.

TIPOLOGÍA DE LOS PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN:

Las variantes son:

1. DE REPORTAJES: Son programas que desarrollan un trabajo de investigación amplio y exhaustivo, condensado principalmente en reportajes, complementados con entrevistas y comentarios. Su objetivo es analizar y explicar problemas de interés social. Ejemplo tenemos: Reporte 13, que se trasmite por canal 13.
2. DE ENTREVISTAS: El programa se desarrolla en torno a conversaciones grabadas y/o en el estudio para conocer la opinión de alguna personalidad o especialista respecto a un tema en particular. Tienen un tono frecuentemente informal pues establece una charla amena entre el invitado y el conductor. Ejemplo: Aquí nos toca vivir, Diálogos en confianza, emisiones difundidas por el canal 11.

²¹ Robert Hilliard. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. pág. 165.

3. CRÓNICAS Y RESEÑAS: Se enfocan a temas culturales, científicos y artísticos para divulgar obras y personajes. Ejemplo: Los que hacen nuestro cine, la cartelera del once, La dichosa palabra, etcétera.
4. MESA REDONDA Y DEBATE²²: Rescatan puntos de vista sobre diversos temas para llevar a la reflexión y el cuestionamiento. Pueden tener un sentido informativo y polémico, aunque son emisiones prioritariamente de opinión. Ejemplo: Zona Abierta, que se transmite por el canal 2; y Primer Plano que se difunde por el 11.

En suma las características generales de los programas de investigación son:

- ✓ Se basan en los procedimientos de la investigación periodística, en particular las técnicas de la entrevista y el reportaje.
- ✓ Su objetivo es profundizar en hechos noticiosos y asuntos de interés colectivo para explicar sus causas y consecuencias.
- ✓ Son un foro de denuncia de problemas sociales que puede orientar sobre sus posibles soluciones para canalizarlos a instituciones y organismos especiales.
- ✓ Son un foro de enlace entre las autoridades y los ciudadanos a fin de exigir soluciones a los conflictos de la sociedad.
- ✓ Programa de corte unitario, transmitido diaria o semanalmente
- ✓ Género surgido del noticiario de televisión.

La importancia que tiene el periodismo en la actualidad es tal que es ejercido por todos los medios de comunicación, asumiendo, al menos aparentemente, un compromiso social que los ha caracterizado legalmente como “medios de interés público”.

En el caso de la televisión, el periodismo es una actividad, si no primaria en tanto objeto de consumo puesto que se ha consolidado principalmente como un medio del espectáculo, sí trascendente para el medio y el público receptor, pues es el sistema de información más importante por su alcance y penetración.

El interés del periodismo en la empresa televisiva ha llegado a tal grado que ésta ha creado y consolidado sus propios departamentos de noticias, con sus propias funciones, cuerpo de redactores, reporteros, etc., para ejercer la actividad

En resumen, características de inmediatez, instantaneidad, posibilidad de ver y escuchar los acontecimientos noticiosos, brevedad, concisión y espectacularidad, son rasgos que definen al periodismo televisivo y le dan su especificidad.

El periodismo televisivo se desarrollo en emisiones como el noticiario, la revista y los programas de investigación; y en ellos se hacen uso de las técnicas y métodos de los géneros periodísticos, de los cuales se hablará en los siguientes capítulos.

²² Para mayor información, véase el capítulo 4.

CAPÍTULO 4

LAS FORMAS DEL DISCURSO Y SU RELACIÓN CON EL EJERCICIO PERIODÍSTICO

Antes de explicar las características de los géneros periodísticos es importante resaltar que la comunicación periodística, independientemente del medio de comunicación, se caracteriza por el uso de distintos tipos de discursos para referirse al acontecimiento.

Hasta este momento, se había dicho que el discurso es “una estructura formal, una organización lógica de signos que tiene una significación precisa. El hombre usa al discurso para comprender y transmitir la realidad. El periodista se vale del discurso para informar los sucesos; describir las situaciones, los personajes y los escenarios; relatar los acontecimientos; evaluar los hechos y comentar las noticias”¹.

El mensaje periodístico puede analizarse desde muchas perspectivas en atención a campos de estudio distintos. En este trabajo, el interés se centra en el análisis de los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana, y en precisar sus características discursivas para conocerlos mejor.

Durante los últimos años han aparecido numerosas propuestas teóricas para estudiar al discurso, sobre todo en el campo de la teoría de la comunicación y de la lingüística. González Reyna propone que para estudiar a los géneros periodísticos en función del uso del lenguaje como expresión del discurso se debe apoyar en la teoría periodística basada en el planteamiento clásico de la estilística².

Según la estilística³ existen varias formas discursivas que son: La narración, la descripción, la argumentación y la exposición. Estas también son nombradas como modos de organización del discurso⁴ y se consideran como modos fundamentales de construir discursos. Generalmente estas formas discursivas no aparecen en los mensajes de manera aislada, sino que se combinan de modo tal que uno de ellas predomina. Esto hace que el propósito lingüístico del mensaje se manifieste con claridad.

El periodismo no es un tipo de discurso homogéneo en su estructura, está formado por un conjunto de discursos que tienen estructuras lógicas y gramaticales distintas. Sin embargo, todas estas formas específicas del discurso implican el conocimiento por parte del periodista de que el público, los individuos que reciben los discursos son personas concretas que viven en una época determinada, que tienen creencias específicas que se comparten con apego a ciertos valores sociales, que poseen una forma peculiar de conocer su mundo⁵.

¹ Susana González Reyna, *Op. cit.*, pág. 13.

² *Ibidem.* pág. 13

³ Crf. Martín Alonso, *Ciencia del Lenguaje y arte del estilo*, Águila, Madrid, 1970. Martín Alonso llama a estas formas discursivas, categorías de la estilística.

⁴ Crf. Calsamiglia, Helena. *Op. Cit.* pág. 268.

⁵ González Reyna, *Op. cit.* pág. 14.

En este sentido el conocimiento por parte del periodista de las diferentes formas del discurso le facilitará la elección del género periodístico que mejor transmita lo que se quiere decir.

Es pertinente señalar que las formas discursivas están presentes en la comunicación diaria, y que basta con definir la intención del discurso para decidir su estructura, es decir, las distintas formas del discurso en realidad constituyen diferentes maneras de usar el lenguaje para comunicar algo; en este caso, para elaborar el mensaje periodístico. “Mediante la narración, la descripción, la exposición y la argumentación, el periodista presenta al lector una visión del mundo. Lo invita a participar en el acontecer desde el momento en que lo enteran de lo que sucede, le proporciona explicaciones que lo ayudan a comprender significado de eso que sucede y, además, le manifiesta un punto de vista, una opinión”⁶

En suma, la distinción de las formas del discurso sirve, entonces, para establecer un sistema de análisis que permite conocer mejor el propósito general de los mensajes y determinar la forma más conveniente de redactarlos. Para el presente trabajo de investigación, conocer las formas discursivas es muy importante pues en un momento dado permite comprender, clasificar y caracterizar a cada uno de los géneros periodísticos que se encuentran en la televisión mexicana. Y, por otra parte, ayuda a explicar la forma en la cual se pueden elaborar los diferentes géneros de opinión.

A continuación se explicará con detalle cada una de los modos de organización del discurso.

4.1 LA NARRACIÓN

La narración es la forma discursiva que se propone relatar los sucesos o una serie de sucesos relacionados, de tal manera que adquieren un significado distinto de aquel que tiene por separado. El hecho aislado no le interesa a la narración; más bien, le importa el conjunto de acontecimientos que ofrece la realidad: qué sucede, a quién le sucede; en dónde sucede y en qué circunstancias sucede⁷.

Para Adam, Jean Michel “la narración es una forma tan íntimamente instaurada en nuestra manera de comprender el mundo, de acercarnos a lo que no conocemos y de dar cuenta de lo que sabemos que domina sobre otras formas más distantes u objetivos como pueden ser la definición o explicación”⁸.

Narrar es contar o relatar una serie de hechos que pueden ser reales o imaginarios, es contar o referir sucesos que logren despertar el interés por lo que sucederá a continuación.

⁶ González Reyna, *Op. cit.* pág. 14

⁷ *Ibidem.* Pág. 16

⁸ Crf. Adam, Jean Michel. Citado por Helena Calsamiglia. *Op. cit.* pág. 269.

La presencia del narrador es fundamental en toda narración; su función consiste en dar vida al relato mediante la exposición de la historia relatada, la presentación y caracterización de los personajes, la descripción de los lugares y ambientes en que se desarrollan los hechos, así como el orden de los acontecimientos narrados. Entre los tipos de narradores se encuentran:

1.- El narrador en Primera persona: Participa en los acontecimientos que relata como un personaje más, presentándose a sí mismo como el protagonista de esos sucesos, como un personaje secundario o como un simple testigo de las acciones.

2.- El narrador en tercera persona: No participa en los acontecimientos narrados, pero conoce lo que piensan los personajes y puede contar lo que sucede en tiempos y lugares diversos. Este narrador recibe el nombre de omnisciente porque parece saberlo todo, tiene una visión del mundo muy amplia y porque para él no hay secretos en el universo de la ficción narrativa⁹

Según Adam¹⁰ hay 5 elementos básicos que constituyen una narración:

1.- Temporalidad: Existe una sucesión de acontecimientos en un tiempo que transcurre; que avanza.

2.- Unidad temática: Esta unidad se garantiza por al menos de un sujeto- actor, ya sea animado o inanimado, individual o colectivo, agente o paciente.

3.- Transformación: los estados o predicados cambian, por ejemplo de tristeza a alegría de desgracia a felicidad, de vacío a plenitud, etcétera.

4- Unidad de acción: existe un proceso integrador. A partir de una situación inicial se llega a una situación final a través del proceso de transformación.

5.- Causalidad: Hay intriga, que se crea a través de las relaciones causales, entre los acontecimientos.

En síntesis, la narración la podemos encontrar en una novela, en un relato radiofónico, cinematográfico, o televisivo. En otras palabras, la narración puede adaptarse a los diferentes medios o soportes de difusión, como la radio, el cine, el video y la televisión.

Además, cabe señalar que la narración puede combinarse con cualquier otra forma del discurso: descripción, argumentación y la exposición. De acuerdo con Adam, la narración aparece en los medios de comunicación dentro del género periodístico como la noticia, el reportaje y la crónica.

Susana González Reyna dice que “la narración periodística se mezcla la acción con los personajes; a veces sobresalen éstos, en ocasiones aquélla; pero siempre con interés humano. Es decir, en la narración periodística los

⁹ Ma. Teresa. Moreno Pineda, *Lengua y Literatura*. pág. 11.

¹⁰ Adam, Citado por Helena Calsamiglia. *Op. cit.* pág. 270.

sucesos marcan el camino, el periodista se refiere a ellos, los toma de la realidad, no los inventa; pero al elaborar su mensaje, el periodista “Construye esa realidad”. No relata todo lo que sucedió, sino que entre todos los sucesos selecciona los más significativos, los de mayor interés general, y entre todos, los rasgos de los personajes, los más distintivos”¹¹

4.2 LA DESCRIPCIÓN

La descripción es la forma que adopta el discurso para señalar las características de un objeto: “Con la descripción representamos lingüísticamente el mundo real o imaginado en el ámbito humano y sus esferas de actividad, en el ámbito creado por los humanos: construcciones, aparatos y artefactos; y en el ámbito natural: rocas, montañas, animales, plantas y paisajes. Con la descripción expresamos la manera de percibir el mundo a través de los sentidos y a través de nuestra mente que recuerda, asocia, imagina e interpreta.”¹²

La descripción se aplica tanto a estados como a procesos y se realiza según una perspectiva o punto de vista determinados; en un amplio abanico que se presenta desde el ángulo más objetivo al más subjetivo. Toda descripción esta condicionada por el contexto en que aparece la comunicación: la relación entre los interlocutores, el contrato comunicativa que se establece, el conocimiento compartido que se presupone. El propósito que se pretende orienta la descripción, cuya función puede ser predominante informativa o bien expresiva, argumentativa o directiva. El contenido responde a preguntas explícitas o implícitas. Del tipo ¿qué es? ¿cómo es? ¿qué partes tiene? ¿para qué sirve? ¿qué hace? ¿cómo se comporta? ¿a qué se parece?

Como todos los modos de organización del discurso, puede ser la dominante en un texto, pero en gran cantidad de textos aparece como secuencia combinada o incrustada

La descripción puede ser de tres tipos: personas, objetos y lugares:

- DESCRIPCIÓN DE LAS PERSONAS: Este es una especie de retrato y puede referirse a los rasgos físicos o morales de un sujeto. Cuando la descripción alude a los rasgos físicos se le llama Prosopografía, y a los morales recibe el nombre de Etopeya.
- DESCRIPCIÓN DE LUGARES: Es la atmósfera o el entorno donde se desarrolla la acción de las novelas, crónicas, reportajes y artículos periodísticos. Para que la descripción de un lugar sea eficaz es conveniente partir de una observación atenta del conjunto y después analizar detenidamente cada una de sus partes de acuerdo con un orden espacial que puede ir de lo más próximo a lo más lejano; asimismo, se debe atender a la posición de los diversos elementos del conjunto de acuerdo con la ubicación del observador, para ello se

¹¹ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 14.

¹² Helena Calsamiglia,, *Op. cit.* pág. 288.

emplean expresiones que indican situación tales como arriba, detrás, enfrente, a la derecha, a la izquierda, etcétera.

- DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETOS: Señala y define las características y los rasgos propios del objeto.

Para realizar una descripción es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos:

La observación cuidadosa del objeto que se va a describir.

La selección de los aspectos más representativos.

El orden en el que se vayan describiendo los elementos

La relación existente entre las diversas partes de la narración

En resumen, la descripción no es la simple acumulación de detalles, sino más bien es la visión clara de la totalidad del objeto descrito.

En el periodismo, la descripción resulta de la capacidad de observación que el periodista posea. Para describir bien, hay que “ver” bien, observar directamente los hechos, la realidad, las personas. Además, para llegar al público, el periodista debe escoger los detalles más significativos de la realidad, puesto que la vida moderna demanda mucha información pero ofrece poco tiempo para observarla. En otras palabras, una buena descripción depende de la capacidad del periodista para observar la realidad, escoger los detalles más significativos y expresar su mensaje mediante un lenguaje nuevo y preciso.

“Con la descripción el periodista busca proyectar en el lector una imagen lo más exacta posible del acontecimiento, hecho o de la persona de interés. Este tipo de forma de discurso la podemos encontrar principalmente en los géneros periodísticos en los cuales se interpreta la realidad, como la crónica y el reportaje¹³.”

4.3. LA EXPOSICIÓN.

La exposición es la forma del discurso que enuncia los hechos y las ideas. Su propósito es explicar la naturaleza de un objeto, una idea o un tema.

La primera condición que ha de tener el estilo expositivo es la claridad. Las palabras han de representar todo el sentido de nuestra ideación. Esta cualidad atañe a las ideas y a la forma. Añadamos al estilo claro brillantez y originalidad, que no es precisamente extravagancia ni exceso de imágenes, sino iluminación interior, fuerza vital, vida espontánea y sello personal. La excesiva erudición daña al estilo expositivo. El redactor ha de dosificar las ideas con el como y cuando convengan. La exposición de las cuatro formas discursivas es la que se dirige más al intelecto que a las emociones¹⁴

¹³ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 15.

¹⁴ Martín Alonso, *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*, pág. 380.

De acuerdo con Adam la exposición se puede entender como “un conjunto de datos sobre un tema, obtenidos por la vía de la experiencia o por la vía de la reflexión, adquiridos de forma directa o indirecta. Para que una persona pueda proporcionar información ha de estar enterada o ha de buscarla en las fuentes apropiadas. Un discurso expositivo está orientado fundamentalmente a proporcionar información, lo que implica que usa el lenguaje con una función referencial”¹⁵

Esta forma discursiva puede ir acompañada de otra, pero por lo general se encuentra con la argumentación. Cuando la exposición acompaña a las otras formas discursivas (narración y descripción), generalmente cumple con el propósito de presentar la información necesaria para comprender el mensaje en su total significación.

En el periodismo, la exposición se usa como materia prima pues la información es uno de sus propósitos básicos. Por ejemplo, en la nota informativa siempre se utiliza la forma expositiva; la crónica, el reportaje y los artículos de opinión recurren a ella cuando se trata de presentar un tema o proporcionar información para la cabal comprensión del mensaje.

En síntesis, la exposición periodística¹⁶ puede adoptar varias funciones como: la descripción técnica, la definición de palabras, presentación de cifras y datos, declaraciones de personajes importantes, informes, reseñas de libros, películas o cualquier otro evento.

4.4. LA ARGUMENTACIÓN

Como secuencia textual aparece en muchas de las actividades discursivas características de la vida social pública o privada. Se argumenta en la conversación cotidiana, en una entrevista para conseguir empleo, una tertulia, en una mesa redonda, en un debate, en un coloquio, en un juicio, en una asamblea, en un mitin, en una alocución parlamentaria, en la publicidad, en un artículo editorial, en uno de opinión, en una crítica de debate, de cine se argumenta, en fin, en cualquier situación en la que se quiere convencer o persuadir de algo a una audiencia, ya este formada por única persona o por toda una colectividad.

Argumentar es la práctica comunicativa tendiente a la consecución, mantenimiento y renovación de un consenso. Entendemos por consenso el reconocimiento intersubjetivo dentro de una comunidad de pretensiones de validez, legitimidad, eficacia, veracidad, inteligibilidad. Estas pretensiones se expresan por medio de emisiones lingüísticas. La argumentación como proceso social descansa sobre esta base de mutuo acuerdo.¹⁷

¹⁵ Adam, citado por Helena Calsamiglia. *Op. cit.* pág. 297.

¹⁶ Si el lector quiere ahondar más sobre las diferentes formas que puede adoptar la exposición puede consultar la obra de González Reyna, Susana. “Manual de redacción e investigación documental”. Ed. Trillas. Capítulo 5 las formas de expresión lingüística. Méx. D.F., 1991

¹⁷ Rangel Hinojosa, Mónica. *El debate y la argumentación*. pág. 15.

En otras palabras la acción de argumentar es un tipo de comunicación con el cual uno o varios sujetos, empleando el discurso racional y emotivo, busca la adhesión y participación de la audiencia en un objetivo, idea u acción común, en oposición a los objetivos, ideas o acciones manifestadas, expresadas o ejecutadas por otras personas.

En un sentido amplio, la argumentación es

Una práctica discursiva que responde a una función comunicativa: la que se orienta hacia el receptor para lograr su adhesión. Muchos son los discursos que incluyen esta función del discurso de las personas que se dedican a la enseñanza, a la política, a la predicación, a escribir ensayos, a la publicidad, o al discurso de cualquier persona que quiere influir y seducir[...]cada una a su manera y en el nivel en que se mueve activa estrategias de convencimiento, de persuasión o de seducción, con instrumentos o armas más orientadas a la racionalidad o más orientadas a la emoción exhibiendo afectos o apelando a ellas¹⁸

Batson¹⁹ planteaba que esa búsqueda de la adhesión, ese deseo de persuasión es precisamente uno de los rasgos esenciales que caracteriza la comunicación humana y la diferencia de otros animales.

Helena Calsamiglia y Amparo Tuson señalan que las características de la argumentación son las siguientes:

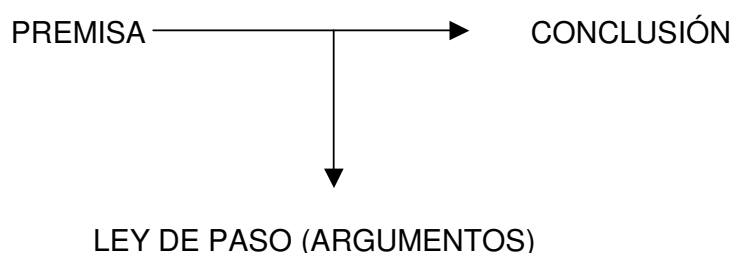
- 1.- OBJETO: Cualquier tema controvertido, dudoso, problemático, que admite diferentes maneras de tratarlo. Se puede formular como pregunta.
- 2.- LOCUTOR: Ha de manifestar una manera de ver e interpretar la realidad, una toma de posición. Expone la opinión a través de expresiones moralizadas y axiológicas.
- 3.- CARÁCTER: Polémico, marcadamente dialógico, se basa en la contraposición de dos o más posturas. Los enunciados se formulan en relación con otros enunciados. Se manifiesta la oposición, el contraste, la desautorización, el ataque, la provocación, etcétera.
- 4.- OBJETIVO: Provocar la adhesión, convencer, persuadir a un interlocutor o a un público de la aceptabilidad de una idea, de una forma, de ver el tema que se debate

En resumen, la estructura silogística (premisa- conclusión) y la antitética (tesis- antítesis) por una parte, y el dialogismo (la confrontación entre un emisor actual y un receptor concreto o no, presente o representado textualmente), por otra, son las dos características fundamentales que explican y motivan el funcionamiento de los mecanismos lingüísticos de la argumentación.

¹⁸ Calsamiglia, Helena. Op. Cit. Pág. 294.

¹⁹ Bateson, Birdwhistell, citado por Helena Calsamiglia, Op. Cit. Pág. 295.

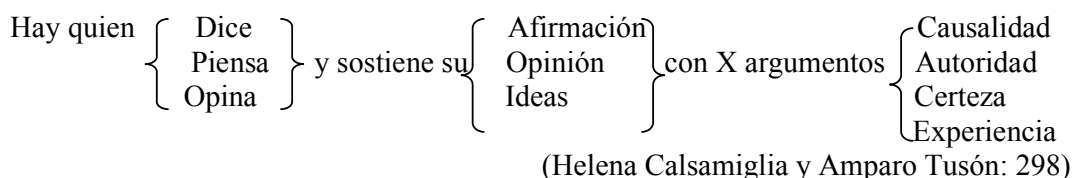
Para el texto como unidad global fundamentalmente argumentativa, la organización se construye sobre un esquema de tesis y antítesis, sostenido por partes en confrontación. El texto se arma a partir de un problema y de más de una forma de darle solución. Encuentra su ejemplo más claro en situaciones de comunicación dialogales en las que aparece un componente y un oponente, una cuestión que se suscita, una propuesta y una contrapropuesta, una búsqueda de argumentos que constituyan una ley de paso (basada en la experiencia compartida, las creencias, las observaciones, etc.) que lleve a una conclusión. Para justificar, defender y tener una posición, el esquema es el siguiente: se parte de unos datos parciales o de una premisa y se proponen argumentos para defender un nuevo enunciado, que se deriva de las premisas así llegar a una conclusión.²⁰



La estructuración que se deriva de este esquema, que está en la base de cualquier discurso argumentativo, puede presentarse en diverso orden: progresivo o regresivo. El progresivo es aquel cuyo camino se hace a partir de las premisas que llevan a la conclusión. El regresivo es aquel en el que, a partir de la conclusión (una afirmación, una proposición), se aducen las calificaciones. En la vida cotidiana y en los artículos de opinión de los periódicos es muy usual el orden regresivo.

En un texto discursivo o argumentativo puede haber descripciones, narraciones y explicaciones que funcionen como argumentos o que refuercen esa función dominante persuasiva. Los argumentos que se buscan para apoyar las premisas pueden basarse en ejemplos, analogías, criterios de autoridad, causas, consecuencias o silogismos deductivos.

En definitiva, el texto argumentativo supondría la existencia de la siguiente estructura, manifestada de forma total o parcialmente explícita.



²⁰Crif. Helena Calsamiglia, *Op. cit.* pág. 296.

En la contraargumentación conviene ir confrontando uno a uno los argumentos contrarios y, de ser posible, añadir, alguno nuevo que no haya sido previsto por el contrario. Para ello, ya se puede adivinar la importancia de utilizar de forma adecuada nexos discursivos que sirvan para marcar con claridad aspectos tales como causa y consecuencia, condición, oposición total o parcial, matizaciones, introductores de la propia opinión, de la opinión ajena, etcétera.

Los estudiosos sobre la argumentación han determinado que existen conectores propios de la argumentación y a continuación se presentan:

CONECTORES ARGUMENTATIVOS

CAUSA: Indican que los enunciados que los siguen explican o dan razón de los enunciados antecedentes	CONECTORES . Porque, pues, puesto que, dado que, ya que, por el hecho de que, en virtud de, etcétera.
CERTEZA: Indican que los enunciados que los siguen son enunciados ya probados por el autor	. Es evidente, es indudable, nadie puede ignorar, es incuestionable que, de hecho, en realidad, está claro que...
CONDICIÓN: Siempre que en un texto aparece un condicional, éste va seguido de una consecuencia	. Si, con tal que, cuando, en el caso de que, según, a menos que, mientras que,...
CONSECUENCIA: Indican que los enunciados que los siguen son efectos de los razonamientos antecedentes o de una condición.	. Luego, entonces, por eso, de manera que, de donde se sigue, así pues, por lo tanto, por consiguiente, de ello resulta que, en efecto...
OPOSICIÓN: Estos conectores señalan que los enunciados que vienen a continuación contienen alguna diferencia respecto de los que le preceden	. Pero, aunque, contrariamente, en cambio, no obstante, ahora bien, por el contorno, sin embargo, mientras que...

(Crf. Caballero, Francisco y Larrauri, Marte. El análisis de textos filosóficos. Textos de didáctica de la lengua y literatura. 1996. Pág. 24)

A su vez, Caballero Francisco señala que hay elementos que utiliza el autor, en este caso el periodista, para introducir su propia opinión, tales como: entiendo, pienso, creo, desde mi punto de vista, a mi modo de ver, entre otros.

Por otra parte, Helena Calsamiglia señala que para elaborar un texto argumentativo²¹ se deben tomar en cuenta los siguientes elementos: Tema, Proponente-Oponente²² argumentos y conclusión.

²¹ Existen varias propuestas para elaborar un texto argumentativo, por lo que si el lector está interesado en profundizar en este aspecto, es recomendable consultar a los diferentes autores señalados en este apartado: Helena Calsamiglia, Nuñez Ladeveze, Charles Perelman, Mónica Rancel, entre otros.

²² El proponente es la persona que manifiesta su opinión respecto a un tema. Si se habla de una comunicación dialogada como el caso de los debates se incluye también al oponente quien va a rebatir los argumentos del proponente.

A su vez, para argumentar es necesario²³:

- a) Señalar con claridad la diferencia entre lo que está probado y lo que falta por probar.
- b) Precisar el significado de los conceptos a fin de evitar falacias.
- c) Diferenciar entre las opiniones y los hechos.
- d) Apoyar la tesis con ejemplos concretos.
- e) Considerar la contraargumentación.

Según Perelman “una teoría de la argumentación tiene por objeto el estudio de las técnicas discursivas encaminadas a provocar o acrecentar la adhesión de los espíritus a las tesis que se les presenta a su asentamiento”²⁴.

Al respecto Nuñez Ladeveze explica que “la argumentación no se trata de establecer una cosa juzgada, sino de convencer a un lector, el cual permanece libre para aceptar o no la conclusión o la tesis mantenida por el periodista. La argumentación periodística está puesta al servicio de una idea previa que carece de fundamentación lógica. La argumentación consiste en sustentar la opinión, la actitud y la posición del periodista”.²⁵

A su vez, la argumentación va a variar de acuerdo al tipo de mensaje y al público al cual se va a dirigir el periodista, de tal manera que lo que puede resultar convincente para un grupo determinado, en un momento dado, puede no serlo en un momento distinto o en otro grupo social.

En síntesis, la argumentación es la forma discursiva cuyo propósito central es convencer o persuadir al público sobre algún tema determinado. Los géneros periodísticos de opinión constituyen el espacio periodístico en donde se manifiestan de manera explícita los argumentos, las tesis y los puntos de vista del periodista sobre diversos acontecimientos.

La forma argumentativa es la base de los géneros periodísticos de opinión. En otras palabras, la argumentación es la forma del discurso que marca la diferencia entre un género informativo y el de opinión. Por lo regular, la argumentación se llega a combinar con la exposición, ya que ésta le ayuda a presentar el tema y le proporciona datos que le auxilian para sustentar la opinión. Esta es la forma discursiva más frecuente, sin embargo, los géneros de opinión, también pueden combinarse con la narración y la descripción, aunque este tipo de modalidad sea poco común.

²³ Crf. Susana González Reyna *Manual de redacción e investigación documental*. pág. 95.

²⁴ Charles Perelman, et al. *Retórica y Lógica. Seminario de problemas científicos y filosóficos*. Col. pág. 19.

²⁵ Nuñez Ladeveze, Luis. *El lenguaje de los media. Introducción a una teoría de la actividad periodística*. pág. 290.

CAPÍTULO 5

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA TELEVISIÓN MEXICANA

5.1. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR GÉNERO?

Antes de explicar las características de los géneros periodísticos vamos a partir del concepto género. Por género se entiende “el modo de comunicación, culturalmente establecidos, reconocidos en el seno de determinadas comunidades sociales. Los géneros según esta concepción se entienden como sistemas de reglas a los cuales se hace referencia para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción”¹

El género se presenta como una forma o modo de configuración textual. Es un conjunto de procedimientos combinados, de reglas del juego, productivas de texto conforme a unas estructuras convencionales, previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores²

Ahora bien, según Jaime Barroso, género es “un conjunto de procedimientos combinados, productores de textos conforme a unas estructuras convencionales previamente establecidas y desarrolladas durante un tiempo”³. Los géneros no clasifican contenidos, tiempos ni lugares, sino estructuras organizativas y relaciones de expresión

Los géneros no son un corsé rígido, sino una horma flexible. Cada autor, dentro de cada género, desarrolla un modo particular, enriquece su estilo personal. El género marca estructuras globales comunes a los diversos modos de hacer. Cada género admite la multiplicidad de enfoques, de sellos personales⁴

Cabe señalar que la noción de género como criterio clasificatorio de mensajes surgió en el terreno de la literatura para definir y caracterizar el contenido y la estructura de las obras, imponiéndose reglas o leyes generales que rigen los estilos narrativo-expresivos.

Esta utilización se extendió a otros medios para catalogar sus propios contenidos, pero como la forma y la materia de estos eran distintas a la de la literatura, se debieron hacer ciertas adaptaciones, de ahí la gran variedad de criterios para clasificar los mensajes. Por la misma razón muchas explicaciones y definiciones del concepto género se enfocaron a aspectos literarios (textuales) que por analogía se aplicaron a otros productos. De ahí que se pueda hablar de géneros radiofónicos, televisivos y periodísticos.

¹ Mauro Wolf Géneros y televisión, en Análisis Núm. 5 Fac de ciencias de la información. Universidad Autónoma de Barcelona, 1984, pág. 189. Citado por Mariano Cebrián Herreros.

² Mariano Cebrián Herreros. *Géneros Informativos audiovisuales*. pág. 22.

³ Barroso, Jaime. *Proceso de la información de actualidad en la televisión*. pág. 13.

⁴ Marino Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 16.

Dentro de la televisión el concepto de género es sinónimo del concepto formato, tecnicismo acuñado para identificar y diferenciar a los programas de acuerdo a objetivos y/o elementos comunes entre ellos, los cuales condicionan una determinada planeación de proyectos y su posterior realización; es decir, la televisión condiciona la producción en serie de productos fácilmente asequibles para el consumidor estandarizando formas y estructuras de acuerdo a criterios fundamentados previamente a lo largo de la historia del medio.

Los géneros televisivos se integran por una serie de programas que poseen rasgos de contenido y estructuras semejantes, por lo que una primera lectura permite suponer los rasgos y la forma que tiene el mensaje, pues se trata de un producto reconocido por ciertas particularidades

Los formatos o programas televisivos que encontramos son: dramáticos, cómicos, deportivos, concurso, variedades, infantiles, educativos, musicales, publicitarios, los informativos y el reality show. Y como se había señalado con anterioridad, los programas informativos (noticiario, revista e investigación) hacen o emplean para sus emisiones las técnicas de los géneros periodísticos.

5.2. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Se ha mencionado que el género es un modo o manera de hacer una cosa, en ese sentido, se puede decir que los géneros periodísticos son maneras de hacer periodismo, es decir, de presentar las diversas informaciones y comentarios. Al respecto Martínez Albertos dice que:

Los géneros periodísticos deben ser para nosotros principios de conocimientos del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra.⁵

Jesús García señala que los géneros son “un conjunto de reglas de producción discursiva. Son modos en que esos conjuntos de reglas se institucionalizan, se codifican y se hacen reconocibles. Los géneros organizan la competencia comunicativa de los destinadores y los destinatarios”⁶

Para Juan Garguverich “son formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente según las circunstancias y causas de la noticia, su relevancia y, sobre todo, el objetivo de su publicación”⁷

A esto agrega Mariano Cebrián que los géneros periodísticos “son formas de producción informativa o modalidades de configuración escrita para transmitir la información. Sirven para estructurar la información existente y

⁵ Albertos Martínez. *Op. cit.* pág. 267.

⁶ Jesús García Jiménez, *Op. cit.* pág 25.

⁷ Juan Garguverich. *Géneros Periodísticos.* pág. 11.

requieren cierta disposición psicológica del pensamiento o la cosmovisión del autor para orientar con claridad al destinatario”⁸

En síntesis los géneros periodísticos son aquellos que se basan en los criterios del periodismo de recopilación, selección y presentación de hechos de actualidad y trascendencia social, sustentando sus técnicas y principios generales del periodismo escrito.

Cabe señalar, que la concepción de los géneros periodísticos no es cerrada, como tampoco lo son las delimitaciones y prácticas de cada uno de ellos. Permiten cualquier innovación, variantes nuevas, creación de otros originales.

Los géneros son cambiantes y flexibles. Cambiantes, en cuanto a la estructura y el funcionamiento. Flexibles, en cuanto pueden ser adoptados a los estilos personales de los usuarios. El género admite la renovación, la modificación de estructuras superficiales, aunque permanezca el esquema nuclear para su reconocimiento, puesto de lo contrario puede transformarse en un género distinto, dar origen a uno nuevo o desaparecer⁹

De acuerdo con lo anterior no se puede afirmar que ya todo está dicho sobre los géneros periodísticos; al contrario, conforme avanzan las técnicas del periodismo éstos van cambiando tanto en forma y contenido, e incluso dan paso para que se creen nuevos géneros o diferentes modalidades de éstos.

En el caso de la televisión la innovación técnica marca un nuevo horizonte para los géneros. La incorporación de la técnica informativa ha abierto posibilidades a los efectos especiales, la introducción de los equipos ENG, la configuración de realidades en 3 D. Tales cambios repercuten en los géneros para transformar los anteriores o para crear nuevos.

Además, no sólo el desarrollo tecnológico es el único factor que permite la creación de nuevos géneros, también hay que tomar en cuenta las condiciones sociales, políticas y económicas del lugar. “Los géneros son un objeto pragmático en la medida en que vinculan y comprometen los textos informativos audiovisuales con sus contextos socioculturales y con la ideología dominante”.¹⁰ En otras palabras, el contexto ayuda a fomentar y crear determinados géneros, es por ello que en algunas regiones del mundo vemos que se emplean unos géneros más que otros, pero eso es un estudio diferente al planteado en este trabajo de investigación.¹¹

⁸ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 22.

⁹ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 22.

¹⁰ Jesús García Jiménez, *Op. cit.* pág. 26.

¹¹ Si el lector quiere conocer más la forma en que se construcción de la noticia y la influencia que ejerce el contexto para el desarrollo de determinados géneros periodísticos, lo invito a que lea la obra de Teun van “Texto y contexto”. Ed. Cátedra, Madrid, 3ª ed, 1998. ¹¹ Teun Van Dijk, “La noticia como discurso”. Ed, Paidós, Barcelona, España. 1998. Fishmann, Mark. “La fabricación de la noticia”. Ed. Tres tiempos, Buenos Aires, Argentina. 1983. Alsina Miquel, Rodrigo.”La construcción de la noticia”. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1981.

Por el momento se hará énfasis sobre los géneros periodísticos que se emplean en la televisión mexicana. Pero antes es conveniente mencionar las formas del discurso que se emplean en la elaboración de los diferentes géneros periodísticos.

5.3. CLASIFICACIÓN DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Se ha hecho referencia que la comunicación periodística se caracteriza por el uso de distintos tipos de discurso para referirse a la diversidad de acontecimientos que se suscitan en el país y en el mundo. En otras palabras, las formas discursivas son expresiones lingüísticas de las cuales el periodista se vale para construir mensajes que cumplan diversos propósitos.

Por lo que González Reyna¹² además de dividir a los géneros periodísticos de acuerdo con su propósito, también propone clasificarlos de acuerdo con sus formas del discurso en dos grandes bloques: los géneros informativos y los géneros de opinión. A partir de esta propuesta se ha clasificado a los géneros periodísticos en la televisión, de la cual se obtiene el siguiente esquema:

GÉNEROS INFORMATIVOS	FORMAS DEL DISCURSO	GÉNEROS DE OPINIÓN	FORMAS DEL DISCURSO
Nota informativa	Exposición/Narración	Editorial	Exposición/Argumentación
Entrevista	Exposición	Columna	Exposición/Argumentación
Reportaje	Narración/Descripción	Crítica	Exposición/Argumentación
Documental	Narración/ Exposición	Debate	Exposición/Argumentación
Crónica	Narración/Descripción	Mesa Redonda	Exposición/Argumentación
Encuesta	Exposición	Humorismo Televisivo	Exposición/Argumentación

Cabe mencionar que esta propuesta es una aproximación para explicar y clasificar a los diversos géneros periodísticos que aparecen en la televisión mexicana, pero día a día surgen géneros, se crean híbridos, por lo que no se puede decir de una forma tajante que estos sean los únicos, sino que a este listado se pueden agregar más de acuerdo al dinamismo propia del medio televisivo.

A continuación se explicarán las características generales de cada uno de los géneros periodísticos que aparecen en la televisión mexicana.

¹² Susana González Reyna., *Op. cit.* pág. 8.

5.4. LOS GÉNEROS INFORMATIVOS

Los géneros informativos son aquellos que tienen como objetivo la presentación de unos hechos y que globalmente son conocidos en la terminología anglosajona como Stories¹³

Los géneros informativos tienen como propósito central el de mostrar o exponer los hechos, sin incluir ideas, juicios y/o opiniones por parte del periodista. Esta información permite al receptor conocer lo que acontece en otros lugares, lo que hacen o dicen otras personas y el periodista es el intermediario entre el acontecimiento y el público. Es decir, los géneros informativos tratan de explicar los hechos, las personas y las cosas tal y como sucedieron o son.

Por lo general, están constituidos por mensajes que transmiten información acerca de hechos. Esta información permite al individuo conocer lo que otras personas hacen o dicen, aquello que sucede en su entorno próximo o lejano, y de lo cual se entera por intermediación del periodista. Las formas discursivas que se emplean principalmente en estos géneros son la exposición, la descripción y la narración.

Dentro de este grupo encontramos a:

5.4.1 LA NOTA INFORMATIVA

Antes de explicar las características de este género es pertinente aclarar la diferencia entre la noticia y la nota informativa, ya que algunos autores erróneamente las manejan como sinónimo. La noticia es un acontecimiento que reúne ciertos factores de interés periodístico como: la actualidad, la oportunidad, la periodicidad, el conflicto, expectación, magnitud, trascendencia, preeminencia y proximidad. La noticia es la base de los géneros periodísticos, y a partir de ella, la forma de abordarla es como se desprenden las diversas modalidades como lo es la nota informativa.¹⁴

La nota informativa es el escrito en donde se presenta la información sobre un asunto o un hecho. “Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo. No es, como tampoco los demás, un género objetivo: la sola jerarquización de datos con que se elabora implica una valoración, un juicio, por parte del periodismo”¹⁵. En la nota informativa no se dan opiniones. Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa.

¹³ Crf. José Luis Martínez Albertos, *Op. cit* pág. 134.

¹⁴ Crf. Vicente Leñero y Carlos Marín. *Manual de Periodismo*. pág. 36.

¹⁵ *Ibidem*. pág. 40.

La nota informativa en palabras de Teun Van Dijk es un relato puro y realista de los hechos y las opiniones de la realidad¹⁶. En otras palabras, la nota informativa es el género periodístico en el cual el periodista va a dar cuenta sobre los hechos y circunstancias que acontecen en el entorno, para que las personas que no hayan estado presentes tengan un conocimiento lo más exacto posible de lo que ocurrió.

La nota informativa responde a 5 preguntas: Qué, quién, dónde, cuándo, cómo y para qué.

- Qué: Explica el hecho.
- Quién: Sujeto o sujetos quienes realizan la acción.
- Cuándo: Tiempo.
- Dónde: lugar en que se llevó a cabo.
- Para qué: La finalidad, explicando las causas o motivos del hecho.
- Cómo: La forma o circunstancia en que se realizó.

Las características generales son:

1. Es ocasional, no se repite, no tiene continuidad normalmente
2. Su estilo literario es sobrio y escueto, no hay sitio para el yo del periodista.
3. Es un género escrito por un reportero o reelaborado por un redactor.
4. Se caracteriza por su brevedad, concisión y sencillez.

Jesús García Jiménez¹⁷, agrega que la nota informativa en televisión se caracteriza también por ser:

- Inmediata: Hay que señalar que una de las ventajas del medio televisivo es que tiene la capacidad de informar de los hechos en el momento exacto y a medida que están ocurriendo.
- Reciente: Es decir se da a conocer en el mínimo espacio de tiempo, y no depende para su difusión de procesos complejos de edición como la Prensa.

Cuando se habla del género de la nota informativa en televisión no se puede dejar de lado su carácter audiovisual, pues a diferencia del periodismo escrito, aquí cobra relevancia la fusión integral entre las imágenes y palabras orales.

La nota en televisión requiere de la perfecta combinación de imágenes y sonidos para dar un relato único y no diversificado o incluso contrario. "Para ello se necesita que las palabras estén en relación con las imágenes no sólo mediante el sincronismo técnico, sino también expresivo"¹⁸

¹⁶ Teun A. Van Dijk. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, pág. 32.

¹⁷ Jesús García Jiménez, *Información Audiovisual. Tomo II. Los géneros*. pág. 8.

¹⁸ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 121.

En suma la nota informativa tiene la ventaja de contener el doble de información al ser un mensaje en imagen y en sonido; su realización queda a cargo del reportero y su presentación del conductor.

5.4.2 LA CRÓNICA

Etimológicamente, crónica procede del griego *cronos*, que significa tiempo. Crónica se denominó a las narraciones de hechos bélicos contados por sus protagonistas o por las personas que presenciaron los hechos aunque no participaran en ellos.

De acuerdo con Vicente Leñero y Carlos Marín la crónica es “el relato pormenorizado, secuencial y oportuno de los acontecimientos de interés colectivo. Se ocupa fundamentalmente de narrar cómo sucedió un determinado hecho; recrea la atmósfera en que se producen los sucesos públicos”¹⁹

La crónica consiste en la información sobre hechos ocurridos durante un periodo de tiempo desde el lugar mismo o próximo donde han ocurrido, por un informador que los ha vivido como protagonista, testigo o investigador, y que conoce las circunstancias que lo rodean. Se refiere a un hecho o un conjunto de hechos con vinculación entre sí, personas implicadas y lugar donde se produce.²⁰

Las características generales de la crónica son:

- Es un relato, es una exposición de los hechos que sobresalen de otros por su valor periodístico. Para elaborar este relato es necesario partir de sucesos reales y se debe contar el acontecimiento lo más completo que sea posible, es decir, no debe faltar en ella ningún dato que merezca ser consignado.
- El relato debe ofrecerse en el momento preciso, cuando acaba de ocurrir si se trata, como sucede generalmente, con un hecho de actualidad.²¹ Ahora, cabe señalar que si por alguna razón o circunstancia no se llegó a tiempo para presenciar los hechos, es la función del periodista indagar lo que ha ocurrido, a recoger datos y versiones que otros den sobre el suceso.
- En el desarrollo de la crónica por lo general se responde a las interrogantes periodísticas (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué) pero a diferencia de la noticia que se centra en responder al qué paso, la crónica se enfoca al cómo.
- La crónica da “información y además agrega la visión del autor. Más que una opinión, como en el comentario, es una interpretación, es contar los hechos según su personalidad”²²

¹⁹Vicente Leñero, *Op. cit.* pág. 155.

²⁰ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 76.

²¹ Crf. Vicente Leñero, *Op. cit.* pág. 155.

²² Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 79.

La crónica es un género periodístico que muchos autores consideran como híbrido debido a que no sólo se queda en la presentación de la información, sino también manifiesta una interpretación por parte del periodista de los hechos. No obstante, sigue haciendo uso de lo que es la exposición, la narración y la descripción que son las formas del discurso que son predominantes en los géneros informativos. Además, la crónica muestra la percepción del periodista respecto a los acontecimientos, mas no muestra la opinión o su postura frente a ellos como lo es el comentario. Por ello se considera a la crónica como un género informativo, cuyo propósito es contar el cómo ocurrieron los acontecimientos.

La crónica en televisión por lo regular es elaborada por los corresponsales, ya que ellos al conocer la historia, el sistema político, social y cultural del lugar, pueden interpretar mejor la información ya que contextualizan los hechos y dejan entrever sus repercusiones.

También puede ser elaborada por los enviados especiales. “El enviado especial debe poseer un conocimiento de la zona, o, por lo menos, documentarse sobre la misma para plantear una visión más correcta de los sucesos; suele trabajar contra reloj.”²³

Es conveniente hacer énfasis que el cronista de televisión en ningún momento se convierte en la estrella o en el protagonista de la información por el hecho de salir a cuadro, su presencia es para referir al público sobre lo que acontece, siendo solo el testigo de los hechos. “Como el resto de los informadores profesionales, sigue siendo un intermediario, y como tal debe considerarse y presentarse en sus trabajos.”²⁴

La fuerza de la crónica recae sobre la palabra del cronista. Angel Faus señala que la crónica en medios audiovisuales resalta por su peculiaridad al ser una narración de los hechos. “Es la palabra la que lleva la carga informativa. Puede recoger en la exposición imágenes y sonidos para engazarlos con la palabra. El valor de aquéllos está en función de ésta.”²⁵ En otras palabras, en la crónica existe un predominio de la palabra apoyada por las imágenes y sonidos.

En suma, la crónica es el relato de un acontecimiento y busca explicar de forma pormenorizada cómo ocurrieron los hechos, está a cargo de un corresponsal o de un enviado especial; su duración es variable porque depende de la magnitud de los acontecimientos y la importancia de la noticia en la que se base, pero no es menor a tres minutos. Gracias al lenguaje audiovisual la crónica se basa en la palabra, pero permite la visualización (descripción) de ambientes, reacciones, emociones, personajes, etcétera.

²³ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 80.

²⁴ *Ibidem.* pág. 81

²⁵ Faus, Angel. Citado por Mariano Cebrián. *Op. cit.* pág. 81.

5.4.3 EL REPORTAJE

Como género del periodismo impreso, Gargurevich considera que el término reportaje es uno de los más completos del periodismo moderno. Término proveniente del latín *reportare*, que significa transmitir o descubrir²⁶, el reportaje tiene sus orígenes en la búsqueda por proporcionar profundidad al tratamiento de la información noticiosa.

En tanto Julio Del Río Reynaga²⁷, Vicente Leñero y Carlos Marín²⁸ ubican el origen de la palabra reportaje en el francés *reportage: un compte rendí*, que significa rendición de cuentas o información sobre un acontecimiento o viaje escrito por un periodista.

Máximo Simposon define al reportaje como una narración informativa en la cual la anécdota, la noticia, la crónica, la entrevista o la biografía están interrelacionadas con los factores sociales y acontecimientos; “constituye, por ello, la investigación de un tema de interés social en el que, con estructura y estilo periodístico, se proporcionan antecedentes, comparaciones y consecuencias, sobre la base de una hipótesis de trabajo y de un marco de referencia teórico previamente establecido.”²⁹

Ahora bien, en cuanto al reportaje televisivo se define como “un producto audiovisual, constituido por un bloque informativo de mediana o larga duración que utiliza una combinación de géneros periodísticos y no periodísticos (drama) en su estructura, y cuyo objetivo principal es: contextualizar uno o varios eventos de la realidad y profundizar en sus causas y consecuencias.”³⁰

A esta definición Mariano Cebrián agrega el reportaje televisivo se define por la profundidad con que trata los temas. “Es ante todo narración. Una exposición de hechos en el tiempo conforme a un lenguaje narrativo en el que se combinan los aspectos descriptivos de los detalles con unas estructuras expositivas de interés ascendente.”³¹

Las características generales del reportaje televisivo son:

- Es un género narrativo, expositivo, que presenta los hechos y los interrelaciona.
- Es el género de géneros porque dentro de la libertad del tratamiento de la que goza, puede incluir otros géneros en su estructura narrativa.
- Es la explicación de hechos actuales que ya no son estrictamente noticia. Intenta dar cuenta de los hechos y sus circunstancias aclarativas

²⁶ Juan Garguverich. *Géneros Periodísticos*. pág. 97.

²⁷ Julio Del Río Reynaga, *Periodismo interpretativo: El reportaje*, pág. 24.

²⁸ Vicente Leñero, *Op. cit.* pág. 185.

²⁹ Maximo Simpson, en Maximiliano Maza. *Guión Para medios audiovisuales*. pág. 292.

³⁰ Maximiliano Maza, *Op. cit.* pág. 293.

³¹ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit* pág. 127.

- El reportaje ahonda en algún aspecto de la noticia. Por lo que el planteamiento del reportaje no es el de la repetición, sino que busca otras imágenes insólitas o las menos divulgadas.
- Requiere de mayor tiempo para su elaboración.
- Se basa en la fuerza expresiva de las imágenes y de los sonidos captados de la realidad.
- El montaje es un elemento que le permite vincular unos hechos con otros, constatarlos y obligarlos a que desprendan un sentido por sí mismos.

A manera de síntesis, el reportaje es el género periodístico que permite un acercamiento más profundo a un asunto en comparación con otros géneros, pues es sinónimo de investigación, involucrando diversas fuentes y puntos de vista para tender a la objetividad; en televisión el reportaje no sólo explica, también muestra una realidad, por lo cual puede considerársele un documento social y un instrumento de denuncia.

El reportaje se integra de diversos elementos: entrevistas, crónicas, documentos, fotografías, imágenes de archivo, video tapes, dramatizaciones (reconstrucción de hechos), gráficas, estadísticas, etc. Tiene como finalidad abordar un asunto de interés general para explicarlo con la mayor objetividad posible e invitar a la reflexión; se completa por comentarios e información adicional en el estudio por parte del conductor, los especialistas o el reportero investigador.³²

5.4.4 EL DOCUMENTAL

Este es uno de los géneros periodísticos que apareció con el lenguaje audiovisual, por lo que tiene sus antecedentes en el cine.

El cine ha aportado a lo largo de su historia importantes producciones documentales. Es más, el cine nació como una versión informativa de la realidad antes que de ficción. Los hermanos Meliés situaron las cámaras frente a la realidad para captar lo que pasara delante de ellos: entrada del tren en una estación, salida de obreros de una fábrica.

La palabra documental apareció por vez primera en 1930-dice J.L. Clemente- en el artículo que publicó Grierson en el periódico *New York Sun*, refiriéndose al filme *Maona* segundo de los realizados por Flaherty. Se ha definido como un género que reproduce la realidad de un modo informativo o interpretativo, pero siempre con la intención de documentar sobre hechos, acontecimientos, lugares...³³

³² Es pertinente señalar que existen diferentes tipos de reportajes de acuerdo al propósito de la investigación, de esta forma contamos con los de denuncia, interés humano, testimonial, entre otros. Sin embargo en el presente trabajo no se consideran estas modalidades toda vez que ya existen varios autores que han abordado este punto. Por lo que invito al lector a leer obras como Helga Serrano *Técnicas de enseñanza del periodismo*. Ed. Trillas, 1997. Cebrián Herreros, Mariano. *Los géneros informativos audiovisuales*. Ed. ILCE. 2000. Mónica Gutiérrez González. *Manual de Periodismo en televisión*. Ed. Trillas, 1997.

³³ Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 551.

No hay que olvidar que los primeros programas informativos aparecieron en el cine, pero conforme se fue desarrollando la televisión paulatinamente se fue trasladando el carácter informativo del cine a la televisión.

Al documental se le considera como otra variante del reportaje, pero con la diferencia de que su grado de información y duración es mayor.

El documental es un documento o testimonio sobre un aspecto de la realidad registrado a través de un medio audiovisual. El documental no presenta contenidos que posean un valor noticioso o de actualidad. La intemporalidad del tema es un factor esencial para poder calificar como documental a un producto audiovisual de carácter informativo. Si el tema posee un grado considerable de valor noticioso, el producto audiovisual entra dentro del rango de cobertura del reportaje.

A diferencia de la crónica y el reportaje, el documental se sitúa voluntariamente al margen del “aquí” y el “ahora”, no se vincula por necesidad con la estricta actualidad informativa, puede decirse que es atemporal y tiene en principio vocación de perennidad. El documental, como el reportaje, es un formato de creación informativa, más amplio y detallado, su estructura más compleja y su duración, mayor.³⁴

A esto Mariano Cebrián agrega que “El documental no se queda en los aspectos fugaces, en lo más visible que muestra una noticia, sino que trata de llegar a las raíces de los hechos pasajeros, porque tal vez no sean más que manifestaciones de algo profundo que está ocurriendo en la vida de una sociedad sin que esta se dé suficiente cuenta. Aborda la realidad desde una perspectiva distinta a la del reportaje. Busca lo permanente, la sedimentación que deja la vida cotidiana”³⁵. En otras palabras, el documental penetra en la realidad para adquirir un conocimiento más global, más duradero. Frente a la temporalidad y fugacidad de los hechos que narra el reportaje, el documental se centra en lo perdurable. Puede repetirse varias veces su emisión y siempre aportará al auditorio aspectos nuevos en los que no se había fijado anteriormente

Para Robert L. Hillard el documental es

La máxima expresión en radio y televisión. Muchos comunicadores dicen que, puesto que combina la información, los eventos especiales, el reportaje, la musicalización y el drama, ciertamente es lo más artístico en los medios. En su mejor aspecto, el documental sintetiza el arte creativo de los medios masivos y, al interpretar el pasado, analizar el presente o anticipar el futuro, contribuye especialmente a que el público tenga un mejor entendimiento. En ocasiones, todo esto se da en un solo programa, dentro de una forma dramática que combina el sentido intelectual y emocional³⁶

³⁴ Jesús. García Jiménez, *Op. cit.*, pág. 161.

³⁵ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 181.

³⁶ Robert L. Hillard. *Guionismo*. pág. 23.

Este género se sustenta en “datos seguros, fiables y contrastados -de ahí su condición de documento- y posee un guión muy cuidado y elaborado. El documental es fruto de la observación minuciosa y de la organización de lo observado y registrado.”³⁷ Es el resultado de un trabajo en equipo (guión, producción y realización).

Las características generales del documental son:

- Es una de las modalidades del reportaje y es un género propio de los medios audiovisuales como la radio y la televisión.
- Aborda temas que no sean de gran valor noticioso, pues su finalidad es que sea un documento perdurable. Es decir, no es fugaz como otros géneros.
- Busca la originalidad y la novedad de las imágenes y sonidos, lo nunca visto ni oído.
- El contenido informativo del documental es más amplio y detallado que el reportaje, además de que para su elaboración puede llevarse varias semanas o meses.
- Su tiempo de duración puede alcanzar los 30 hasta los 60 minutos.
- La importancia que la televisión le concede a los documentales ha llegado a tanta altura que su producción ya ha superado el de las unidades aisladas. Ahora se piensa en las planificaciones de miniseries de seis o siete capítulos e incluso series de 13 capítulos que se dejan abiertas para una posible continuación.
- La nueva dimensión de los documentales televisivos ha llevado a la coproducción, para una mayor rentabilidad y una mejor calidad.
- Puede emplear reconstrucciones de hechos haciendo uso de actores, a esta tipo de modalidad se le llama docudrama.³⁸
- Las formas del discurso que emplea este género son la descripción, pues muestra acciones y personajes, la narración y la exposición.

A manera de resumen se podría decir que el documental es un género periodístico que tiene sus raíces en el cine, y que en la actualidad se pueden elaborar documentales tanto para cine como para televisión. Su característica principal es que no necesariamente responde a un hecho de actualidad, sino lo importante es profundizar, analizar, detallar y precisar de una manera minuciosa sobre algún acontecimiento de interés periodístico,³⁹ su estructura informativa es más compleja y minuciosa que el reportaje, además de que se requiere de todo un equipo de producción y por ende requiere de mayor tiempo para su elaboración.

³⁷ Jesús García Jiménez., *Op. cit.* pág. 161.

³⁸ Véase, Cebrián Herreros. Mariano. *Op. cit.* pág. 191.

³⁹ Véase los aspectos de interés periodísticos que hemos referido en el apartado de la nota informativa.

5.4.5. LA ENTREVISTA

De acuerdo con los teóricos del periodismo escrito la entrevista se define como “la noticia contada en persona por su protagonista”⁴⁰ cuyo propósito es dar a conocer una situación, un hecho o una personalidad.

Se considera como una modalidad del reportaje, tal vez por su escasa presencia de forma pura en ella, ya que el autor suele introducir tal cantidad de elementos descriptivos del lugar y retrato del entrevistado que las preguntas y respuestas quedan muy diluidas. Se emplea la entrevista como estrategia para obtener una información que luego el reportero presenta en forma de artículo o de reportaje. Sin embargo, en radio y televisión la entrevista aparece con las preguntas y respuestas, tal como se produjeron en el momento del encuentro del entrevistador y del entrevistado.

Por lo que a pesar de ser un género que tiene sus bases en el periodismo escrito y es un apoyo para los reportajes, en el caso de la televisión la entrevista es un género que ha adquirido su máximo esplendor y se ha ganado su propio lugar en el medio, a tal grado que es la base de varios programas televisivos.

La importancia que ha adquirido la entrevista audiovisual (televisión) es tal que ha penetrado como parte integrante en la forma de otros géneros; es la base de cantidad de programas. Sirve para recabar información y exige además que la información se ofrezca de este modo y no difuminada en otros géneros expositivos de la información.⁴¹

El entrevistador en prensa hace uso de papel, pluma y a lo mejor de una grabadora para su elaboración, pero en ocasiones tiene que recrear el ambiente en donde se desarrolló la entrevista, los gestos, movimientos y expresiones del entrevistado, e incluso, llega a matizar algunas expresiones del entrevistado para una mejor presentación de la misma. En otras palabras, la entrevista en el periodismo escrito tiene un doble proceso, el primero es efectuarla y el segundo es la redacción final.

En tanto, en televisión esta situación cambia radicalmente. Pues gracias a las técnicas del medio el espectador puede contemplar en el momento las palabras y frases exactas, todos los rasgos paralingüísticos del entrevistado, es decir, ofrece la imagen visual del entrevistado en íntima relación con su palabras. “Se le oye y se le ve simultáneamente con el refuerzo que la expresión corporal y los ojos inyectan en sus palabras. Es la manera natural de expresarse del ser humano en su vida diaria. Se aprecian sus dudas, sus vacilaciones frente a determinadas preguntas, sus silencios o la rapidez con que responde. Se expresa mediante una comunicación audiovisual completa.”⁴²

⁴⁰ Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 498

⁴¹ Marian Cebrián, Herreros. *Op. cit.* pág. 206.

⁴² Glanfranco Bettetini citado por Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 207.

La entrevista dentro de un noticiario de televisión puede llegar a tener una duración de 3 a 5 minutos aproximadamente y puede ser en vivo o grabada⁴³, cabe señalar que en otros programas (formatos televisivos) se extiende según los criterios y características de la producción.

En síntesis, la entrevista es el género periodístico cuyo propósito es dar a conocer los puntos de vista sobre hechos importantes, quedando a cargo del reportero (cuando es grabada) o del conductor(a) (cuando es en vivo), puede complementarse con elementos visuales generados en el estudio (fotografía de archivo del entrevistado, una imagen de un teléfono, etc.) o por medio de la edición previa.

5.4.6. LA ENCUESTA

Para algunos autores la encuesta es considerada como un género periodístico que tuvo su aparición en los medios audiovisuales, en particular lo que es la radio y la televisión. También es conocida como vox populi.

De acuerdo con Romeo Figueroa la encuesta “se ha definido como la recopilación de testimonios orales o escritos provocados y/o dirigidos, con el fin de averiguar hechos, opiniones y actitudes”⁴⁴

La encuesta es uno de los géneros periodísticos más importantes, ya que permite al periodista darse cuenta de lo que piensa la población.

La encuesta tiene sus antecedentes y referencias en la entrevista. “Es una de sus variantes, que por las peculiaridades que ha adquirido permiten diferenciarla claramente y considerarla como un género autónomo”⁴⁵. La diferencia fundamental entre la entrevista y la encuesta es que esta última tiene como base diversas preguntas y a muchas personas, en cambio la entrevista se centra en un personaje y demanda respuestas con más profundidad.

A su vez, la entrevista acude a los protagonistas y testigos de los hechos o a especialistas y líderes de opinión, en tanto, la encuesta busca contrastar opiniones mediante la síntesis de las más representativas.

Además, no sólo la encuesta se diferencia de la entrevista por el número de preguntas que se utilizan, sino por el propósito que busca cada uno de los géneros. Es decir, la encuesta se enfoca más a recabar información, a transmitir lo que dicen algunas personas “representativas” de un sector de la población, prioriza información sobre otros temas a tratar, pues sólo se hace el cuestionamiento de un solo tema. En cambio, el propósito de la entrevista radica en resaltar las características del personaje, recrea un ambiente, se

⁴³ Existe una tipología de entrevistas las cuales no enunciaremos en este trabajo, toda vez que esto nos llevaría a otro estudio diferente al planteado en un inicio, por lo que invito al lector a consultar obras como la de Mariano Cebrian Herreros *Géneros informativos audiovisuales* y la de Martínez Albertos *Curso general de redacción periodística*.

⁴⁴ Romeo Figueroa Bermúdez, *¡Que onda con la radio!*. pág. 264.

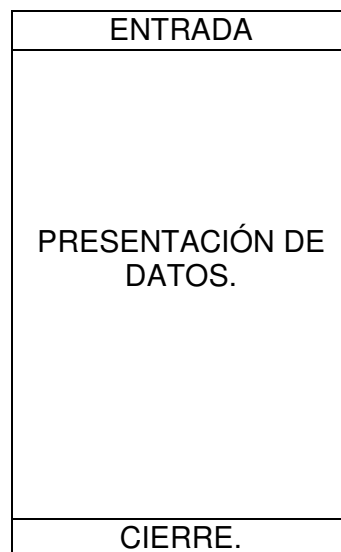
⁴⁵ Mariano Cebrián Herreros, *Op.cit.* pág. 250.

hace énfasis en lo que se pregunta y cómo se pregunta, aspectos que no le incumben tanto a la encuesta.

Cabe señalar que la encuesta “a pesar de que tiene como objetivo el presentar una muestra de la opinión pública, el entrevistador no debe nunca alegar que tiene validez estadística y tampoco que es adecuadamente representativo. Nunca puede ser nada más que las opiniones de algunas personas con las que hablamos esta tarde.”⁴⁶

El procedimiento para la elaboración de una encuesta consiste en primer lugar determinar el objetivo de la misma, valorar las preguntas para codificar el resultado; determinar el número y qué preguntas serán de opción cerrada y cuáles de opción abierta, “tender de lo general a lo particular, cuidar y adecuar escrupulosamente el empleo del lenguaje; eliminar, en las formas semánticas, factores de distorsión como lo pueden ser el odio, el proselitismo, el temor, entre otros.”⁴⁷

En cuanto a su estructura y presentación de la encuesta por un lado se formula la pregunta o preguntas, luego se registra los testimonios de cada encuestado con la ayuda de un reportero y su camarógrafo, luego habrá que editarse para presentarse en el noticiario correspondiente. Cabe señalar que se tiene que preparar una entrada y un cierre, que permita redondear la encuesta⁴⁸.



⁴⁶ Robert McLeish, Técnicas de creación y realización en radio. Citado por Mariano Cebrián *Op. cit.* pág. 250.

⁴⁷ Romeo Figueroa, Bermúdez, *Op. cit.* pág. 264.

⁴⁸ Estructura retomada de Romeo Figueroa Bermúdez.

Como es uno de los géneros que ha sido poco tratado en los textos de periodismo mexicano, se consideró que era necesario enunciar los tipos de encuestas más comunes que encontramos en los noticiarios de nuestro país. Hay autores que clasifican a la encuesta de acuerdo con su formato y otros en cuanto a su proceso de realización.

En cuanto a su formato encontramos la encuesta simple y la elaborada.

La Encuesta simple es “más que un género, un termómetro; un catalizador del estado en que se encuentra la opinión en un momento dado y en determinadas circunstancias.”⁴⁹ En otras palabras es una sola pregunta, es directa, clara y objetiva, la formula el reportero a 10 ó 20 personas representativas de un segmento de la población o de varios, para precisar el sentir de la gente.

La Encuesta elaborada consiste en elaborar varias preguntas referentes a un tópico o tema a tratar. Su objetivo es abordar el tema desde diferentes perspectivas.

En cuanto a su proceso de elaboración y realización, las encuestas⁵⁰ pueden ser:

- a) **Encuestas en la calle:** Son aquellas que tratan de averiguar la opinión de la gente sobre un tema determinado, pero con la particularidad de que se realizan en la calle.
- b) **Encuestas a personas con características homogéneas:** Seleccionan a personas que por sus características sociales puedan responder a cierto sector de la población. Ejemplo: Amas de casa, obreros, sexo servidoras, gays, etcétera.
- c) **Encuestas a personas representativas de grupos estructurados dentro de la sociedad:** Se busca la opinión de los grupos a través de uno de sus representantes o delegados. La invitación a participar en la encuesta suele dirigirse al grupo como tal para que éste designe a la persona que intervenga ante las cámaras y micrófonos. En ocasiones es el informador quien elige directamente a las personas. Ejemplo: La encuesta realizada dentro de una organización política, sindical, de un grupo social, etcétera.
- d) **Encuestas a personalidades** de la cultura, especialistas, investigadores, científicos, técnicos, entre otros.

A manera de resumen las características generales de la encuesta son:

- La encuesta busca “destacar determinadas tendencias de opinión, estados de ánimo, las opiniones que manejan los líderes de la sociedad, coincidentes o no con las de la sociedad en su pleno. La encuesta sirve

⁴⁹ Romeo Figueroa Bermúdez, *Op cit.* pág. 265

⁵⁰ Tipología retomada de Mariano Cebrián Herreros, en su obra de los Géneros Informativos Audiovisuales.

para exponer opiniones y para dinamizar la discusión y generación de opiniones en la sociedad.”⁵¹

- Las ideas e interpretaciones que ofrecen los encuestados, aunque sean a título personal, son las que aproximadamente expondría el grupo al que pertenecen.
- La encuesta se centra en cuestiones controvertidas. “No tiene objeto efectuar encuestas sobre temas en los que hay una cierta unanimidad interpretativa o de opinión, o sobre cuestiones que no tienen relieve para introducirse como debate dentro de una sociedad. La encuesta gira en torno a cuestiones de actualidad candente y conflictiva”⁵²
- Los encuestados saben de antemano que serán identificados, y por tanto no podrán quedar en el anonimato.
- Su propósito es contrastar opiniones.
- Una de las características de la encuesta televisiva en cuanto a su proceso de realización, es que necesita de una rigurosa y difícil labor de montaje que elimine también las respuestas largas o improcedentes y, sobre todo, que altere, según convenga, el orden en que fueron obtenidas, separe o agrupe las semejanzas o las desemejanzas, y alterne o no personas del mismo sexo o de parecido nivel cultural, etc., en función de los criterios que se sigan.⁵³

Por otro lado, es pertinente puntualizar que si la encuesta si bien es cierto que muestra diversas opiniones sobre un tema determinado, no se puede considerar un género de opinión toda vez que no presenta la opinión ni del periodista ni de la emisora. A su vez, sólo está haciendo uso de la forma del discurso expositiva, y no argumentativa que es la base de los géneros de opinión.

Al respecto Martínez Albertos dice “la encuesta es un género periodístico informativo y no opinante: lo cual quiere decir que es un procedimiento para objetivar opiniones y puntos de vista ajenos, no para exponer los puntos de vista y los juicios de valor de los periodistas que hacen el programa.”⁵⁴

Mariano Cebrian señala que la encuesta es un género informativo pues “expone opiniones ajenas y que no admite bajo ningún concepto la introducción de las opiniones personales de los informadores ni de la emisora. Es un género que sirve de soporte, de incitación, pero que no trata de imponer ningún criterio al público”⁵⁵ Por lo tanto, la encuesta es un género periodístico informativo y no de opinión.

En síntesis, la encuesta es el género periodístico cuyo propósito es recoger la opinión de la sociedad sobre un tema determinado y, con base en ello, ayudar a que la audiencia se forme una idea del sentir de la población.

⁵¹ *Ibidem.* pág. 251.

⁵² *Ibidem.* pág. 253.

⁵³ Crf. Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 499.

⁵⁴ Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 498.

⁵⁵ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 253.

Es pertinente hacer la aclaración que en nuestro país la encuesta se ha desvirtuado como género, toda vez que hoy en día las televisoras invitan al público a llamar, pero los resultados obtenidos carecen de todo rigor científico y metodológico, y lo peor de todo es que lo presentan como representativo de la población, cuando en realidad son un par de llamadas las que reciben. En otras palabras, la encuesta se emplea más como técnica que como género. Esto nos muestra que de la teoría a la práctica hay muchas diferencias, y el procedimiento que se lleva para elaborar una encuesta es un claro ejemplo de lo que se está diciendo. Pero dejémoslo así, esperando que los reporteros, los jefes de redacción y los productores de los noticiarios televisivos hagan algo por mejorar este género.

5.5. LOS GÉNEROS OPINATIVOS

Antes de hablar de las características generales de los géneros de opinión, es pertinente explicar lo que se entiende por opinión. Opinar es “discernir sobre las razones, probabilidades, conjeturas referentes a la verdad de una cosa o acontecimiento. Una opinión es un concepto o parecer que se forma de una cosa o asunto cuestionable”⁵⁶. En otras palabras, opinar es manifestar un juicio, una postura, un punto de vista sobre un hecho o una persona.

La opinión es consustancial al ser humano, pues está presente en su discurso ya sea corporal, verbal o escrito. De acuerdo con Núñez Ladevéze existen dos tipos de opinión. La opinión explícita y la opinión implícita. La opinión implícita es aquella que se encuentra latente o velada, que se esconde al interior de un texto discursivo. En cambio la opinión explícita es aquella que no se encuentra velada sino es la que se manifiesta como tal, cuyo propósito es mostrar una serie de argumentos de una manera racional para sustentar una tesis y llegar a una conclusión⁵⁷.

En ese sentido, al hablar de géneros de opinión da la idea de que existen otros en los cuales no existe opinión, y esto no es del todo exacto. En todo proceso informativo, en la elaboración de cualquier género informativo, se da una valoración previa por parte del periodista, es decir, las palabras que usa, la exaltación y eliminación de algunos aspectos existe una opinión implícita

Y no sólo hacemos referencia a la labor que hace el periodista, sino también el medio de comunicación, al momento de ordenar la información, de seleccionar las imágenes que se van a transmitir, el tiempo que se le dedica a una nota y a otra, en todo el proceso de producción de noticias hay una postura tanto de la empresa como del periodista, es por ello que es difícil decir que en los géneros informativos no hay una opinión.

⁵⁶ Carlos Wagner Echeagaray, *Déjame que te cuente: los géneros periodísticos y su ética profesional*, pág. 115.

⁵⁷ Luis Núñez Ladevéze, *El lenguaje de los media. Introducción a una teoría de la actividad periodística*, pág. 297.

La diferencia entre unos y otros radica en que en unos se presenta y se identifica la opinión como tal, mientras que en los otros subyace en el proceso como elemento secundario, latente y no intencionado⁵⁸

Los géneros periodísticos de opinión se ocupan expresa y directamente de enjuiciar los hechos de interés público. “Definen con claridad las posiciones políticas e ideológicas de los periodistas, en lo individual, y de las empresas periodísticas, en lo institucional”⁵⁹

En los géneros de opinión se trata no de evaluar la noticia, sino también de interpretarla y, a veces, de definir explícitamente una opinión. “Forman, por tanto, parte del campo de la argumentación textual (escrito-visual) y su objetivo directo se dirige a la creación expresa de opinión en los lectores, a preparar al público como entidad virtual para que adopte decisiones”⁶⁰

En otras palabras, a partir de lo que se dice en la parte informativa del noticiario, los espacios dedicados al periodismo de opinión tratan de responder a la pregunta ¿qué es lo que se piensa de eso?, ¿qué opina el especialista o el medio de comunicación?

De acuerdo con Raúl Rivadeneira “La función de la opinión periodística se relaciona con las preguntas básicas ¿por qué? y ¿para qué?”⁶¹ A través de ellas se hacen visibles dos tipologías de esa función: a) causalismo, y b) teleologismo.

El causalismo es hipótesis de indagación del ¿por qué? Fisionomiza una postura definida de un grupo de comentarios y editoriales de corte explicativo, racionalista, que fundamenta la misión “orientadora” de la prensa (del medio de comunicación) en una especie de axioma: Hay que decirle al receptor cuáles son las causas eficientes de lo que está ocurriendo, para que le sea accesible la comprensión de los resultados que percibe.⁶²

En tanto el teleologismo da la respuesta a la pregunta ¿para qué?, “estaría representando por una cantidad de editoriales y comentarios de índole persuasiva, fundados en metas prefijadas: catequización religiosa, politización del receptor, incentivación de impulsos para la acción esperada y deseada.”⁶³

Cabe señalar que el causalismo y el teleologismo de los que hace referencia Raúl Rivadeneira son dos categorías que en ningún momento son excluyentes, sino que, a menudo, se interrelacionan con el único fin de elaborar un mensaje del género de opinión.

⁵⁸ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 42.

⁵⁹ Vicente Leñero, *Manual de Periodismo.* pág. 287.

⁶⁰ Luis Núñez Ladevéze, *Op. cit.*, pág. 297.

⁶¹ Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo.* pág. 225.

⁶² Enzensberger, Hans Magnus. Elementos para una teoría de los medios de comunicación. Citado por Raúl Rivadeneira.

⁶³ Raúl Rivadeneira Prada, *Op. cit.* pág. 226.

Por lo anterior se puede decir que la función principal de los diversos géneros de opinión es orientar la opinión pública sobre los diversos acontecimientos que ocurren en la sociedad.

Hasta la fecha han existido varios estudios respecto a los géneros de opinión en el periodismo escrito, pero en cuanto a periodismo televisivo es un campo que ha sido poco explorado por los teóricos del periodismo. Hay quienes se enfocan a la elaboración del guión y sólo se centran en los géneros informativos. En tanto, existen otros que les interesa más la producción y realización de programas informativos, pero dejan de lado al periodismo de opinión. Es probable que esto se deba a que en el periodismo escrito es más fácil ubicar las páginas editoriales y los comentarios, en tanto en televisión resulta difícil separar los géneros informativos de los de opinión.

Al respecto Mariano Cebrián señala “en los medios electrónicos presenta más dificultades que la prensa escrita para separar la información de la opinión. Un reportero, un corresponsal e incluso el mismo conductor pueden manifestar una opinión con un gesto, una señal, con el tono de voz o incluso dar un comentario después de la nota”⁶⁴. Sin embargo no hay que confundir entre una opinión y un género periodístico de opinión.

Los géneros periodísticos de opinión no son resultado de una inspiración espontánea, sino de un plan de trabajo: de un esquema que contenga todos los puntos esenciales para desarrollar. En los géneros periodísticos de opinión existe una mayor libertad formal en comparación con el periodismo informativo, pero puesto que plantea entregar al espectador un conjunto de ideas y se busca al mismo tiempo, un objetivo orientador, deberá regirse, a lo menos por algunos principios generales. En otras palabras, debe de tener una preparación previa en donde se jerarquicen y sistematicen las ideas.⁶⁵

Por lo que las características generales de los géneros periodísticos de opinión son:

- No son espontáneos.
- Requieren de una preparación previa (esquemas)
- Se basan en la forma del discurso argumentativa
- Son un razonamiento lógico coherente
- Se manifiesta una postura frente a los acontecimientos de manera explícita
- Su propósito es orientar al público.
- En su mayoría son elaborados por periodistas especializados en un área del conocimiento

⁶⁴ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 42.

⁶⁵ Hernán. Uribe, *Sobre el periodismo de opinión y su técnica redaccional.* pág. 139.

En suma, los géneros de opinión se van a caracterizar por manifestar una postura a nivel personal o institucional sobre diversos acontecimientos, y su propósito es orientar al público para que adopte una postura frente a los hechos que se presentan. En éstos se incluyen los mensajes que transmiten juicios. “Su basamento son los hechos, pero su finalidad es la opinión, el cuestionamiento, el juicio del periodista”⁶⁶. La forma discursiva que se usa fundamentalmente en estos géneros es la argumentación, aunque también aceptan, en algunos casos, las otras formas discursivas.

De acuerdo con los teóricos, los géneros periodísticos de opinión que hay en la televisión son: el editorial, el comentario y la reseña crítica. En el siguiente capítulo se abordarán con detalle a cada uno de los géneros de opinión que hay en la televisión mexicana.

⁶⁶ Susana. González Reyna, *Op. cit.* pág. 8.

CAPÍTULO 6

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN MEXICANA.

De acuerdo con un esquema de clasificación ya esbozado anteriormente, este capítulo versa sobre todos los géneros periodísticos que pueden ser englobados bajo la denominación de opinión. Cabe señalar que para la elaboración de este capítulo se llevó a cabo un monitoreo¹ durante un mes (julio 2004) de los diferentes noticiarios de la televisión mexicana, entendiendo por ello sólo los canales de televisión abierta del Distrito Federal, para identificar por un lado los géneros de opinión que hay en la televisión de acuerdo con los postulados de la teoría periodística.; y por otro, señalar si hay otro tipo de géneros de opinión diferentes a los que propone la teoría del periodismo.

Las emisiones como el noticiario de Joaquín López Doriga, Nueva Visión con Carlos Loret, Zona Abierta (emisiones de Televisa); Hechos AM, Hechos Tarde, Hechos Noche, Hechos Sábado, Entre tres (emisiones de Tvazteca); CNI Noticias con Ciro Gómez (CNI Canal 40); y Ventana 22 (Pertenece al Canal 22), y Primer Plano (Canal 11) fueron en las que se llegó a identificar el ejercicio del periodismo de opinión.

Una vez que se reconocieron los espacios en los cuales se hace uso de géneros de opinión, se procedió a grabarlos por 15 días, esto con el fin de poder analizarlas con detenimiento. De esta forma se pudo obtener la clasificación, características, tipología, estructura, el proceso de preparación discursiva y ejemplos de cada uno de los diferentes géneros de opinión, los cuales explicaremos a continuación.

6.1. EL EDITORIAL

Antes de iniciar, es pertinente señalar que no hay que confundir el género editorial con la línea editorial de la empresa. La línea editorial del medio hace referencia al modo como se selecciona y valora el conjunto de noticias de acuerdo con los principios éticos, valores y reglas del medio, es decir, la línea editorial se deja entrever de acuerdo a la interpretación que se hace de cada noticia, el tiempo que se le concede a determinada nota, las imágenes que se emplean, la estructura (si se dice al principio o al final del informativo), los efectos, etcétera.

Por lo que la línea editorial "es la manifestación patente y la plasmación de los principios estatutarios del medio en la selección, valoración, elaboración y presentación de todas y cada una de las informaciones"² La línea editorial se manifiesta en todos los géneros periodísticos y en cada uno de los programas informativos de la televisora.

¹ Véase anexo 1.

² Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.*, pág. 48.

Por otro lado, es pertinente precisar que el editorial, en cuanto a género, es siempre masculino (el artículo editorial), ya que “la editorial” es la empresa que se dedica a la edición de libros o periódicos.

El editorial “es el género periodístico que al interpretar y valorar una noticia manifiesta el punto de vista institucional. Su propósito es explicar el significado del suceso noticioso y, con ello, influir en la opinión pública”³

Vicente Leñero y Carlos Marín definen al editorial como el “género mediante el cual una publicación (medio de comunicación) da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual”⁴

Para Jesús García Jiménez el editorial:

Forma parte del género de opinión. Expresa puntos de vista, no de los informadores o especialistas, sino del propio canal, en cuanto empresa audiovisual. Es, por tanto, un tipo de comentario oficial y corporativo.

Era conocido el editorial como género periodístico en la prensa, pero en 1941 lo utilizó una estación de radio de Boston a propósito del asunto Mayflower. Era una primera tentativa (...) En la década de los 50 aparecieron editoriales de forma regular y en 1957 comenzó a utilizarlos la televisión (estación WTVJ, de Miami, Florida). En 1966 hacía uso de ellos el 50 por 100 de las estaciones, y después se extendió por todo el mundo.⁵

Mariano Cebrián señala que “el editorial no es un relato de los hechos, sino una opinión sobre ellos. Es una profundización sobre su alcance, antecedente y repercusiones en la sociedad. Es la toma de partido o revelación del parecer del medio”⁶. El editorial es una opinión y no de los redactores particulares, ni de la redacción. Es responsabilidad de la entidad difusora como tal.

En suma, el editorial es el género periodístico en el cual el medio de comunicación, prensa, radio o televisión, va a manifestar de manera explícita una postura frente a los acontecimientos noticiosos. En otras palabras, es una opinión a nivel institucional y no personal, donde el medio va a valorar, y enjuiciar los hechos con el fin de orientar y encauzar la opinión pública.

La función del editorial es analizar y enjuiciar, de acuerdo con su trascendencia, los acontecimientos más importantes del momento. De acuerdo con Luisa Santamaría ha sintetizado las cuatro funciones clásicas que el periodismo estadounidense otorga al editorial: Explicar los hechos, dar antecedentes, predecir el futuro y formular juicios⁷

³ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 59.

⁴ Vicente Leñero, et al. *Op. cit.* pág. 289.

⁵ García Jiménez, Jesús. *Op. cit.* pág. 197.

⁶ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 46.

⁷ Crf. Luisa Santamaría, *el comentario periodístico. Los géneros persuasivos.* pág. 45.

El editorial se refiere a los hechos más importantes del momento, a juicio del impacto que tuvieron en la sociedad y el valor que le otorga el medio de comunicación. El editorial, debe de referirse por lo regular a hechos de actualidad permanente o inmediata. “Su fuerza radica en salir al paso al mismo tiempo que se da la información, aunque claramente separado de ella. Se trata de orientar la opinión de la audiencia simultáneamente a la presentación de los hechos por muy inmediatos que sean.”⁸

La base del editorial es la argumentación, el razonamiento de las ideas, el desmantelamiento de los juicios ajenos y el apoyo y refuerzo de los propios. “Es un género en el que predomina la dialéctica, el silogismo, la lógica.”⁹

A manera de resumen las características generales del editorial son:

- 1.- Es el género periodístico que entera al público sobre la opinión institucional del medio de comunicación.
- 2.- Su propósito es orientar la opinión pública, y en ocasiones busca la adhesión del público a la postura del medio.
- 3.- La base del editorial es la argumentación, aunque también se puede apoyar de las otras formas del discurso.
- 4.- Su estilo es formal y serio. No se presta para un estilo jocoso.

Cabe decir que el editorial es el género menos utilizado en los noticieros y en la televisión mexicana en general, por lo regular queda a cargo del titular de la emisión quien después de presentar la información noticiosa, realiza un comentario valorativo acerca del problema, mirando directamente hacia la cámara y con algunas imágenes de refuerzo que ilustran lo que se está diciendo. Su duración en televisión es de tres minutos aproximadamente.

CLASIFICACIÓN

La variedad temática de los editoriales es tan amplia que resulta poco práctico tratar de clasificarlos de acuerdo con sus contenidos, basta mencionar de manera general que los editoriales son de carácter político, económico o social.

Ahora bien, clasificar a los editoriales por su finalidad también es una tarea difícil, pues su propósito no siempre es claro. Sin embargo, de acuerdo con los teóricos del periodismo se pueden distinguir varios tipos de editoriales:¹⁰

⁸ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 46.

⁹ *Ibidem.* pág. 46.

¹⁰ Entre otros, González Reyna, Vicente Leñero y Carlos Marín, Núñez Ladeveze, Luisa Santamaría, Mariano Cebrián y Martínez Albertos. Véase la bibliografía.

1.- Editorial informativo: También es conocido con el nombre de editorial expositivo porque sólo presenta información sobre el suceso. “En él se vuelven a citar los hechos ya mencionados en la sección informativa, pero manifestando el punto de vista institucional. Se recurre a este tipo de editorial cuando un asunto no está claro, porque falta la ubicación del suceso”¹¹ En otras palabras, en el editorial expositivo o informativo se presentan los hechos, los explica y los relaciona entre sí para que ayude al público a conocer mejor determinado suceso. “Por su propia naturaleza, este tipo de editorial no requiere de conclusiones expresas pues la sola presentación de los hechos implica la opinión institucional”¹² Es el más empleado en la televisión mexicana. (Véase ejemplos 1 y 2)

2.- Editorial interpretativo: Presenta lo que la empresa piensa sobre el significado real, vital y tal vez oculto del suceso.¹³ Este tipo de editorial se emplea cuando no basta con una simple explicación de los hechos y es necesario presentar una interpretación de los mismos.

3.- Editorial argumentativo: Aboga, enjuicia o ataca sobre un tema de interés general. “El manejo de este tipo de editorial implica el uso de argumentos para convencer y guiar al público hacia un asunto específico”¹⁴

4.- Editorial exhortativo: Algunos autores lo llaman de acción o de lucha, en el cual manifiesta pormenorizadamente la solución de un problema o situación. En él se presentan ataques a determinadas situaciones y exige conductas específicas. “Cuando se usa esta forma editorial se espera una reacción pronta y definitiva en el público.”¹⁵

TÉCNICA DE ELABORACIÓN DE EDITORIALES

El editorial como forma de tratamiento de la información requiere de una técnica peculiar de presentar la información. De acuerdo con Mariano Cebrián¹⁶ ésta puede sintetizarse en tres grandes dimensiones:

- 1.- Selección de temas y programación de los editoriales en las emisiones informativas
- 2.- Organización y estructura de los contenidos de un editorial
- 3.- Presentación y realización según las peculiaridades de la radio y la televisión

SELECCIÓN DE TEMAS

Si bien es cierto que los editoriales parten de los sucesos noticiosos, es pertinente aclarar que no todas las noticias requieren de un editorial. “El editorial concierne a cuestiones fundamentales o a aquellas que pueden tener

¹¹ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 60.

¹² Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 60.

¹³ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 46.

¹⁴ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 61.

¹⁵ *Ibidem.* pág. 61.

¹⁶ *Ibidem.* pág. 50.

alguna relación con las fundamentales. Ofrecer un editorial sobre un hecho determinado supone ya una valoración del mismo sobre el resto de los acontecimientos. El editorial se refiere a la consideración global de un hecho que da origen a diversas noticias interrelacionadas o bien que tiene una continuidad durante varios días.”¹⁷

La selección de uno u otro tema va a depender en gran medida de los criterios de valoración que el medio de comunicación, en este caso la televisora, tiene sobre los acontecimientos diarios, tomando en consideración sus principios, valores y la línea editorial de la empresa.

Existen diversas formas de llevar a cabo la selección de temas. Pero todo está en función de la estructura organizativa que el medio tenga en la redacción. En el caso concreto de la televisión mexicana el editorial queda bajo la responsabilidad del titular del espacio informativo, y él es quien decide el enfoque y las temáticas que se van a abordar dentro del editorial. De acuerdo con Mariano Cebrián, esto sólo se consigue cuando “todos los integrantes del medio son afines e incondicionales a los principios y orientaciones del mismo o de las líneas marcadas por el director o consejo de administración”¹⁸. En otras palabras, se le delega la responsabilidad del editorial, en este caso al titular de la emisión, cuando éste por su larga trayectoria y dedicación ha demostrado ser una persona leal a la empresa y tener una firme convicción de los valores y principios de la misma. Para que éste a su vez con ayuda de su equipo de trabajo elabore el editorial.

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CONTENIDOS

La estructura del editorial es variable, pues todo está en función del propósito que se persiga. El artículo editorial elaborado para la televisión por lo general es un discurso que esta conformado por un título o encabezado que indica el tema o el asunto a tratar, y por tres segmentos, en cada uno se habla de uno de los acontecimientos más importantes a nivel nacional e internacional. En suma, por cada artículo editorial se habla de tres sucesos noticiosos. Ahora bien, cada uno de estos segmentos está constituido a su vez por tres partes: informativa, interpretativa y de conclusión o comentario.

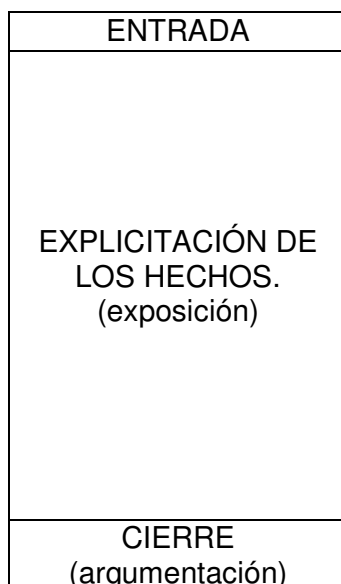
En la primera parte se hace una breve exposición de los acontecimientos noticiosos del tema o temas a tratar. La segunda parte consta de un desarrollo del tema, y “constituye propiamente la aportación del periodista, porque es la interpretación que éste hace de las noticias, de los datos y los hechos expuestos al inicio del artículo”¹⁹. La tercera parte y última se elabora con la conclusión obtenida del comentario o en su defecto se presenta una recapitulación. La conclusión tiene el propósito esencial de comunicar un último pensamiento importante, y en ocasiones puede adaptar la forma de una exhortación, ruego, un consejo o una petición. (Véase ejemplos 1 y 2)

¹⁷ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 51.

¹⁸ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 51.

¹⁹ Susana González Reyna, *Op. cit.* pág. 64.

A manera de resumen, cada una de las partes que conforman el artículo editorial en televisión se caracteriza por tener la siguiente estructura:



Cabe destacar que el editorial como todo género opinión requiere de una unidad argumentativa, una lógica rigurosa y a la vez sencilla, clara y comprensible en la primera y única audición y única visión.²⁰ La fugacidad del medio exige una gran claridad y una argumentación directa, sin rodeos.

PRESENTACIÓN Y REALIZACIÓN DEL EDITORIAL

Una vez seleccionados los temas a tratar, se redacta el escrito con las tres partes (informativa, interpretativa y de conclusión) mencionadas en el apartado anterior. Cabe señalar que en la redacción del editorial no se admite la personalización. “Son desterrables, en consecuencia, el “yo” y el “nosotros”²¹. Predomina la forma impersonal expositiva.

El editorial exige un estilo sencillo e impersonal. Sencillo, para que tenga la suficiente claridad y pueda ser comprendido en la continuidad televisiva que no admite fijación, ni vuelta atrás. A su vez, el editorial exige un estilo impersonal. No admite el uso de recursos individuales²², de una expresión bien caracterizada. En algunos casos se obliga a los editorialistas a no rebasar un límite de palabras bastante reducido por ser las conocidas de todos los lectores.²³ De esta forma todos los destinatarios podrán entender el vocabulario y los conceptos que se expongan.

²⁰ Crf. Cebrián Herreros, Mariano. *Op. cit.* pág. 52

²¹ *Ibidem.* pág. 53

²² Aunque pueden existir excepciones como en el primer ejemplo.

²³ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 54.

Una vez que se elaboró el escrito este es capturado en el Teleprompter que le va a permitir al conductor leer el texto del editorial. Es de resaltar que el editorial en televisión se “convierte en palabra dicha, en expresión oral. Es el sistema expresivo idóneo para el editorial. La fuerza del editorial recae sobre la voz. Una voz que habla en nombre de la emisora”²⁴. Es pertinente mencionar que el conductor debe de estar ubicado en un lugar con fondos neutros, sin rasgos llamativos, ni corporales ni de vestuario para evitar en la medida de lo posible distraer la atención de la audiencia en asuntos de otra índole.

De manera paralela, se hace una búsqueda de imágenes que ayuden en un caso a ilustrar, explicar o a reforzar lo que se está diciendo en palabras. Es decir, se hace una selección de sonidos, documentos, fragmentos o escenas representativas de cada uno de los argumentos de los que se hace mención. Pues no hay que olvidar que es un medio audiovisual, y no hay que caer en el “busto parlante”. Si bien es cierto que la voz tiene cierto peso, las imágenes vienen a fortalecer lo dicho.

La imagen en televisión es primordial. En contraste con los noticiarios de radio donde se tienen que crear imágenes mentales, en televisión las imágenes deben de hablar por sí mismas no hay necesidad de describirlas. De esta forma tanto palabra como imagen se deben de complementar una con la otra.

Las imágenes que se pueden emplear para la elaboración del editorial son:

- Imágenes que fueron capturadas por camarógrafos y reporteros de la empresa que acudieron a cubrir los hechos, se puede decir que son imágenes del momento. También en este rubro se pueden incorporar las declaraciones que hicieron frente a las cámaras alguna(s) persona(s) vinculada con los acontecimientos noticiosos.
- Imágenes que provienen de agencias noticiosas que ofrecen sus servicios a las estaciones de televisión.
- Imágenes de stock o archivo, son los registros tanto de audio como de video que tiene una estación de televisión, además se pueden incluir fotografías viejas, gráficos y dibujos. Estos registros son similares a los de un periódico, donde la información pasada se clasifica bajo tema o persona. Ya que estos archivos en un momento dado se pueden utilizar nuevamente. En este caso, se debe aclarar que las imágenes no corresponden al material del momento ya sea incluyendo un pequeño logotipo en la parte inferior o superior de la imagen que diga “archivo” o en su defecto indicar la fecha en que fue capturada, con el fin de no confundir al espectador.
- Imágenes fijas como pueden ser gráficas de barras o de pastel, mapas, fotografías, sùpers, etcétera, que son captadas directamente por otra cámara en el estudio en el momento de la difusión del editorial, o grabadas previamente en una cinta o generadas por computadora. Éste tipo de imágenes son las menos empleadas para la elaboración de editoriales.

²⁴ *Ibidem* pág. 54.

Es pertinente tomar en cuenta el tiempo, cerciorándose de que las imágenes sean las necesarias para apoyar el contenido. Es decir, que la narración o escrito que se hizo del editorial sea acorde con las imágenes, de tal forma de que lo que lea el comunicador corresponda a las imágenes presentadas y no queden fuera de cuadro.

Cabe mencionar que la presentación del editorial en nuestro país se inicia primero con el titular de la emisión a cuadro, y después se pasa a imágenes que apoyen lo dicho, y al último aparece el titular en donde expresa la opinión de la empresa (véase ejemplos). El editorial en televisión tiene una duración aproximada de entre 3 y 4 minutos, y tiene un lugar fijo dentro del noticiario. Por lo regular se encuentra en los noticiarios estelares de la televisora y su periodicidad es semanal.

Por último es pertinente señalar que en todo momento debe diferenciarse con claridad y advertir al auditorio que se trata de un editorial y no de un comentario de un redactor o del titular de la emisión, para ello se puede auxiliar de cortinillas que indiquen de manera explícita que se trata del editorial.

EJEMPLO 1. EDITORIAL INFORMATIVO:

EMISIÓN: NOTICARIO DE
FECHA DE TRANSMISIÓN: 6/08/04
CANAL: 2

VIDEO

FADE IN ENTRA CORTINILLA DEL
EDITORIAL : LO BUENO, LO
MALO Y LO FEO.

M.S²⁵. DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA

CORTE A:

ENTRA CORTINILLA DE LO MALO.
EN LA PARTE SUPERIOR APARECE
UN SÚPER QUE DICE "LO MALO" Y
EN LA PARTE INFERIOR DICE "EL
EDITORIAL" JUNTO AL LOGO DE
TELEvisa.

M.S DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA

CORTE A

INSERT DE IMÁGENES DE BALAS
DE GAS PIMIENTA QUE SON
INTRODUCIDAS A UNA PISTOLA Y
DE AGENTES FRONTERIZOS
HACIENDO SUS PRÁCTICAS DE
DISPARO.

CORTE A

INSERT DE RAMIRO CORDERO,
DIRECTOR DE LA PATRULLA
FRONTERIZA. APARECE UN SÚPER
EN LA PARTE SUPERIOR CON LA

CORTE A

M.S DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
CORTE A:
ENTRAN IMÁGENES DE BALAS
DESPOSITADAS EN LAS PISTOLAS
E IMÁGENES DE FUNCIONARIOS
MEXICANOS Y ESTADOUNIDENSES
EN UNA SALA DE JUNTAS.
IMAGEN DEL DOCUMENTO
IMÁGENES DE AGENTES
FRONTERIZOS PRACTICANDO TIRO
AL BLANCO

CORTE A:

JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA

AUDIO

FADE IN DE LEIT MOTIV
DE LA SECCIÓN EDITORIAL

JOAQUÍN: Esta noche es lo bueno, lo
malo y lo feo de la semana.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN
EDITORIAL

JLD: Lo malo de la semana es la
autorización del gobierno de Estados
Unidos para que su guardia fronteriza
dispare balas de gas pimienta contra
indocumentados mexicanos.

(EN OFF) El gobierno de Washington
argumentó que estas balas las utilizarán
únicamente sus agentes en defensa propia
y que no matan.

INSERT DE RAMIRO CORDERO
RAMIRO: Lo pior(sic) que puede pasar es
moretones en la piel o irritaciones en las
vías nasales o las vías mucosas.

JLD: El caso es que estamos ante
una agresión, pero si esto es lo malo,
(EN OFF) lo peor es que el uso de balas
de gas pimienta es producto de un
acuerdo entre Los dos gobiernos:
el gobierno de los Estados Unidos y el de
México, sí, a Través de un documento
firmado por la Secretaría de Relaciones
Exteriores, este 22 de junio del 2001,
es decir, el gobierno mexicano estuvo de
acuerdo en el uso de estas balas aunque
ahora salga a decir que protestará y que
es inhumano

²⁵ Médium Shot. M.S.

VIDEO	AUDIO
M.S DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA	JLD: Pero si es inhumano, como lo es, ¿por qué el gobierno mexicano estuvo de acuerdo hace tres años en la aplicación de un sistema inhumano que ahora quiere denunciar? Hasta esta noche no hay respuesta, y esto, esto irrita tanto o más que el gas pimienta disparado contra Mexicanos indocumentados en la frontera con Estados Unidos.
CORTE A:	
ENTRA CORTINILLA DE LO BUENO EN LA PARTE SUPERIOR APARECE UN SUPER QUE DICE "LO BUENO" Y EN LA PARTE INFERIOR JUNTO AL LOGO DE TELEvisa.	ENTRA LEIT MOTIV
M.S DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA	JLD: La madrugada de este jueves luego de una complicada y difícil sesión en el Senado de la República defendido por la fuerza pública y una mayoría acordó una serie de reformas en materia de seguridad pública y de seguridad social.
CORTE A:	
ENTRA IMÁGENES DE STOCK DE UNA SESIÓN EN LA CÁMARA DE SENADORES	(OFF)Lo bueno es que en lugar de parálisis legislativa haya acuerdo entre los partidos y que esos acuerdos se hayan traducido en reformas.
CORTE A:	
INSERT DE IMÁGENES DE STOCK DE DIVERSAS CLÍNICAS DEL IMSS	(OFF) sin duda, estas reformas a la ley del Seguro Social son controvertidas, y no dejan por supuesto satisfechos a todos, pero esta el recurso de los procedimientos y las instancias legales anunciadas ya por los inconformes.
IMÁGENES DE STOCK DE LA CÁMARA DE SENADORES	Pero en margen de la sustancia de esta reforma lo importante es que haya acuerdo entre los partidos políticos.
CORTE A:	JLD: Esto es una buena señal para el país y el que haya una oposición crítica, también. Esta es la democracia.
M.S DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA	
CORTE A	
ENTRA CORTINILLA DE LO FEO EN LA PARTE INFERIOR APARECE UN SUPER QUE DICE LO FEO JUNTO AL LOGO DE TELEvisa	ENTRA LEIT MOTIV
MS. DE JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA	JLD: El domingo pasado se jugó un partido de estos amistosos en el estadio de Houston entre el América de México y el Everton de la Gran Bretaña. ahí sucedió lo feo de la semana cuando un cantante elegido por los organizadores texanos del evento en Houston interpretó así el Himno Nacional Mexicano
CORTE A	

VIDEO	AUDIO
<p>ENTRA INSERT CON IMÁGENES DEL ESTADIO DE FUTBOL AL MOMENTO DE ENTONAR EL HIMNO. APARECE EL CANTANTE. EN LA PARTE SUPERIOR APARECE LA FECHA 1/08/04 ESTADIO DE HOUSTON. IMÁGENES DE AFICIONADOS, UNO DE ELLOS SE INDIGNA, Y EMPIEZA LA RECHIFLA.</p> <p>M.S DEL CANTANTE</p> <p>CORTE A M.S JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA</p> <p>CORTE A ENTRA CORTINILLA DEL EDITORIAL: LO BUENO, LO MALO Y LO FEO.</p> <p>FADE OUT</p>	<p>ENTRA INSERT AUDIO DEL CANTANTE</p> <p>CANTANTE: Piensa patria tus sienes de oliva, de la paz de latir de olivo y una noche te llevan tu olvido, y en la noche de dio dede Dios. (sic)</p> <p>SONIDO AMBIENTAL: RECHIFLA DEL PÚBLICO</p> <p>CANTANTE: Cíña Patria si pierde un moreno, prometeo. Mientras patria, tu vida el cielo, un soldado en cada hijo te dio, un soldado en cada hijo te dio.</p> <p>JLD: No tengo mas comentarios que hacer, y no cabe duda que esto fue lo feo de la semana</p> <p>ENTRA LEIT MORTIV</p> <p>FADE OUT</p>

EJEMPLO 2.EDITORIAL INFORMATIVO

EMISIÓN: NOTICIARIO DE
FECHA DE TRANSMISIÓN: 23/07/2004
CANAL 2.

VIDEO

FADE IN ENTRA CORTINILLA DEL
EDITORIAL: "LO BUENO, LO MALO
Y LO FEO"

M.S DE ALEJANDRO CACHO

CORTE A:

ENTRA CORTINILLA DE LO MALO,
EN LA PARTE SUPERIOR APARECE
UN SUPER QUE DICE LO MALO, Y
EN LA INFERIOR DICE EL
EDITORIAL JUNTO AL LOGO DE
TELEVISA.

M.S DE ALEJANDRO CACHO

CORTE A

IMÁGENES DE COMUNEROS EN
LA ZONA DEL CONFLICTO.
IMÁGENES DE COMUNEROS
BLOQUEANDO CARRETERAS
IMÁGENES DE COMUNEROS CON
MACHETES CORTANDO LEÑA Y
PRENDIENDO FOGATAS

IMÁGENES DE CARRETERA MÉX-
CUERNAVACA BLOQUEADA POR
LOS COMUNEROS

IMÁGENES DE ELEMENTOS
POLICIAOS SENTADOS EN SU
PATRULLA.

IMÁGENES DE ELEMENTOS DE LA
PFP QUE INGRESARON EN LA ZONA
DEL CONFLICTO CON ARMAS Y
PERROS DE ATAQUE

CORTE A:

INSERT DE IMÁGENES DE
ELEMENTOS DE LA PFP QUE ENTRE
DOS O TRES ELEMENTOS SUJETAN
A LOS COMUNEROS DE LAS MANOS
Y DE LOS PIES Y SE LOS LLEVAN
ARRASTRANDO PARA
DESALOJARLOS DEL LUGAR. ÉSTOS
SE RESISTEN.

EN LA PARTE SUPERIOR APARECE
UN SUPER CON LA FECHA DE
GRABACIÓN DE LA IMAGEN:
22/07/04.

CORTE A:

M.S DE ALEJANDRO CACHO

CORTE A:

JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
A LAS: 23:00 hrs.

AUDIO

FADE IN DE LEIT MOTIV
DE LA SECCIÓN EDITORIAL

ALEJANDRO: Esta noche esto es lo
malo, lo bueno y lo feo de la semana.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA
SECCIÓN EDITORIAL

ALEJANDRO: Lo malo de la semana es
el conflicto por la posición del predio
agua grande que se disputan comuneros
de Jalatlaco Estado de México y
campesinos de San Miguel y Santo
tomas Ajusco, D.F.

(EN OFF) Una indefinición judicial
torno a este Predio esta creando
escenarios de Conflicto y violencia. De
desafíos, amenazas y violación de la ley.
El lunes los comuneros de Jalatlaco
tomaron el paraje, muchos de ellos con
machetes y armas reservadas para el
ejército.

Por su parte los comuneros del Ajusco en
protesta bloquearon durante horas la
carretera México- Cuernavaca sin que
ninguna autoridad lo impidiera o lo
sancionara.

El riesgo de que se desbordará la
violencia estuvo siempre presente.
El jueves finalmente la PFP desalojó a los
comuneros de Jalatlaco con base en el
amparo de una jueza en materia
administrativa.

SONIDO AMBIENTAL: Quejidos y
gritos de comuneros.

ALEJANDRO: Es necesario una
definición judicial clara que termine ya
con este conflicto.

VIDEO	AUDIO
<p>ENTRA CORTINILLA DE LO BUENO EN LA PARTE SUPERIOR APARECE UN SUPER QUE DICE LO BUENO Y EN LA INFERIOR DICE EL EDITORIAL JUNTO AL LOGO DE TELEVISA. CORTE A:</p> <p>M.S DE ALEJANDRO CACHO</p> <p>CORTE A: IMAGEN DE STOCK EN B/N²⁶ EN DONDE VEMOS A VARIAS MARCHANDO EN LA CALLE Y SON DETENIDAS POR ELEMENTOS POLICÍACOS.</p> <p>CORTE A: M.S DE ALEJANDRO CACHO</p> <p>CORTE A: ENTRA CORTINILLA DE LO FEO. APARECE UN SUPER EN LA PARTE SUPERIOR QUE DICE LO FEO Y EN LA INFERIOR DICE EL EDITORIAL AL LADO DEL LOGO DE TELEVISA CORTE A M.S. DE ALEJANDRO CACHO</p> <p>CORTE A: ENTRA IMAGEN DE LA CASA EN DONDE SE ENCUENTRAN UBICADAS LAS OFICINAS DE PROVIDA. IMAGEN DE CIFRAS EN UNA COMPUTADORA IMAGEN DE LUIS PAZOS IMAGEN DE LA FACHADA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS IMAGEN DE UNA SESIÓN EN LA CÁMARA</p> <p>IMAGEN DE LUIS PAZOS IMÁGENES DE OFICIOS</p>	<p>ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN EDITORIAL</p> <p>ALEJANDRO: El fiscal para movimientos del pasado Ignacio Carrillo Prieto entregó a un juez el expediente con la averiguación previa por la OFF: Represión estudiantil del 10 de junio de 1971, pide que los responsables sean consignados por genocidio, delito que no ha prescrito según el propio fiscal. Este caso ahora está en manos de un juez su resolución gustará a unos e indignará a otros, pero lo fundamental es que este caso una vez tomada la decisión de revisarlo ya salió del terreno político y entró al terreno legal. El único en el que se puede cerrar ese capítulo de la historia nacional. ALEJANDRO: Ahora el juez tiene una gran responsabilidad y será fundamental que su resolución se apegue estrictamente a la ley, lejos de presiones políticas y de coyunturas.</p> <p>ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN EDITORIAL</p> <p>ALEJANDRO: Lo feo de la semana es el caso que envuelve al grupo PROVIDA primero por la falta de equidad en la asignación de 30 millones de pesos de recursos públicos a PROVIDA que originalmente estaban destinados a programas de prevención de VIH SIDA (EN OFF) Y segundo por los presuntos malos manejos que le dio en PROVIDA a ese dinero, lo irregular y lo sospechoso de este caso está desde su origen cuando en Diciembre del 2002, el entonces diputado panista Luis Pazos desde su cargo de Presidente de la comisión de presupuesto de la Cámara de Diputados autorizó la asignación de esos 30 millones de pesos a PROVIDA, lo hizo sin la aprobación del pleno de los Diputados. Hoy Luis Pazos, actual director de BANOBRAS, enfrenta una solicitud de juicio político por este caso. Por su parte organizaciones civiles han denunciado que PROVIDA hizo malos manejos de esos recursos públicos</p>

²⁶ Blanco y negro

IMÁGENES DE LENCERÍA Y ARTÍCULOS DE BELLEZA FEMENINA, AUTOS LUJOSOS Y MANSIONES CORTE A	beneficiando a empresas e incurriendo en gastos que no corresponden a la realidad como la compra de ropa interior femenina y artículos de lujo.
IMÁGENES DE LA SECRETARÍA DE SALUD	a lo que la Secretaría de Salud respondió exigiéndole a PROVIDA que le devuelva los 30 millones de pesos y además rescindió el convenio de colaboración que celebró con PROVIDA el escándalo llegó a la Comisión Permanente del Congreso que han llamado al Secretario de Salud a comparecer y a explicar estos presuntas irregularidades y ha aprobado la creación de una comisión de legisladores para que investigue el caso.
IMAGEN DEL SECRETARIO DE SALUD	ENTRA INSERT DE AUDIO ORIGINAL DE LA SENADORA YOLANDA GONZÁLEZ: Se solicita asimismo a la auditoria superior de la federación que agilice el estudio de la cuenta pública correspondiente al ejercicio del fiscal 2003 en lo que se refiere a la asignación y ejercicio de recursos para las actividades de PROVIDA.
CORTE A ENTRA INSERT DE YOLANDA GÓNZALEZ, SENADORA. UBICADA EN EL PODIO DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS.	ALEJANDRO: Es urgente que se investigue y se deslinden responsabilidades, los más afectados por todo esto son los enfermos de VIH y sus familias y que parte de esos 30 millones estaban destinados a las casas hogar que los atienden.
CORTE A M.S DE ALEJANDRO CACHO	ENTRA LEIT MOTIV
ENTRA CORTINILLA DE LO BUENO, LO MALO Y LO FEO FADE OUT	FADE OUT

6.2. EL COMENTARIO

El comentario es un género periodístico que tiene su antecedente en la columna del periodismo escrito, se le define como el artículo de opinión en cual “se hace un análisis e interpretación de los hechos concretos o de situaciones generales, y es efectuado y presentado por un especialista en el tema de que se trate.”²⁷

El comentario es el género periodístico que con una frecuencia determinada, interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos. “El columnista (comentarista) escribe sobre asuntos conocidos, pero a los cuales no se les ha prestado la debida atención; o bien se interesan por relatar alguna experiencia personal y para hacerlo aprovecha un suceso noticioso”²⁸

El comentario es un artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo, valorativo con una finalidad idéntica a la del editorial. Se diferencia básicamente en el comentario en que es un artículo firmado y su responsabilidad se liga tan sólo con el autor del trabajo. El comentario en TV se caracteriza por ser un espacio leído o interpretado por su propio autor: algo equivalente al artículo firmado de un periódico. Algunos especialistas llaman a estos espacios tribunas, sobre todo cuando el comentario se centra en temas políticos.²⁹

El comentario es un género que supone una interpretación de las circunstancias, antecedentes y repercusiones previsibles, una contextualización del hecho, de las opiniones o de los datos. Se profundiza en aquellos temas de mayor repercusión a juicio del comentarista. “El comentario no es sólo una opinión, sino también una mirada desde un punto de vista determinado, una penetración distinta a la que la rápida cadencia de los hechos somete a los relatores de los acontecimientos, una reflexión a cierta distancia que permita observar la realidad en su conjunto más que en sus escenarios particulares”³⁰

Para Alberto Dallal el comentario “es un espacio regular, localizable para el espectador, a través del cual el comentarista revisará los acontecimientos que le interesan a la comunidad”³¹

De acuerdo con Lorenzo Gomis comentar es “meditar, aunque tenga por objeto lo que acaba de ocurrir o está ocurriendo aún. El comentario se sitúa a cierta distancia del hecho y esboza una reacción ante él, una respuesta que puede tomar la forma de una acción o quedarse en un juicio”³²

²⁷ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 56.

²⁸ Susana. González Reyna, *Op. cit.* pág. 93.

²⁹ Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 272

³⁰ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 56

³¹ Alberto Dallal, *Lenguajes Periodísticos.* pág. 53.

³² Lorenzo Gomis, citado por Mariano Cebrián *Op. cit.* pág. 56

En suma, el comentario es el género periodístico que interpreta, explica y critica a la noticia; y a diferencia del editorial, el comentario es responsabilidad del comentarista, es decir, es de carácter personal y no institucional.

En otras palabras, el comentario no admite bajo ninguna condición el anonimato, sino debe identificar al comentarista por lo que se exige su presencia a cuadro para que el auditorio lo reconozca. Este rasgo va a permitir que el columnista establezca una comunicación más personal con el público, de menos formalidad que el editorial, y que en un momento dado pueda proporcionar momentos de recreación.

Al igual que la columna, el comentario cuenta con ciertas características que lo van a diferenciar de otros géneros de opinión, y estas son:

- a) Nombre fijo: El comentario tiene por lo general un título que lo identifica. Algunos ejemplos son “En la opinión de...”, “Nombres y nombres”, “Alta definición”³³, etcétera.
- b) Lugar fijo: El comentario aparece regularmente en el lugar que se le ha destinado dentro del informativo. Hay algunos noticiarios que los programan seguido de la nota de la que se va hacer alusión en el comentario, o en su defecto se encuentran al final de la emisión con el propósito de separarlo de la parte informativa.
- c) Periodicidad: De acuerdo con los fines y características del medio televisivo se fija a los comentarios una determinada periodicidad. Hay comentarios diarios, terciados y semanales.

Cabe señalar que el comentario es elaborado por lo general por una misma persona, aunque hay ocasiones que el espacio que le dedica la televisora para la difusión de un comentario es compartido por varios comentaristas, y lo único que tienen en común son el nombre, lugar y periodicidad fija³⁴.

CLASIFICACIÓN

Por lo que se refiere al contenido, los comentarios abordan los más variados temas: políticos, económicos, sociales, culturales, etc. En cuanto a su estructura podemos encontrar en la televisión mexicana tres tipos de comentarios:

El comentario de información: En este tipo de comentario se le ofrece al espectador datos, información, que no eran conocidos antes. Es pertinente señalar que aquí no es un reportero quien proporciona la información sino un especialista que por su desarrollo profesional se ha ganado un espacio fijo dentro del noticiario.

³³ En el anexo 1 en donde se señalan las secciones de comentario de cada uno de los diferentes noticiarios de televisión abierta.

³⁴ Tal y como sucede en el noticiario de López Doriga en su sección “En la opinión de...”

Se le denomina de esta forma porque predomina la información sobre la opinión o ésta se infiere por la manera en que el comentarista trata la información. (Véase ejemplo 1)

El comentario de personalidades: En éste el comentarista se ocupa de todas las personalidades de la comunidad que destacan en algún momento o por algún motivo. Así, puede referirse a los funcionarios públicos, a los deportistas ganadores de un premio o a los artistas famosos. En suma, se ocupa de toda aquella persona que resulta interesante para los televidentes. (Véase ejemplo 2)

El comentario de opinión: En éste el columnista, además de informar, enjuicia, critica y opina sobre la información que ofrece.

Se distinguen dos grandes grupos de comentarios de opinión:

- Comentario que trata de un solo tema. (Véase ejemplo 3 y 4)
- Comentario en el que hay un tema principal y varios subtemas (Véase ejemplo 5)

Es pertinente decir que en el comentario de información predomina la forma expositiva sobre la argumentativa, en tanto que en los comentarios de personalidades y de opinión la argumentación es la que predomina y da sustento al comentario.

TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE COMENTARIOS

Es pertinente señalar que no cualquiera escribe un comentario; debe de tratarse de periodistas especializados en algún área, quienes tienen a su cargo la interpretación de los hechos para explicar al público sus causas y consecuencias; sus opiniones son producto de análisis minuciosos, estudios profundos y de la experiencia adquirida. El comentario es elaborado por un experto, por un especialista, de una autoridad en la cuestión a tratar.

El comentario es la opinión de un especialista, no de la emisora, aunque, claro está, cuando la emisora elige a sus comentaristas es porque no están muy distanciados de sus principios y de sus interpretaciones.³⁵

Los comentarios suelen efectuarse de dos modos. Uno mediante comentaristas permanentes que se encuentran dentro de la emisora y manifiestan su opinión respecto a los diversos acontecimientos noticiosos. Por otro lado, tenemos a aquellos comentaristas que son convocados de acuerdo con el tema a tratar, esta segunda modalidad tiene su ventaja pues así la televisora, muestra de esta forma, diversas personalidades que representan las diferentes tendencias políticas, sociales o económicas.

³⁵ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 57.

La función del comentarista es dar su visión, contextualizar los hechos en sus relaciones con otros anteriores o simultáneos, prever sus consecuencias y, en suma, interpretarlos. Es un especialista del tema que trata: político, económico, literario, deportivo, etcétera.

Su especialidad les permite a los comentaristas efectuar una selección y una valoración y, consecuentemente, una mejor presentación de las cuestiones de su especialidad. “El comentarista es aquel que, poseyendo todos estos dominios de la noticia, tiene además una capacidad analítica global”³⁶

Si bien es cierto que el comentarista requiere de conocimientos del tema, también debe tener la habilidad para proyectar una personalidad fuerte y atraer al público, simpatizar con él y mantener su atención.

Ahora bien, en cuanto a la selección del tema a tratar en el comentario es conveniente señalar que no todos los hechos necesitan un análisis o, aunque lo necesiten, no pueden ser analizados con la misma profundidad en todos los noticiarios, ni todos los días. El comentario sobre un tema supone ya una valoración del interés que suscita en la redacción o en el público. El comentario puede referirse a más de un tema, particularmente cuando exista, o el experto aprecie, una interrelación de varios temas.

En otras palabras “el comentarista goza de amplia libertad temática para expresar sus puntos de vista, para defender o atacar una idea y para alabar o censurar el comportamiento de los individuos y de los grupos sociales”.³⁷ Por lo que la selección del tema le compete única y exclusivamente al comentarista, en ocasiones el jefe de redacción le solicita que se hable de un tema particular, pero esto es esporádicamente.

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CONTENIDOS

La estructura del comentario es variable puesto que este género es el más personal y libre de todos; cada comentarista va a integrar su artículo como más conviene a la información con que se cuenta y al propósito de sus comentarios.

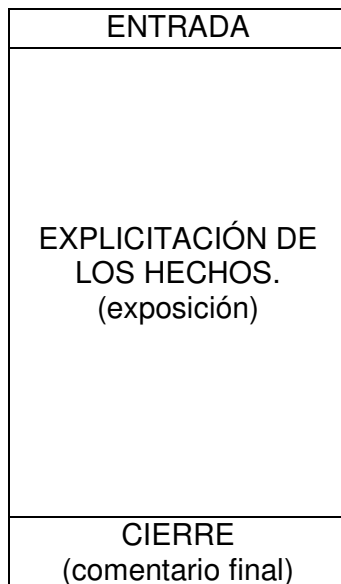
No obstante, existen distintas opciones para redactar un comentario:

- 1.- El comentario esencialmente informativo, en donde predomina la información del suceso, pero al final se incluye algún comentario para lograr el efecto opinativo de todo el texto.
- 2.- El comentario de opinión en el cual sólo se usa la información para referirse al suceso, de manera que el texto está compuesto por los juicios del comentarista.
- 3.- El comentario que va mezclando la información con los comentarios.

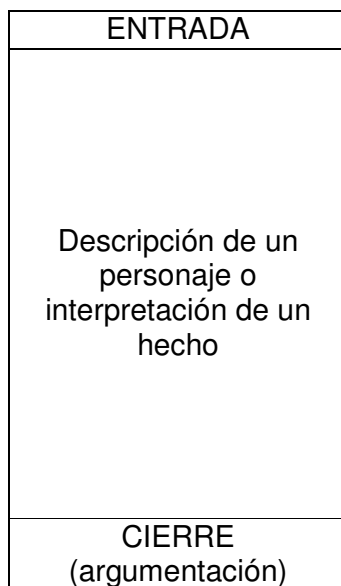
³⁶ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.*, pág. 58.

³⁷ *Ibidem.* pág. 93.

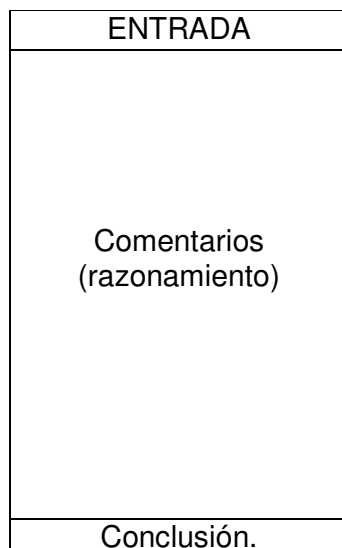
Para una mejor comprensión de lo antes expuesto veamos los siguientes esquemas.



a) Modelo del comentario esencialmente informativo. (Véase ejemplo 1)



b) Modelo del comentario esencialmente descriptivo. (Véase ejemplo 2)



c) Modelo de la forma argumentativa del comentario. (Véase ejemplo 5)

PRESENTACIÓN Y REALIZACIÓN DEL COMENTARIO.

Como se ha señalado hasta el momento, el comentarista es quien selecciona el tema y la estructura que mejor le parezca para presentar su artículo. Pero, para una mejor redacción de su texto se recomienda que siga el procedimiento de acción temática que consta de los siguientes pasos:³⁸

- a) Selección y tratamiento del tema.
- b) Análisis lógico de las diversas facetas del tema
- c) Opinión del comentarista
- d) Conclusiones, recomendaciones y propuesta de solución al problema planteado.

Esto en cuanto a estructura se refiere, con respecto al contenido se sugiere que el comentarista:

- 1.- Se refiera a un tópico de interés colectivo ya sea internacional, nacional, regional, que esté en boca de toda la comunidad.
- 2.- Emplear un lenguaje que sea accesible a todo el público y en la medida de lo posible evitar tecnicismos, cuando se requiera emplear uno se debe de explicar para su mejor comprensión.
- 3.- El estilo del comentario debe ser coloquial, dando la apariencia de que fuera un diálogo entre dos amigos que están conversando sobre un tema de interés nacional. No caer en lo vulgar.

³⁸ Cfr. Romeo Figueroa, *Op. cit.* pág. 274

4.- No debe ser leído, debe dar la impresión de que es algo espontáneo con el fin de lograr mayor aceptación en el público.

5.- Hay que dominar el tema del que se hace alusión en el comentario

6.- Los nombres, las cifras, las fechas y los detalles dan fuerza al comentario pero no se debe abusar de ellos. Pues no hay que olvidar la fugacidad del medio, por lo que hay que ser directos con lo que uno quiere decir.

7.- La redacción del contenido debe ser directo, veraz y serio. Esto no excluye que a veces se emplee un poco de humor quizá para satirizar el objeto en cuestión y llamar la atención del público.

Para la presentación del comentario, hoy en día lo más común es que sea grabado, aunque hay algunos espacios informativos que prefieren que el comentarista sea quien acuda al estudio y lea en vivo su comentario.

Al igual que el editorial, la técnica de realización del comentario es similar, se redacta el texto y este es capturado en el teleprompter, para que el comentarista lo pueda leer y de la apariencia de que está diciendo de manera espontánea.

Al respecto Martínez Albertos señala que el comentarista debe ser “sugestivo, sencillo, natural, claro y breve. El comentarista debe estar dotado de cierto encanto fotogénico”³⁹ para que no se vea rígido frente a la pantalla, por lo que se debe mostrar más suelto a la hora de realizar su comentario para que se vea más ágil y dinámico.

Cabe señalar que en televisión lo que interesa es la imagen del comentarista, pues no hay que olvidar que este género es de carácter personal por lo que es ineludible prescindir del comentarista. “Es absurdo ofrecer el comentario en off, cuando en el comentario lo que interesa son los matices de la voz, de los gestos de quien habla. En el comentario, el valor informativo es el autor. Es la imagen humana, la del intérprete de los hechos”⁴⁰ Por lo que es necesario que salga a cuadro para que el público lo pueda identificar. (Véase ejemplo 2 y 3)

Por otro lado es pertinente señalar que sobra el empleo de los recursos sonoros como música o efectos pues lo importante es la voz del comentarista, es decir, la voz es el elemento principal del comentario televisivo. Por último es recomendable que el comentarista se encuentra ubicado en una toma cerrada y en un fondo con tonos serios, pues no se busca distraer la atención del espectador con otros elementos.

Por lo que la imagen y la voz del comentarista son los elementos que integran la presentación del comentario, aunque hay ocasiones en que durante el comentario se llega a dividir la pantalla, por un lado seguimos con la imagen

³⁹ Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 204

⁴⁰ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 63

del comentarista y por el otro se muestran imágenes, gráficos, letras o dibujos que vienen a reforzar o a ilustrar lo que se está diciendo. No obstante, la imagen del comentarista siempre se encuentra presente durante todo el comentario. (Véase ejemplo 1 y 5)

La presencia permanente del comentarista en pantalla ha dado pauta para que algunos manifiesten que se hace uso del “busto parlante” y que ello trae el empobrecimiento del lenguaje televisivo. Sin embargo, el busto parlante en este caso está justificado en el sentido de que se ve al comentarista no para llenar un espacio en televisión o ante la ausencia de imágenes se colocó al comentarista, sino lo importante es la presencia y la voz de éste.

El tan denostado busto parlante se destierra cuando es un mero recurso para cubrir la pantalla con algo, ante la ausencia de imágenes válidas de los hechos, pero no cuando ese busto es el protagonista del acontecimiento que se expone, de la interpretación de los hechos, de la información. Deja de ser busto parlante para convertirse en cuerpo comunicativo, donde los movimientos del hablante adquieren máxima expresión⁴¹

La fórmula del busto parlante es preferible a cualquier otra por su autenticidad y porque ofrece menores riesgos de confusión para el espectador ante un espacio que se presenta claramente como de opinión subjetiva y personal del señalar que está en pantalla.

En este sentido el busto parlante cumple el propósito que es mostrar la visión e interpretación del periodista o analista de los hechos, el empleo de imágenes y efectos de sonido salen sobrando para este género periodístico.

Para la presentación del comentario televisivo se debe tomar en cuenta la separación entre la información y el comentario. Para ello se requiere elaborar una cortinilla que indique al público el cambio de escenario o de situación, o bien la introducción por parte del conductor del espacio informativo quien anuncie la presencia en el estudio del comentarista.

El comentario se debe de ajustar a los tiempos que le asigna la televisora al comentarista, pero por lo general son de tres a cinco minutos.

En suma “la extraordinaria ventaja del comentario es que aporta al espacio informativo la ayuda del especialista, el escritor, el profesional de cualquier actividad que quiera reflejarse en el programa”⁴²

⁴¹ Mariano Cebrián. *Op. cit.*, pág. 64.

⁴² Martínez Albertos. *Op. cit.* pág. 515.

EJEMPLO 1. COMENTARIO INFORMATIVO

VIDEO

EMISIÓN: HECHOS NOCHE

FECHA DE TRANSMISIÓN: 18/08/04

CANAL: 13

M.S DE ALBERTO AGUILAR, EN LA PARTE INFERIOR DE LA PANTALLA APARECE EL NOMBRE DE LA SECCIÓN “**NOMBRES, NOMBRES**” Y EL NOMBRE DEL COMENTARISTA

SE UTILIZA UN EFECTO DE BARRIDO HORIZONTAL Y SE DIVIDE LA PANTALLA EN DOS EN EL LADO IZQUIERDO SE ENCUENTRA EL COMENTARISTA Y EN EL DERECHO APARECE UNA IMAGEN CON LOS MEDIOS DE TRANSPORTES QUE SE HACE MENCIÓN Y SUS PORCENTAJES

SE HACE UN EFECTO DE BARRIDO Y DESAPARECE LA IMAGEN. Y SOLO QUEDA EN M.S ALBERTO A. SE HACE UN EFECTO DE BARRIDO DE DERECHA A IZQUIERDA PARA DIVIDIR LA PANTALLA EN FORMA HORIZONTAL: DEL LADO IZQ. LA IMAGEN DE ALBERTO, DEL DERECHO HAY UNA IMAGEN DE UN CAMIÓN ELABORADO POR COMPUTADORA Y CON LETRAS BLANCAS DICE: “LAS MICROS SOBRE RUEDAS 20 AÑOS, 50 MIL UNIDADES” SE HACE OTRO BARRIDO Y DEL LADO IZQ. APARECE UNA IMAGEN DE UN CAMIÓN Y A UN LADO UN HOMBRE EN LETRAS BLANCAS DICE “HOMBRE CAMIÓN. 80%”

SE REALIZA DE NUEVO EL EFECTO BARRIDO, DESAPARECE DEL LADO DERECHO LA IMAGEN ANTERIOR Y EN SU LUGAR APARECE OTRA CON UN CAMIÓN Y A UN LADO CON LETRAS BLANCAS DICE : “REMODELIZACIÓN INEFICAZ 25 AÑOS” M.S SHOT DE ALBERTO AGUILAR

AUDIO

CON JAVIER ALATORRE

A LAS 22:00 HRS.

ALBERTO: Buenas noches, Javier, amigos cómo les va, buenas noches. Un *elemento nodal* del funcionamiento de la economía es *el transporte* y en lo que es comercio exterior son millones de dólares los que se mueven, considere que las exportaciones a los Estados Unidos superan los 150 mil millones de dólares y un 96% se realiza ya sea por ferrocarril o por camión, el grueso es por carretera, para ser exacto el 80%, 16% por ferrocarril, 2.2% por barco, y el 1.8% por avión. Pero pese a la importancia del auto transporte esta es lamentablemente otra actividad que no marcha a la medida de lo deseado. El parque vehicular tiene un promedio de 20 años de antigüedad. Datos de la Confederación Nacional de Transportes revela que en estos momentos se requeriría la eliminación de 50mil unidades que operan ya como chatarra, resolver la problemática de este rubro no es sencillo se requiere pues de muchísimo dinero, se calcula que para la renovación de la flota habría que invertir al menos unos mil millones de pesos in su facto , además el grueso del transporte está en el denominado hombre camión que opera una sola unidad. Hoy existen 250 mil camiones de carga y pasaje en el país, y de estas unidades 80% son del hombre camión. En transporte de pasajeros el 70% de las unidades operan en la llamada segunda clase también aquí son las empresas que han podido modernizarse son conocidas algunas de estas empresas: ADO, por ejemplo de Agustín Urita; ETN, de Rafael Herrera; Flecha Amarilla, de Roberto Alcántara, o Estrella Blanca, de Salvador Sánchez Alcántara; cuya circunstancia todavía es bastante complicada. El transporte de pasajeros la antigüedad incluso llega a 25 años, y aunque se ha implementado un programa de deschatarrización pues con las armadoras en donde participan las bancas, *el éxito* todavía ha sido *limitado*. Así que, en este rubro, también, también hay grandes retos. Así son las cosas Javier, amigos, buenas noches.

EJEMPLO 2. COMENTARIO DE PERSONALIDADES

VIDEO

EMISIÓN: EL NOTICIARIO CON
FECHA DE TRANSMISIÓN: 23/07/2004
CANAL: 2

ENTRA CORTINILLA DE
“EN LA OPINIÓN DE” EN UN FONDO
ROJO.

APARECE EN EL LADO IZQUIERDO
DE LA PANTALLA EN M.S ELENA
PONIATOWSKA, EN UN FONDO
INTERLINEADO DE BLANCO Y
ROJO. EN EL LADO DERECHO HAY
UN SUPER EN LA PARTE SUPERIOR
DE LA PANTALLA QUE DICE “EN LA
OPINIÓN DE...” Y EN LA INFERIOR
HAY UN SUPER CON LETRAS
BLANCAS QUE DICE “ELENA
PONIATOWSKA”

APARECE CORTINILLA DE “LA
OPINION DE”

AUDIO

JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
22:00 HRS.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA
SECCIÓN “ **EN LA OPINIÓN DE**”

ELENA: Al abrir la puerta del baño, de la planta alta, de la famosa casa azul, que Diego Rivera mandó a clausurar y Lola Olmedo mantuvo cerrada con llave durante 50 años de 1954 al 2004 aparecieron empolvados y cubiertos de telarañas los vestidos de Frida Kahlo, su ropa de cama, manteles y carpetas, sus objetos personales, jeringas, medicinas contra el dolor y hasta una crema para la cara del año del caldo. Todo ello están ahora restaurando los expertos y es impresionante ver la belleza de los trajes típicos, la amplitud de los encajes bajo las faldas bordadas, los rebozos, hasta la prótesis con una bota de cuero rojo a la que Frida amarró un cascabel cuando le cortaron la pierna pocos meses antes de su muerte. Este espléndido tesoro que recibe la luz después de 50 años habrá de alimentar la fridomanía que convirtió a Frida Kahlo en la pintora más celebrada y desde luego en la máxima figura del arte mexicano.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA
SECCIÓN DE COMENTARIO.

EJEMPLO 3. COMENTARIO DE OPINIÓN

VIDEO

EMISIÓN: HECHOS NOCHE

FECHA DE TRANSMISIÓN: 16/08/04

CANAL: 13

JAVIER ALATORRE PRESENTA A
ERICK GUERRERO.

M.S DE ERICK GUERRERO EN EL
ESTUDIO DE HECHOS. EN LA PARTE
INFERIOR DE LA PANTALLA
APARECE EL HORARIO Y EL SUPER
CON EL NOMBRE DE ERICK
GUERRERO ANALISTA FINANCIERO

AUDIO

CON JAVIER ALATORRE

A LAS 22:00 HRS.

ERICK: Buenas noches.

Si algo demostró la impresionante mega
marcha en contra de los secuestros y la
inseguridad es que los ciudadanos
tenemos capacidad para jalarle las
orejas a las autoridades para obligarlos a
corregir el rumbo. Es verdad que hubo
algunos grupos de ultra derecha que
intentaron lucrar políticamente con la
marcha, desde luego que sí amigo
televidente, pero la necesidad de cambio
es tan grande que fracasaron grupos como
el "Yunque", "La plancha", "La manga
del muerto" cualquier otro que a usted
se le antoje quedaron total y
absolutamente rebasados porque se trata
de un movimiento legítimo y a partidista.
algunos senadores hablan ya de la
posibilidad de convocar a un periodo
extraordinario de sesiones para aprobar
reformas importantes en materia de
seguridad y justicia, a estos señores
quiero decirles que más les vale que así
sea, que se pongan a trabajar pues ya, por
que según las encuestas existe la
esperanza de que la marcha ayude a
mejorar las cosas, el periodo de gracia
que dan los encuestados es de un
máximo de seis meses para que se
pongan de acuerdo, esto significa que de
aquí a diciembre no hay acciones
contundentes que vayan mas allá de la
simple captura de una que otra banda de
delincuentes entonces la situación se
podría ponerse color de hormiga, habría
más pretextos para la ingobernabilidad y
la violencia. Todos sabemos que el
mundo de la polaca esta muy
desprestigiado , pues bien señores
priístas, panistas y perredistas tienen
ahora la magnifica oportunidad de
sacudirse un poco del lodazal que lo ha
salpicado a todos ustedes.
dejen ya de quejarse de su mala imagen y
hagan algo por mejorarla.
Soy Erick Guerrero Rosas, mi correo
electrónico es erick@tvazteca.com.mx

EJEMPLO 4. COMENTARIO DE OPINIÓN QUE TRATA UN SOLO TEMA.

VIDEO

EMISIÓN: EL NOTICARIO CON
FECHA DE TRANSMISIÓN: 19/08/2004
CANAL: 2

ENTRA CORTINILLA DE
“EN LA OPINIÓN DE” EN UN FONDO
ROJO.

APARECE EN EL LADO IZQUIERDO
DE LA PANTALLA EN M.S. RENÉ
DRUCKER, EN UN FONDO
INTERLINEADO DE BLANCO Y
ROJO. EN EL LADO DERECHO HAY
UN SUPER EN LA PARTE SUPERIOR
DE LA PANTALLA QUE DICE “EN LA
OPINIÓN DE...” Y EN LA INFERIOR
HAY UN SUPER CON LETRAS
BLANCAS QUE DICE “RENÉ
DRUCKER”

APARECE CORTINILLA DE “LA
OPINIÓN DE...”

AUDIO

JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
22:00 HRS.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA
SECCIÓN “**EN LA OPINIÓN DE**”

RENÉ: Como todos los años
recientemente se entregó el premio
Mexicano de ciencia, ese es el día como
en otros eventos similares donde se
saca a la ciencia del cajón de los olvidados
para presumir a través de palabras
huecas que al gobierno le preocupa la
ciencia, o como dijo Fox en su discurso
de entrega “ si la ciencia y el desarrollo
tecnológico promueven la generación
de riqueza, los países que no cuenten con
ellos estarán condenados a la pobreza”,
pues eso es precisamente lo que nos
ocurre a nosotros, fuera de los discursos
a la ciencia mexicana con el CONACYT
de hoy le ha ido pésimo, hay caos,
desorganización y acciones equivocadas,
se presume un aumento en el número de
científicos, pero ocupamos el lugar 80
entre 102 países en cuanto a
disponibilidad de científicos e ingenieros
y el CONACYT suspendió el programa
de repatriación de científicos mexicanos.
con este tipo de estrategias y otras
similares lo único que cambiará será que
en lugar de ser México un país en vías
de desarrollo, que se supone que es hoy
en día, pasará a ser uno sin desarrollo
posible.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA
SECCIÓN DE COMENTARIO.

EJEMPLO 5 COMENTARIO DE OPINIÓN EN EL QUE HAY UN TEMA PRINCIPAL Y SUBTEMAS.

VIDEO

EMISIÓN: VENTANA 22

FECHA DE TRANSMISIÓN: 18/08/04

CANAL: 22

ENTRA CORTINILLA DE **“ALTA DEFINICIÓN”**

APARECE ALVARO CUEVA DEL LADO DERECHO DE LA PANTALLA EN M.S. QUIEN SE ENCUENTRA EN UNA CABINA DE VIDEO DE LA TELEVISORA.

EN LA PARTE INFERIOR DE LA PANTALLA APARECE UN SÚPER CON FONDO AZUL Y LETRAS BLANCAS CON EL NOMBRE DE “ALVARO CUEVA ESPECIALISTA EN MEDIOS”

EN LA PARTE IZQUIERDA DE LA PANTALLA APARECEN TRES RECUADROS COLOCADOS DE FORMA VERTICAL EN LOS CUALES VEMOS IMÁGENES DE LOS DIFERENTES INFORMECIALES QUE APARECEN POR TELEVISIÓN ABIERTA. (SE MANTIENEN)

SALEN LAS IMÁGENES DE INFOMERCIALES

APARECE EN M.S ÁLVARO CUEVA.

ENTRA CORTINILLA DE **“ALTA DEFINICIÓN”**

AUDIO

CON: LAURA BARRERA.

ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN DE COMENTARIO

ÁLVARO: ¡Que dura está la crisis!, ¿verdad?, y si lo digo así en estos términos es porque de un tiempo a la fecha las grandes televisoras comerciales de este país se han convertido en un tianguis para la promoción de los peores productos y servicios que puedan existir, estoy hablando concretamente de estos ungüentos maravillosos que borran las cicatrices en dos segundos, de estos tratamientos sofisticadísimos que hace que uno adelgace 50 kilos en dos semanas, y por supuesto de estas líneas telefónicas de la gitana que lo sabe todo, de todo, de todo, y de las sexo servidoras disfrazadas de chicas buena onda que sólo quieren amistad. ¡Caray!, que triste que estos productos y servicios se estén poniendo tan de moda porque obviamente apelan a necesidades muy, muy básicas y lamentables de nuestra sociedad, y porque nadie en sus 5 sentidos se va a atrever a reclamar. O qué, ud. va ir con el fabricante para decir “es que tu producto para la disfunción eréctil como que no me siento bien” o “fíjate que tus cápsulas me tienen hecho un marrano en lugar de bajar de peso”, pues no, ¿verdad? le comento todo esto porque evidentemente estamos hablando de un fraude, en México la ley es muy clara “Los efectos negativos de un producto o un servicio son responsabilidad tanto del que los produce como del que los recomienda” y este tianguis de mala muerte tarde que temprano se tendrá que revertir sobre las grandes televisoras comerciales de nuestra nación, de mí se va a acordar

Y además se lo quiero decir por otro asunto que a mí me tiene muy irritado cuando se trata de un producto milagro claro que las televisoras comerciales ofrecen toda clase de facilidades, descuentos, pero cuando se trata de la promoción de la cultura de libros, de discos, exposiciones o conciertos ahí no, ahí es más caro, por que por supuesto se trata de publicidad de otro nivel, cómo ve, bonita nuestra escala de valores, ¿verdad?, por eso digo ¡Que dura está la crisis!

ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN DE COMENTARIO

6.3. LA RESEÑA CRÍTICA

Antes de explicar las características propias de este género es pertinente aclarar algunos aspectos. “La crítica es un tipo particular de reseña, que incluye una evaluación, pero la reseña no incluye a la crítica. La reseña es ejercida de ordinario por un redactor y su función consiste en informar y describir la obra, el acontecimiento o el espectáculo; la crítica es ejercida por el crítico que ejerce una función no sólo informativa y descriptiva, sino valorativa y orientadora.”⁴³

En otras palabras por reseña se entiende aquella actividad que realiza el periodista para describir de manera somera una obra o un espectáculo. El término de “reseña” proviene del latín *recensio* cuya traducción literal es descripción.

Al hablar de reseña no forzosamente se está hablando de crítica, motivo por el cual es necesario puntualizar que existen dos tipos de reseñas, y que cada una tiene un propósito específico. En primer lugar tenemos a la reseña informativa o como algunos autores la llaman reseña o nota descriptiva, y, por otro lado, se encuentra la reseña crítica.

La reseña informativa se desarrolla fundamentalmente en lo que se refiere a actividades bibliográficas y artísticas, eventos de tipo cultural. Consiste en elaborar descriptivamente el suceso, la presencia de un personaje, la situación o la obra sin pretender emitir una opinión y sacar conclusiones políticas o estéticas. En otras palabras “se trata de hacer una nota, un texto, una reseña, un registro, en el cual se dé fe un hecho, un acontecimiento de tipo cultural y en el cual se va a tratar de evitar el comentario personal. Se trata de registrar el fenómeno sin un número exagerado de elementos subjetivos ni de comentarios”⁴⁴

La reseña informativa es aquel género periodístico cuyo propósito principal es notificar al público sobre el contenido de un evento, espectáculo o una obra. En este tipo de reseña no se hace una valoración. Este tipo de texto no requiere de ninguna especialización puesto que la puede elaborar cualquier reportero. Un ejemplo de reseña informativa es la sección “Guiarte” que se transmite todos los jueves en el noticiario de Joaquín López Doriga.

Dado el enfoque que se le está dando al presente trabajo de investigación, no se profundizará más sobre la reseña informativa toda vez que el interés central consiste en estudiar a los géneros periodísticos de opinión, por lo que se ahondará más en la reseña crítica.

La crítica ofrece información de la publicación de una obra literaria, de pensamiento, de historia, de un estreno cinematográfico, de una representación teatral, de un concierto, de una exposición artística, etc., y de su autor e intérpretes. “La crítica se caracteriza, además, por ofrecer la interpretación y

⁴³ Jesús García Jiménez, *Op. cit.* pág. 169.

⁴⁴ Alberto Dallal, *Lenguajes Periodísticos.* pág. 54.

valoración del informador especializado sobre la obra. Es en parte información y en parte comentario. Nace de la simbiosis de las dos, pero no permite confundirlos⁴⁵.

Como señala Lorenzo Gomis: “El crítico dice si una obra es buena o mala y explica por qué. No nos basta saber en qué consiste una obra, de qué se trata, ni siquiera cómo está hecha, sino que necesitamos saber si está bien o mal, si el crítico recomienda que se vea y por qué razones”⁴⁶

Para Juan Gargurevich la reseña crítica es el género periodístico que “da cuenta a la vez que valora un evento de los llamados culturales, trátase de la aparición de una obra cinematográfica, literaria o del estreno de un espectáculo de cualquier tipo y que se publica en el diario con intención de orientar”⁴⁷

La crítica es el vehículo que utilizan los que denominamos críticos profesionales, críticos especialistas en determinada actividad o en determinada área del hacer humano. Estas notas o reseñas críticas están hechas por personas que se convierten, por medio del estudio o de la experiencia, en las personas idóneas para reseñar y comentar una actividad específica.⁴⁸

La reseña crítica tiene cierta semejanza con el comentario toda vez que es un especialista en el tema quien da su opinión al respecto, la diferencia radica en que el crítico se aboca más a eventos artísticos y culturales, en tanto que el comentarista se involucra más con temas políticos, económicos y sociales⁴⁹.

Otra similitud que tiene la reseña crítica con el comentario es que en algunos noticiarios el crítico llega a tener un espacio, un título y una periodicidad definida, pero esto no es el común, por lo que no se puede generalizar esto como una característica propia de la reseña crítica.

En suma, la reseña crítica es el género periodístico que tiene como propósito evaluar el contenido ya sea de una obra cinematográfica, teatral, literaria o de cualquier espectáculo. La redacción (elaboración) de este género recae en un especialista quien no sólo informa sino manifiesta una opinión con el fin de orientar al público para que vea o no una obra.

Ahora bien, no hay que confundir el género de la reseña crítica con los programas de crítica que aparecen en la televisión.

⁴⁵ Jesús García Jiménez, *Op. cit.* pág. 170

⁴⁶ Mariano Cebrián Herreros, *Op cit.* pág. 68.

⁴⁷ Juan Gargurevich, *Op. cit.* pág. 226.

⁴⁸ Alberto Dallal, *Op. cit.* pág. 55.

⁴⁹ Para mayor información, véase el anexo 1 en donde se puede apreciar en los resultados obtenidos en el monitoreo realizado, como los comentaristas hablan más de temas políticos y sociales; en cambio, los críticos se centran más en todo lo referente a las bellas artes (música, pintura, escultura, cine, teatro, danza, etc).

La televisión le ha dado tanta importancia a determinados aspectos de la cultura que han convertido el género crítica en la forma general de algunos programas. Pero no debe confundirse el género con el contenido de tales programas. Existen programas sobre arte, cine, letras, etc. Ahora bien, en estos programas además de ofrecer una exposición de las novedades con el juicio analítico de determinadas personalidades, se amplían los contenidos a otros factores para los cuales se acude a los reportajes, entrevistas o debates. Son programas de información general sobre un contenido cultural determinado que emplean diversos géneros, entre ellos la crítica.

Cabría señalar que los programas de crítica entran dentro de la categoría de los programas de revista que ya han sido explicados con anterioridad, en los cuales hacen uso de todos los géneros periodísticos, entre los cuales se encuentra la crítica.⁵⁰

A manera de resumen, las características generales de la reseña crítica son:

- Toda crítica constituye una opinión personal.
- La reseña crítica es elaborada por un periodista especializado en un área del conocimiento: arte, literatura, pintura, cine, etcétera.
- La crítica no sólo proporciona una información de la obra, sino enjuicia y valora el contenido.
- El objetivo principal de la crítica es resaltar los aspectos tanto negativos como positivos de la obra para que el público tenga una idea sobre la naturaleza de la obra reseñada.

CLASIFICACIÓN

La reseña crítica en televisión puede abarcar todo tipo de manifestaciones, creaciones y eventos, entre las que destacan:

RESEÑA LITERARIA: Es aquella en la cual se evalúa el contenido de una publicación; requiere de una lectura minuciosa y analítica del texto.⁵¹ Este tipo de reseña no sólo se limita a lo escrito sino también a los aspectos visuales tales como fotografías, portada, tipografía, títulos, subtítulos, entre otros.

Para elaborar el escrito de este tipo de reseña en primer lugar se debe proporcionar la información de la obra: datos biográficos o bibliográficos acerca del autor; nombre de la editorial, fecha de edición, número de ejemplares impresos, precio al público, lugar en donde se puede encontrar la obra, etcétera.

Luego, se describe a grandes rasgos el contenido de la obra, explicando un poco la temática, la época donde se desarrolla la acción y los personajes que intervienen. Para que después el crítico exprese su opinión respecto a la obra.

⁵⁰ Véase capítulo 3. Punto 3.2. La revista.

⁵¹ Crf. Susana González Reyna, *Manual de Investigación*. pág. 105.

Para este tipo de reseñas es pertinente que el crítico relacione el texto con su contexto, es decir, dentro de su escrito se debe hacer referencia si el tema de la obra es de actualidad o no, o bien si existen cierto comparativo con las circunstancias políticas, sociales, culturales, etc. La reseña literaria se puede observar en el programa “La dichosa palabra” que se transmite por el canal 22.

RESEÑA CINEMATOGRAFICA: Este tipo de reseña es la más común que se puede encontrar en la televisión mexicana, y en ella se hace una valoración de varios films, en ocasiones se trata de los estrenos que hay en la cartelera, de las muestras cinematográficas, festivales de cine, de las actividades de las academias de ciencias y artes cinematográficas e incluso se puede llegar a comentar sobre el making off (filmación de cómo se hizo y cómo fue su rodaje) de grandes películas.

Al igual que en la anterior se presenta una información general de la cinta tales como: actores, directores, guionistas, escenógrafos, efectistas e indicar el género al que pertenece la película.

Para este tipo de reseña el crítico va a explicar el argumento, claro sin revelar el desenlace de la obra, y la forma en que el director lo ha manejado. Si hay ritmo y dinámica en el desarrollo, si hay acción o es estática.

A su vez, va a juzgar la actuación indicando si hay una buena dicción y caracterización de los personajes; e indicar si los diálogos son acordes con la acción o son muy largos o en su defecto mencionar si el lenguaje es coloquial o se emplearon diálogos muy rebuscados.

En cuanto a los aspectos técnicos debe de mencionar la calidad de la fotografía, del sonido y de la iluminación; así como de la realización de los efectos especiales. Dependiendo del género determinará si es pertinente o no hablar del soundtrack de la película. (Véase ejemplo)

RESEÑA TEATRAL: En ella se hace una crítica sobre una puesta en escena, y sigue el mismo procedimiento que la cinematográfica.

El crítico “siente lo que su espectador individual quiere saber sobre la clase de obra que se representa, si podrá agradarle o no, y trata de decírselo precisamente en su reseña”⁵²

RESEÑA DE ARTE: Bajo este rubro se engloba a las reseñas críticas que se hacen en materia de danza y artes plásticas como la pintura y la escultura. Para elaborar este tipo de reseñas es importante que el crítico no sólo proporcione la información de la obra sino además debe tener una genuina comprensión del arte de que se ocupa, así como un conocimiento lo más completo posible de su historia y técnicas.

⁵² Fraser Bond. *Introducción al periodismo*. pág. 289.

Este tipo de reseñas se dirigen a un público muy específico, “se trata de exponentes profesionales y aficionados, de verdaderos conocedores, que esperan una crítica autorizada por un especialista en el tema”⁵³ es por ello que por lo regular se encuentran en los programas de crítica, en particular de los canales permisionados ejemplo de ello es el programa “Personajes y escenarios” que se transmite por el canal 22.

RESEÑA DE ESPECTÁCULOS MUSICALES: En esta se incluyen todos los géneros musicales, tanto del repertorio clásico de la ópera y la música sinfónica, como de la música popular y contemporánea. Además, se hace referencia sobre grandes conciertos, festivales y concursos nacionales e internacionales, en donde el crítico expresa su opinión manifestando si vale la pena o no ir al evento. (Veáse ejemplo)

RESEÑA DEPORTIVA: Dado de que el mundo del deporte ha adquirido gran relevancia, en la actualidad existen espacios destinados exclusivamente a hacer comentarios y críticas sobre este ámbito, de ahí que encontramos la crítica taurina, futbolística, automovilística, etcétera.

Este tipo de reseñas las encontramos en los programas deportivos, entre los que destacan “Los protagonistas” que se transmite por Tv Azteca y “Televisa Deportes”.

RESEÑA DE RADIO Y TELEVISIÓN: Este tipo de crítica tiene sus antecedentes en la prensa en donde especialistas dan su opinión respecto a los contenidos de ciertos programas de radio y televisión. El crítico ofrece su punto de vista respecto a las nuevas series, y de los programas más destacados del momento.

Hoy en día, en la televisión mexicana, es común encontrar programas que se dedican a criticar a las diferentes emisiones y por lo regular ocupan el horario vespertino de televisión abierta.

TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE LA RESEÑA CRÍTICA

Junto con el comentario, la reseña crítica es uno de los géneros periodísticos en donde el periodista tiene la libertad de expresar su opinión de la manera que considere conveniente.

Lo importante a señalar es que la persona que se dedica a realizar reseñas críticas debe de tener una formación y especialización en el tema que trate ya sea música, teatro, cine, pintura o danza. En otras palabras, el crítico debe tener un acervo amplio de conocimientos en el campo de que va a hablar, de ahí que existan especialistas críticos para cada uno de las áreas del que hacer humano. A su vez exige no sólo dominio del tema sino del lenguaje del medio televisivo para poder comunicar su opinión al espectador.

⁵³ *Ibidem* pág. 294.

En palabras de Mariano Cebrián: “La crítica exige una entrada en la obra, una recreación para su mejor comprensión y traslado de esa experiencia al público. Supone conocer los códigos del medio por el que se difunde el conocimiento o experiencia de la obra que tiene el crítico (...) un dominio del tema y un dominio del medio. El crítico es informador y especialista.”⁵⁴

Al respecto Jesús García agrega “El crítico ha de ser un profesional que conoce bien la naturaleza y recursos expresivos de estos medios. Por eso ha de expresar con precisión, elegancia, claridad y amenidad su opinión valorativa, de modo que pueda ser entendida por un público profano y, no sólo responder al gusto e interés del segmento de audiencia al que se dirige, sino estimularlo, cultivarlo y orientarlo”⁵⁵

La función principal del crítico es “informar y orientar competente y desinteresadamente; no sólo tiene a su público al corriente, por ejemplo, de los espectáculos, sino que, entre el montón confuso de incontables productos del mercado, sabe destacar lo que puede interesar al público”⁵⁶

El crítico es ante todo un espectador con las mismas emociones y gustos que sus eventuales espectadores, quienes idealmente deben ser los consumidores comunes y corrientes de la información periodística.

En cierta forma, el público delega en el crítico la responsabilidad de estar al tanto de las principales hechos culturales que aquél no puede atestiguar

El crítico al ser un especialista de la rama que le compete debe de tener la capacidad para discernir entre las obras que merecen ser reseñadas o no. Para ello, debe de estar pendiente de apreciar las creaciones de su país y de las extranjeras para que le sirvan de marco de referencia y apreciar la originalidad e innovación de las obras que se presentan.

En síntesis, el crítico es un especialista quien además de informar, analiza, enjuicia y valora una obra. Con el fin de orientar al público para que acuda a ver la obra o elija otra.

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CONTENIDOS.

Como la crítica constituye una opinión personal, la estructura, la temática y el orden de los contenidos estarán en función del juicio y talento del reseñador. Motivo por el cual no existe una norma o un patrón fijo a seguir.

No se pueden ni deben establecerse normas fijas para la crítica. Tanto en su estructura como en su orientación, la crítica depende de la naturaleza de la obra (libro, espectáculo, etc.), de su contenido, del medio, el programa y la franja horaria en que se difunde (canal temático de televisión, noticiario, franja de horario matinal o vespertino, edición

⁵⁴ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 69

⁵⁵ Jesús García Jiménez, *Op. cit.* pág. 172.

⁵⁶ Carlos Marín, *Manual de Periodismo.* pág. 307.

semanal, etc.) de la información, criterio, experiencia y gusto personal del crítico, de su conocimiento del medio para el que trabaja, del público al que se dirige, etcétera.⁵⁷

No obstante, a partir del monitoreo realizado se pudieron determinar algunos lineamientos generales para estructurar una reseña crítica.

1.- Información de la obra: En esta parte se presentan los datos técnicos y elementos que permiten identificarla, tales como: autor, género, fecha de creación, edición, representación o difusión, lugar, fecha y horas en que se exhibe al público, si cuenta con patrocinio y si es un reestreno, etcétera.

2.- Resumen o síntesis de la obra: Consta de realizar un esbozo general del contenido de la obra, resaltando los rasgos más característicos y novedosos. A su vez, si el crítico lo considera pertinente se puede hablar de los antecedentes de la obra, proporcionar datos del autor y establecer semejanzas o diferencias con sus anteriores producciones.

3.- Juicios y comentarios: Después de explicar el contenido de la obra, es prudente que el crítico manifieste su opinión al respecto, señalando los aspectos tanto positivos como negativos, con el fin de proporcionar al público los argumentos necesarios para que considere asistir o no a ver la obra.

De esta manera se obtiene el siguiente esquema:

ENTRADA
Información de la obra
Descripción del contenido
Análisis (comentario o crítica)
Conclusión

(Véase ejemplo 1 y 2)

⁵⁷ Jesús García Jiménez,. *Op. cit.* pág. 170.

PRESENTACIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Una vez que el crítico ha seleccionado la obra que va a analizar, se dispone a redactar el texto. El modo y el estilo, dependerá del talento del reseñador y su conocimiento del tema. Ya que como se ha mencionado no existe una receta para elaborar reseñas críticas, sin embargo se sugiere tomar en cuenta para su elaboración la estructura de la reseña (información de la obra, resumen o síntesis, y comentarios) que se ha explicado con anterioridad. Asimismo, se proporcionan los siguientes lineamientos para la su redacción:

- El crítico debe tener cierta afición por la rama artística elegida.
- La crítica debe de ser ecuánime, es decir, se debe de resaltar tanto méritos como defectos de la obra.
- Si bien es cierto que la crítica debe enjuiciar y valorar la obra, no hay que pasar por alto que se debe informar en primera instancia los datos del evento a reseñar.
- Para redactar una reseña crítica pueden servir como guía las siguientes preguntas: ¿de qué trata? ¿a qué género pertenece? ¿quién es el autor o director? ¿es actual? ¿qué aspectos relevantes hay en el contenido? ¿qué tal está? ¿es recomendable o no? ¿por qué?
- Se debe elaborar con la mayor honestidad posible, sin que el crítico se deje influir por los intereses de los propietarios o directores de los espectáculos.
- Los argumentos deben ser claros y precisos de tal manera que le permita conocer al espectador las razones por las cuales es o no recomendable una obra.
- El lenguaje a emplear debe ser claro y sencillo, evitar en la medida de lo posible tecnicismos.
- No hay que olvidar que el crítico es el mediador entre la obra y sus seguidores. Motivo por el cual siempre debe de tomar en cuenta al público al cual se va a dirigir.
- Debe de ser concisa y directa, debido a que el tiempo en televisión es restringido no hay que andar con rodeos, por lo que hay que ir directo al grano.
- No debe revelarse el argumento o el desenlace de la obra, el propósito es generar suspenso e intriga para que el espectador se anime a ver la obra.

Al finalizar el texto escrito, éste es capturado en el teleprompter para que el crítico pueda dar lectura del mismo frente a las cámaras.

Para presentar la reseña crítica en televisión se requiere de la presencia del crítico pues es él quien va a manifestar su opinión respecto a la obra o evento reseñado. Este género no permite el anonimato por lo que el público debe de conocer e identificar claramente al crítico, ya que se espera que éste diga cosas importantes, informadas y fundamentadas, de tal forma que el espectador tenga una noción sobre la naturaleza de la obra.

Por otra parte, es necesario contar con imágenes que permitan al espectador conocer un poco sobre el contenido y las características propias del evento. En otras palabras, para la presentación de la reseña crítica en televisión se requiere tanto del crítico como de imágenes⁵⁸ que apoyen o ilustren lo dicho por el especialista.

La crítica televisiva no es una mera exposición del busto parlante del crítico. La crítica exige su presencia en pantalla, pero también y, sobre todo, una presencia hasta donde sea posible de la obra para darse a conocer por sí misma. Como se ha señalado, no solo se ofrece sólo la información, es decir, la muestra de la obra, algo propio del género noticia. La crítica ofrece la obra y la interpretación de un especialista sobre sus valores para que sirva de guía al público en el conjunto de obras que aparecen diariamente en la sociedad⁵⁹

Además, hay ocasiones en que las críticas televisivas se apoyan de declaraciones tanto de los autores, productores o actores con el fin de que ellos mismos den cuenta al público sobre su propio trabajo. De esta forma el crítico no tiene necesidad de dar información o detalles de la obra, sino sólo se ocupa de valorarla y enjuiciarla, proporcionando los argumentos necesarios para determinar si es de calidad o de bajo nivel.

La forma más común de presentación de reseñas críticas consiste en presentar al crítico quien en primera instancia da una breve explicación sobre la obra, y durante el desarrollo y análisis de la misma se intercala con imágenes del evento; y al final aparece el crítico en donde manifiesta su punto de vista determinando si vale la pena o no ver la obra.

Existen dos formas de difundir las reseñas críticas: grabadas o en vivo. Para las reseñas que son grabadas, se hace primero la filmación del crítico y después en edición se realiza el montaje en donde se intercala los comentarios del crítico con las imágenes de la obra reseñada. En tanto, las que son realizadas en vivo, por un lado se cuenta con el especialista quien se encuentra en el estudio del informativo, y por el otro se cuenta con la cinta con imágenes que se van a proyectar durante la crítica, y mediante el switcher⁶⁰ se van intercalando las imágenes de la obra con las del crítico.

Es pertinente señalar, que el crítico al ser un conocedor del tema es quien determina cuáles pueden ser las mejores imágenes que pueden ilustrar o mostrar la obra. No obstante, hay algunos casos en los cuáles ellos no tienen esa libertad de escoger sus imágenes debido a que se encuentran limitados por las condiciones de los organizadores o directivos del evento, ejemplo de

⁵⁸ Las imágenes que son empleadas para la reseña crítica pueden ser de stock, las captadas por los camarógrafos de la televisora, provenientes de agencias noticiosas, fijas, etc. Las cuales han sido explicadas con anterioridad en la parte del editorial.

⁵⁹ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 70

⁶⁰ Switcher: aparato electrónico que sirve para mezclar y cambiar diferentes imágenes provenientes de diversas fuentes de video durante un segmento o un programa. A este procedimiento se le conoce como edición instantánea.

ello son las películas de estreno en donde se encuentran restringidos con las imágenes que la productora les proporciona.

Como se ha referido en los otros géneros, el tiempo de las imágenes debe ajustarse al contenido del texto del crítico, y al tiempo que le ha proporcionado la televisora. El tiempo de duración oscila entre los 3 y 5 minutos.

Por último, cabe mencionar que existen dos formas de difundir las reseñas, una en donde el crítico se aboca a una sola obra (véase ejemplo 1), o de revoltillo, en donde se hacen comentarios de varios eventos (véase ejemplo 2)

EJEMPLO 1. RESEÑA CINEMATOGRAFICA DE UNA SOLA OBRA

VIDEO

EMISIÓN: VENTANA 22

FECHA DE TRANSMISIÓN: 17/08/04

CANAL: 22

M.S DE LAURA BARRERA EN EL ESTUDIO. EN EL LADO IZQUIERDO DE LA PANTALLA APARECE UN RECUADRO QUE DICE "SALÓN ROJO"

ENTRA CORTINILLA DE "SALÓN ROJO" POR 10 SEG. Y SALE APARECE EN M.S EL CINEASTA JAVIER BOURGUES, EN UN FONDO NEGRO. APARECE UN SÚPER EN LA PARTE INFERIOR CON EL NOMBRE Y PROFESIÓN DEL CRÍTICO

SE HACE UN BARRIDO HORIZONTAL DE DERECHA A IZQUIERDA Y DESAPARECE EL CRÍTICO Y APARECEN IMÁGENES DE LA CINTA POR 10 SEG. SE HACE UN BARRIDO DE IZQUIERDA A DERECHA Y SE DIVIDE LA PANTALLA EN DOS DEL LADO IZQUIERDO SE ENCUENTRA EL CRÍTICO Y EN EL OTRO LA CINTA.

SE HACE UN BARRIDO DE DERECHA A IZQUIERDA, DE TAL MODO QUE SOLO SE QUEDAN LAS IMÁGENES DE LA CINTA POR 10 SEG.

SE HACE UN BARRIDO DE IZQUIERDA A DERECHA Y SE DIVIDE LA PANTALLA EN DOS DEL LADO DERECHO ESTÁ EL CRÍTICO Y DEL IZQUIERDO LAS IMÁGENES DE LA CINTA SE HACE UN BARRIDO DE DERECHA A IZQUIERDA Y QUEDAN LAS IMÁGENES DE LA CINTA POR 10 SEG.

SE HACE BARRIDO DE DERECHA A IZQUIERDA Y SE DIVIDE LA PANTALLA EN DOS. DEL LADO IZQUIERDO SE ENCUENTRAN LAS IMÁGENES DE LA CINTA Y DEL DERECHO EL CRÍTICO SE HACE UN BARRIDO DE DERECHA A IZQUIERDA Y SE QUEDA EN M.S EL CRÍTICO

ENTRA CORTINILLA DE SALÓN ROJO
M.S DE LAURA BARRERA

AUDIO

CON: LAURA BARRERA.

LAURA: Imagínese, el encuentro y la reconciliación entre un hijo resentido y un padre moribundo. De eso trata la película "Invasiones Bárbaras", un filme que recomienda el cineasta Javier Bourgues en "Salón Rojo"

JAVIER: Se llama invasiones bárbaras por una frase que aparece por ahí en la película este, y es una película muy interesante, Denis Arkanam un realizador canadiense, que es en cierta manera la continuación de una película que hizo alrededor de 15 años, inclusive con los mismos personajes, con los mismos actores, pero con 20 años ó 15 años después. SONIDO DIRECTO DE LOS DIÁLOGOS DE LOS ACTORES DE LA CINTA.

JAVIER: De hecho el título "invasiones bárbaras" tiene que ver con un poco de eso, por que en un momento dado dice que así como la otra película se llamaba "La decadencia del imperio americano" en esta Denis Arkanam insiste con que el imperio americano esta decayendo y una de las pruebas es que esta teniendo lugar "Invasiones bárbaras" al imperio. SONIDO DIRECTO DE LOS DIÁLOGOS DE LOS ACTORES DE LA CINTA.

JAVIER: En este caso se trata de una película que trata más de la muerte, y sobre la amistad y sobre el...digamos,(sic) sobre el cariño de amigos o de parejas, en estos casos de la muerte, en particular de la eutanasia.

SONIDO DIRECTO DE LOS DIÁLOGOS DE LA CINTA.

JAVIER: Es una película muy interesante, Llena de diálogos, muy inteligente, de un autor que ha hecho películas extraordinarias "Gestos de Montreal", "Amor y restos humanos", son películas de él, entonces sí la recomiendo mucho que la vayan a ver.

LAURA: Y la pueden comprar o rentar en DVD.

EJEMPLO 2 RESEÑA CRÍTICA DE VARIOS EVENTOS.(REVOLTILLO)

VIDEO

EMISIÓN: HECHOS SÁBADO.
FECHAS DE TRANSMISIÓN: 19/08/04
CANAL: 13

MEDIUM TWO SHOT DE GABRIELA
ALCALÁ Y JAIME GUERRERO.

CON EFECTO DE CHROMA KEY EN
PRIMER PLANO EN MS APARECE
FELIPE REYNA, DETRÁS DE ÉL
APARECE UNA CINTA DE PELÍCULA
CINEMATOGRAFICA EN LA QUE
EN CADA CUADRO HAY UNA
IMAGEN DE UNA PELÍCULA.
EN LA PARTE INFERIOR APARECE
UN SUPER CON EL NOMBRE DEL
CRÍTICO
ENTRAN IMÁGENES DE LA CINTA
"MATANDO CABOS" Y SE
MANTIENEN

POR MEDIO EFECTO LA IMAGEN DE
CINTA SE REDUCE Y SE
INCORPORA A UNA DE LOS
CUADROS DE LA CINTA DESCRITA
EN UN INICIO.

M.S DE FELIPE

POR MEDIO DE UN EFECTO LA
IMAGEN REDUCIDA DE LA CINTA
DE GARFIELD QUE SE ENCUENTRA
EN UNO DE LOS CUADROS DE LA
PELÍCULA ES AMPLIADA EN TODA
LA PANTALLA

AUDIO

CON: Jaime Guerrero y Gabriela Alcalá.

GABRIELA: ¿Y qué ver este fin de
semana? pues Felipe Reyna ya está listo
con las recomendaciones, adelante Felipe.

FELIPE: Gracias Gabriela, Jaime, y por
supuesto muy buenas tardes a todos
ustedes, vamos a iniciar con las
recomendaciones para este fin de semana

ENTRA UNA CORTINILLA

FELIPE EN OFF: Se estrena una nueva
película mexicana titulada "Matando
cabos", una comedia de humor negro en
la que participan Ana Claudia Talacón,
y Pedro Armendáriz, entre muchos otros,
buena película, entretenida, toca de
manera muy irónica el secuestro y hay
buenas secuencias de acción que fueron
por David Barred, quien trabajó con "El
hombre araña" y "Matrix Recargado".
El nombre no da mucha referencia con
esta cinta pero vale la pena verla, el
mensaje es como una venganza utópica
ante los secuestradores.
CHISPAZO MUSICAL.

FELIPE: Ahora bien, el gato gordo
anaranjado y flojo llegó a México y usted
lo puede ver en las salas cinematográficas
del país, por supuesto estamos hablando
de Garfield
CHISPAZO MUSICAL

VIDEO	AUDIO
SE MUESTRAN IMÁGENES DE LA PELÍCULA DE GARFIELD	FELIPE EN OFF: Por fin se estrenó ayer en todas las salas cinematográficas del país "Garfield, la película", el personaje animado que revolucionó las tiras cómicas en los años 80. El gato hace de las suyas en una producción millonaria. Los créditos estelares corren a cargo de Brad Miller, Jennifer Love Hewitt y Hill Murray como la voz de Garfield, un reto actoral muy complicado por tratarse de una animación
SALEN LAS IMÁGENES DEL FILM INSERT DE LA ENTREVISTA GRABADA CON JENNIFER LOVE	JENNIFER: Nos tomó un par de semanas acostúmbrenos. El primer día estábamos filmando y yo estaba examinando a Garfield, ya sabes acariciándolo y rascándolo, así que tuvieron que cortar. Se me acercó el director y me dijo: ¡Acabas de acariciarle el trasero a Garfield!
SALE INSERT Y ENTRAN IMÁGENES DE LA CINTA	CHISPAZO MUSICAL FELIPE EN OFF: Independientemente de los efectos especiales vale la pena ver a Garfield ya que sus mensajes seguramente serán inolvidables.
POR MEDIO DE UN EFECTO LA IMAGEN ES REDUCIDA Y SE INCORPORA A UNO DE LOS CUADROS DE LA CINTA DESCRITA EN UN INICIO.	CHISPAZO MUSICAL
ENTRAN IMÁGENES DEL ESPECTÁCULO DE MONSTER INC	FELIPE EN OFF: Si lo que usted busca deleitarse con un espectáculo sobre patines " Monster Inc. sobre hielo" le otorgará un buen rato de sana diversión. El mensaje de este show es la amistad y la aceptación de los unos a los otros. Una buena moraleja para los pequeños sin duda alguna. Costos, esto sí es más carito de \$180.00 a \$500.00 pesos.
SALEN LAS IMÁGENES M.S DEL FELIPE REYNA	CHISPAZO MUSICAL FELIPE: Así las recomendaciones para este fin de semana, regresamos con Gaby y Jaime, que pase una buena tarde.

6.4. MESA REDONDA

La mesa redonda y el debate son dos géneros que han sido poco tratados en la literatura periodística, no obstante dada la importancia que han adquirido se considera pertinente explicarlos.

Estos géneros son productos de la televisión, aunque surgieron de manera directa de las series radiofónicas de discusión, sólo que a la voz, se le añadió la imagen, es decir, su ingreso al medio audiovisual supuso el manejo de cámaras, iluminación, escenografía, etc; así, “los primeros programas de debate y mesa redonda fueron realizados por la televisión mexicana desde principios de los años cincuenta, caracterizándose desde entonces por la sencillez y el bajo presupuesto de su producción”⁶¹

Ambos géneros se caracterizan por confrontar la información de opinión. “Uno de sus objetivos es crear polémica y establecer diferentes puntos de vista en torno a un tema para que los espectadores se formen una opinión con base en un juicio crítico. Generalmente se invita a los especialistas en el tema y a los interesados”⁶²

Es pertinente señalar que la amplitud de la discusión para que el público obtenga un panorama amplio de los puntos más debatidos sobre una cuestión es bastante larga. “Son géneros que por sí mismos cubren el tiempo de un programa, se convierten en programas de media hora, una hora o más”⁶³

Tomando en cuenta esta concepción, se puede decir que el debate y la mesa redonda son géneros periodísticos de opinión por sí mismos, los cuales pueden ser empleados en cualquiera de los productos o programas del periodismo audiovisual: noticiario, revista o de investigación. Como se ha referido con anterioridad, dado que el debate y la mesa redonda requieren de un mayor tiempo para la exposición y confrontación de opiniones estos se han consolidado como programas unitarios, pertenecientes a los programas de periodismo de investigación.⁶⁴

Al respecto, Romeo Figueroa explica que: “el periodismo de investigación en televisión puede presentarse como actividad de mesa redonda o debate toda vez que el conductor debe dar cuenta plena de una tarea previa de investigación, apoyados por un equipo de colaboradores que suministren información de archivo, que analicen reportes, entrevistas y reportajes provenientes de otras fuentes, trabajo de análisis e investigación que permite enriquecer la presentación a la hora que los invitados se encuentran en el estudio”⁶⁵.

⁶¹ Héctor Zapata Ortega, *Op. cit.* pág. 140.

⁶² Mónica Gutiérrez González, *Manual de periodismo en Televisión.* pág. 42

⁶³ Mariano Cebrián Herreros, *Op cit.* pág. 276

⁶⁴ Las características de los programas o productos del periodismo de investigación se han explicado con detalle en el capítulo 3.

⁶⁵ Romeo Figueroa Bermúdez, *Op. cit.* pág. 298.

Una vez aclarado estos puntos, se procederá a explicar con detalle las características de cada uno de éstos géneros.

La mesa redonda es el género que congrega en torno a un tema a expertos para aportar su conocimiento y opiniones, dirigidos todos por un moderador. "De esta manera al público se le ofrece una profundización en torno a una cuestión de actualidad y que le concierne directa o indirectamente."⁶⁶

Al respecto Romeo Figueroa dice: "La mesa redonda asume por lo general, la forma de participación de dos o más invitados, a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o la deliberación de una cuestión determinada. Por lo común, los invitados son especialistas en el asunto que se va a exponer, examinar, discutir y proponer"⁶⁷

Más adelante agrega que en la mesa redonda hay siempre un comunicador que funge como conductor o moderador que coordina el programa, formula preguntas dirigidas a cada uno de los invitados, concede la palabra a los participantes, administra el tiempo y regula la duración de la intervención de cada uno, y tiene la responsabilidad de hacer las conclusiones a que se haya podido llegar al término del programa⁶⁸

Para Martínez Albertos la mesa redonda es el género que consiste en reunir a varios expertos en una misma materia para que dialoguen libremente en torno a un tema previamente señalado.⁶⁹

A partir de estas definiciones vamos a indicar las características de este género. En primer lugar, la mesa redonda tiene como propósito la libre exposición de criterios y puntos de vista relacionados a distintos temas del conocimiento. Para que exista un intercambio de opiniones y una pluralidad se requiere de varios participantes, hay autores que sugieren que sean entre seis y ocho.

Los participantes deben ser personas que dominen el tema del cual se va a hablar, es decir, no cualquiera puede ser partícipe dentro de una mesa redonda, sino que hay que ser un conocedor del asunto en cuestión. A su vez, hay que aclarar que para la mesa redonda no se requiere de personas con posturas antagónicas, sino más bien, se requiere de diferentes enfoques que permitan profundizar, explicar, prever consecuencias y aportar soluciones a los hechos abordados.

Otra de las características que deben reunir los participantes de la mesa redonda, es que sean capaces de poder expresar sus argumentos de manera ágil, fluida y sin titubeos, pues de nada serviría tener a un experto en la materia cuando éste no pueda desenvolverse con naturalidad frente a las cámaras de televisión.

⁶⁶ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 278.

⁶⁷ Romeo Figueroa Bermúdez, *Op. cit.* pág. 295-296.

⁶⁸ *Ibidem.* pág. 296.

⁶⁹ Crf. Martínez Albertos, *Op. cit.* pág. 501.

En tanto el moderador, quien a su vez es nombrado como conductor del programa, asume una serie de responsabilidades. En primera instancia, al no ser un especialista en los diversos temas de los que se abordan en las diferentes emisiones, requiere conocerlo mediante una investigación previa. Esta información le permitirá por un lado un mejor desenvolvimiento durante el desarrollo de la mesa pues de esta manera obligará a los participantes a centrarse en la temática y no salirse por la tangente; y por el otro lado, le permitirá introducir aspectos importantes del tema, en el supuesto de que los participantes no lo hayan tocado.

El moderador debe presentar el tema o asunto a tratar en la emisión señalando la importancia del mismo, a su vez, justifica la presencia de los invitados.

Durante la realización de la mesa redonda el moderador es la persona que se encarga de ceder la palabra a los participantes para que exista un diálogo razonado procurando que este no se convierta en un caos y que se le dé la oportunidad de hablar a todos, ya que cabe la posibilidad de que existan participantes que al estar frente a las cámaras tratan de monopolizar la conversación y se puede convertir en un monólogo. Por lo que el moderador trata de lograr un equilibrio en la participación de todos.

Asimismo, el moderador no debe exponer su pensamiento, ni su opinión. Ello no significa que no deje entreverla. Al finalizar el tiempo concedido para la mesa redonda, el moderador tiene la responsabilidad de hacer el cierre y destacar los puntos más importantes que surgieron durante la conversación con los participantes.

Lo anterior se aplica para aquellas mesas redondas en las cuales se cuenta con un moderador. Cabe destacar que durante el tiempo en que se efectuó el monitoreo para el estudio y la clasificación de los géneros, se pudo determinar la presencia de mesas redondas que no cuentan con un moderador, sino que entre los propios participantes se van rotando de manera indistinta para cumplir, hasta cierto punto, con las funciones del moderador tales como: presentar la o las temáticas a tratar, a sus compañeros, ceder la palabra, mandar a cortes comerciales, etcétera.

Prueba de ello es el programa “Primer Plano” que se transmite todos los lunes a las 10:00 pm. por el canal 11. En esta emisión no hay un moderador como tal, sino los participantes son los que se encargan de encaminar, perfilar, dirigir, la dinámica de la discusión de una forma ordenada.

Es por esto que no se pudo aseverar de una forma contundente, como lo hacen los autores consultados, que uno de los requerimientos de la mesa redonda es la presencia del moderador, cuando en nuestro país existen programas en los cuales no se cuenta con esta figura. Y no por ello implique que no se está cumpliendo con el objetivo de la mesa redonda, sino más bien son formas distintas de realizar el periodismo.

Como se mencionó al inicio de este trabajo de investigación, cada uno de los géneros tiene un propósito en particular, la forma y el estilo con que se presentan dependerá tanto del periodista como del contexto sociocultural del país (construcción del discurso). De esta forma se puede explicar las diferencias que hay entre la forma en que se realizan las mesas redondas en España y en México. Profundizar en este punto nos llevaría a otro tema de tesis, por lo que dejaremos hasta aquí esta cuestión.

En cuanto a la estructura de la mesa redonda se podría decir que es sencilla. El moderador o uno de los participantes hace una presentación del tema y de sus dimensiones, a su vez también se hace mención de los participantes; y se pasa inmediatamente a las intervenciones, en donde los participantes expondrán su posición y punto de vista frente a los acontecimientos de una manera clara y breve. El tiempo de los bloques en los que se desarrolla la discusión dependerá de la televisora.

La estructura de la mesa redonda se cierra con una síntesis de posiciones y de los argumentos. No se busca llegar a una conclusión, ni conciliar posiciones, ya que el objetivo principal de la mesa redonda es profundizar en torno a un tema de actualidad y que a partir de la exposición de los argumentos ofrecidos por los participantes, el televidente elabore una opinión personal o se adhiera a aquello que considere de mayor peso.

De esta forma se obtiene el siguiente esquema:

ENTRADA (Presentación del tema y de los participantes)
Exposición y análisis de los diferentes puntos de vista. (argumentos)
Cierre (Síntesis de posiciones y argumentos)

Las mesas redondas pueden abordar diversos temas, no obstante se busca hablar de los asuntos más relevantes del momento en el ámbito político, social, económico y cultural que acontecen en nuestro país y en el mundo. “Cuanto más atañe a la vida y acciones del auditorio, más interés despertará el tema”⁷⁰

⁷⁰ Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 278

Dada las características que ha adquirido la mesa redonda en nuestro país se puede clasificar de acuerdo a su presentación y a su contenido.

En cuanto a su presentación se puede decir que existen dos tipos de mesas redondas: En vivo o grabadas.

Respecto a su contenido hay:

- **Mesa redonda Monotemática:** Es aquella en la cual se aborda un solo tema o tópico. Ejemplo de este tipo de mesa es “Zona Abierta” que es transmitido todos los jueves a las 11:45 p.m. por el canal 2.
- **Mesa redonda Politemática:** En ella se habla de diversos temas, y para cada tratar cada uno de ellos se le concede un tiempo determinado. Ejemplo de este tipo de mesa es “Primer Plano” que se difunde todos los lunes en punto de las diez de la noche por el canal 11.

A este tipo de clasificación se le podría añadir aquella en la cual se toma en cuenta la figura del moderador, indicando que hay mesas redondas con moderador y sin moderador.

Para la elaboración de un programa de mesa redonda es imposible redactar un escrito o guión como tal, debido a que se desconoce cual va a ser la dinámica o el giro que puede dar la conversación y su desenlace. La falta absoluta de preparación puede llevar tanto a los participantes como al moderador a una discusión sin rumbo, y sin argumentos que puedan orientar la opinión pública.

Es por ello, que pese a que se desconozca la orientación de la conversación se sugiere que todos los participantes en la mesa redonda conozcan antes de la fecha del programa el tema y los tópicos que se van abordar, de tal manera que les permita realizar una investigación que les permita obtener datos y cifras que les den la pauta para profundizar y detallar más en un aspecto.

Una vez que se cuenta con los analistas y la investigación previa del tema a tratar, se da paso en la realización. Para este tipo de emisiones en ocasiones se llega a utilizar un material grabado con algunas entrevistas, encuestas, o una pequeña cápsula que introduce al espectador a la temática del tema, pero por lo general es el moderador o los participantes quienes proporcionan esta información.

Con esta información se estructura la escaleta que permite al realizador definir el tiempo de duración de cada uno de los bloques y el contenido que va a ver en cada uno de ellos (introducción al tema, desarrollo, conclusiones)

Para la realización de las mesas redondas se requiere de un foro o estudio de televisión en donde se encontrarán los participantes sentados frente a una mesa en la cual se va a llevar a cabo la discusión.

Es pertinente señalar que no se requiere de una gran escenografía puesto que lo importante es lo que se va a decir en la emisión, no tanto lo que hay detrás de ello. Por lo que se recomienda utilizar para el ciclorama o las mamparas colores neutros, serios, poco llamativos. Hay otro tipo de producciones que se inclinan por ocupar una escenografía más sencilla utilizando pequeños adornos como plantas, cuadros, pinturas, fotografías, etc., pero esa decisión le corresponderá al productor quien determinará cual de todas es la mas apropiada para su programa. En el caso del programa “Primer Plano” no cuenta con una escenografía como tal sino se ocupa una caja negra, y los participantes utilizan ropa del mismo color con el propósito de no generar ningún tipo de distracción en el espectador y que la atención se centre en el diálogo entre los participantes.

Las tomas o planos que se emplean con mayor frecuencia en este tipo de programas son las cerradas, predominando los planos medios y cerrados. Ya que si bien es cierto que lo que importa es lo que se dice, también cobra relevancia en este tipo de emisiones la forma en que son dichas las cosas; tonos, gestos, posiciones del cuerpo y las reacciones que tienen los participantes conforme se va desarrollando la acción. Las tomas abiertas sólo se ocupan al principio de la emisión ó cuando se manda a corte con el fin de ubicar a los participantes.

A su vez, es pertinente que durante el diálogo se deben incluir súpers en los cuales se indique el nombre del participante y su cargo, con el fin de que el televidente los reconozca a cada momento y en cada intervención, ya que las opiniones vertidas cobran un efecto distinto según quién las expresa y el tono con que las expresa.

Durante la realización del programa se debe de tomar en cuenta el tiempo tanto para las intervenciones de los participantes así como también del tema o temáticas a abordar. En este punto se debe de tener mucho cuidado pues de lo contrario puede ocurrir que las intervenciones de los participantes sean muy largas y no se llegue a un cierre adecuado, o en su defecto puede ser demasiado corto que no da tiempo de profundizar en el asunto. Lo ideal es que exista un equilibrio armónico entre cada una de las partes que conforman la estructura de la mesa redonda.

Las mesas redondas por lo regular son programas grabados o aunque pueden ser en vivo y tienen una duración aproximada de media a una hora. Dada la extensión que tiene este tipo de género se invita al lector a consultar los ejemplos que se han citado a lo largo de este apartado.

En suma, se podría decir que la mesa redonda es el género que reúne a diferentes especialistas de un tema en un estudio de televisión con el objeto de profundizar y crear polémica en torno al mismo.

6.5. EL DEBATE

El debate es el género periodístico que se caracteriza por la confrontación ideológica entre dos partes.

Emilio Prado concibe al debate como la “forma más viva de la polémica. En él se produce un enfrentamiento abierto de dos posturas contrapuestas. Del debate deben desprenderse los datos necesarios para justificar cada postura y, en consecuencia, para esclarecer el tema polémico”⁷¹

El debate busca la discusión, la controversia, la polémica. El debate tiene la particularidad, en su esencia, de oponer y confrontar posiciones argumentadas. Cuando se trata de exponer y argumentar sobre la mesa los elementos de un conflicto, el debate invita al programa a las partes en pugna para que ofrezcan razones sobre el problema desde su propia posición, y lo discutan.⁷²

Mónica Rangel define al debate como “aquella práctica argumentativa que tiene lugar en una dinámica de enfrentamiento, cuyo objetivo esencial es lograr el acuerdo y consenso del grupo mediante el mejor argumento”⁷³

Por lo anterior se puede definir al debate como una discusión acalorada entre personas que defienden distintos criterios, es decir, consiste en una confrontación de ideas con el fin de convencer al público sobre una postura determinada.

A diferencia de la mesa redonda en donde a los participantes no les interesa debatir un punto de vista o una idea, sino de explicar un tema mediante el intercambio de opiniones, en el debate consiste en la confrontación de dos posturas antagónicas.

En el debate hay dos o más personas enfrentadas por sus ideas o por tener formas de acción diferentes. Importa la diferencia de posiciones. Se trata de pensamientos y concepciones antagónicas de la vida y de la sociedad. Cuanto mayor sea la distancia entre las partes, más candente resultará el género. Se expone la posición de cada uno y se contrapone a la opuesta. Es, en el pleno sentido de la palabra, una confrontación⁷⁴

De acuerdo con los teóricos del periodismo no existe un tema en particular en el cual giren los debates, lo importante es que el tema elegido debe ser controvertido, polémico, de tal manera que llame la atención del público.

⁷¹ Emilio Prado, citado por Mariano Cebrián Herreros *Op. cit.* pág. 281.

⁷² Romeo Figueroa Bermúdez, *Op. cit.* pág. 298.

⁷³ Mónica Rangel Hinojosa, *Op. cit.* pág. 17.

⁷⁴ Mariano Cebrián Herreros. *Op. cit.* pág. 281.

A su vez, algunos autores hacen referencia de los debates *duros*, en los cuales se manejan aspectos de política y problemática social, y los debates *blandos*, en los cuales se tratan temas románticos y asuntos curiosos para la sociedad.⁷⁵

Existen diferentes propuestas para clasificar al debate, por un lado existen autores que realizan una tipología en función del número de participantes, en cambio hay otros que lo hacen de acuerdo con el tiempo que se les da para cada intervención. De esta forma se establece las siguientes modalidades de debate⁷⁶:

CLASIFICACIÓN DE ACUERDO AL NÚMERO DE PARTICIPANTES.

- a) **Debate interpersonal.** Son los programas denominados “cara a cara” o “frente a frente”, en donde se cita a dos personas opuestas con posturas, quienes realizan intervenciones preparadas dentro de un tiempo límite establecido por el moderador con anticipación. Tras las exposiciones, hay un tiempo para las réplicas.
- b) **De grupos:** Aquí se manejan dos ideas contrarias defendidas por grupos antagónicos de personas. El tamaño del grupo no está determinado y puede variar de acuerdo con la estructura.

CLASIFICACIÓN DE ACUERDO AL TIEMPO DE EXPOSICIÓN DE ARGUMENTOS.

- c) **Debate directo:** Es aquel que asume la relativa libertad de exposición para los debatientes. En este tipo de debate el moderador controla a su criterio el tiempo que a su juicio corresponde a cada uno y al mismo tiempo centra la discusión cuando alguno de los participantes se desvía, intencionalmente o no, del tema. Ejemplo de este tipo de debate podemos mencionar la emisión de “Oppenheimer Presenta” que se transmite los miércoles por el canal 2 a las 11:45 p.m. Cabe señalar que por el número de participantes también se puede considerar dentro del debate de grupos.
- d) **Debate programado:** Se caracteriza por la rigurosa administración del tiempo para los participantes. En ocasiones se realiza un sorteo para distribuir la sucesión de intervenciones. En estos casos, el moderador sólo se concreta a anunciarles los tres, cinco u ocho minutos y las rondas de intervenciones que configuran el tiempo total que tendrá cada expositor quien, a su vez, es dueño de cada segmento establecido previamente. Al final, el moderador les anuncia que sólo les queda un segmento de los minutos convenidos para que cada uno haga sus propias defensas y conclusiones.
El debate programado se da cuando se tiene el propósito de propiciar a la confrontación un rigor de orden y seguridad entre los participantes y para tener la certeza que debatirán en absoluta igualdad de condiciones.

⁷⁵ Crf. Monica Gutiérrez González, *Op. cit.* pág. 42 y Mariano Cebrián Herreros, pág. 281.

⁷⁶ Clasificación retomada de Mariano Cebrián Herreros, *Op. cit.* pág. 282, y Romeo Figueroa Bermúdez, *Op. cit.* pág. 298.

Este el caso del debate político que se da en las contiendas electorales, y que en los últimos años ha cobrado mayor importancia sobre todo cuando se trata de las elecciones presidenciales.

La estructura del debate es muy parecida a la mesa redonda, salvo que aquí el tiempo para la exposición de argumentos por parte de los participantes es más rigurosa y de que se le dedica espacio para la confrontación de ideas. De esta forma, se puede decir que la primera parte del debate consiste en la presentación del tema por parte del moderador y se pasa a ofrecer las posiciones discordantes y la presentación de las personas que están en pro o en contra de cada una de ella. Tras esta breve presentación, se entra directamente al debate donde se puede tomar dos vertientes, por un lado se hace la exposición de argumentos de cada uno de los participantes y después se pasa a la confrontación de argumentos (véase esquema 1); o inmediatamente de la presentación se entra a la contraposición de ideas (véase esquema 2).

Al final del debate se les solicita a los participantes que realicen una síntesis o un cierre breve y conciso de sus ideas. Pues al igual que la mesa redonda, en el debate no hay una conclusión, sino se deja que el auditorio deduzca sus propias conclusiones a partir de los argumentos expuestos.

De esta manera la estructura del debate puede ser de la siguiente manera:

ESQUEMA 1.

ENTRADA (Presentación del tema y de los participantes)
Exposición de los diferentes puntos de vista. (argumentos)
Confrontación y refutación de argumentos
Cierre (Síntesis de posiciones y argumentos)

ESQUEMA 2.

ENTRADA (Presentación del tema y de los participantes)
Confrontación de Posiciones. (argumentos)
Cierre (Síntesis de posiciones y argumentos)

Como se ha señalado hasta el momento para el debate se requiere de personas que sean especialistas en el tema presentado en el programa, o personas involucradas de una manera u otra en él a fin de exponer su testimonio. Por regla se seleccionan a las personas con distintos puntos de vista para generar una exposición nutrida de diversos criterios, de tal forma que enriquezcan el programa.

Este tipo de género, al igual que la mesa redonda impone cierta espontaneidad e improvisación entre los participantes. No obstante los participantes conocen previamente el tema sobre el que van a discutir y en general a sus contrincantes, o al menos los argumentos contrarios a los suyos.

“Los participantes tienen la libertad de expresar su opinión, pero debe ser lo suficientemente argumentada como para convencer al público, por eso se considera importante que, aunque sea un experto en la materia, se prepare con anticipación para el debate, y organice todas las posibles consideraciones y disertaciones sobre el tema.”⁷⁷ Otras de sus obligaciones es respetar el tiempo asignado a la participación de cada invitado, así como hablar sólo del asunto que se ha establecido previamente. Nunca debe llegar a las descalificaciones personales ni a los enfrentamientos físicos, ya que lo que importa son los argumentos no la agresión.

El debate es como una moneda que tiene dos caras, por un lado importan los argumentos y juicios que proporciona el participante; pero también, se debe tomar en cuenta la presentación personal, el modo de vestir, de hablar, de moverse e incluso mirar. En otras palabras para el debate importa tanto la comunicación verbal como la no verbal, pues la combinación de ambos permite al debatiente congratularse al público o no. “El debate hace

⁷⁷ Héctor Ortega Zapata, *Op. cit.* pág. 143.

posible exaltar las virtudes y defectos de los participantes y cada uno dibuja una imagen de su propia personalidad”⁷⁸

Mónica Rangel señala que “a través de signos visuales y verbales, como son el modo de hablar, moverse, mirar, gesticular, se establecen criterios de inclusión o exclusión a un cierto sector social”⁷⁹

Por lo anterior se puede decir, que para el debate implica una doble preparación para el participante pues debe cuidar por un lado su expresión corporal y por el otro su comunicación verbal, es decir, el qué dice y cómo lo dice.

Por otra parte, este género sí se requiere de un moderador quien es el que va a dirigir la discusión de una manera ordenada.

Con anterioridad hemos mencionado algunas de las funciones del moderador, a manera de resumen se exponen las más importantes.

- ✓ Hace una presentación del tema y de sus dimensiones, así como también justifica la presencia de los invitados.
- ✓ No emite opiniones ni críticas sobre el tema o los invitados, sólo coordina el programa para cederles la palabra.
- ✓ Controla la dinámica del grupo y evitar la expresión caótica, lo cual representaría un ruido de mensaje para el auditorio. En otras palabras, establece un orden e impone el respeto para la persona que esté hablando, con el objeto de que no se le interrumpa hasta que no haya concluido con su razonamiento.
- ✓ Propicia la fluidez libre y espontánea de los participantes y tender hacia un orden lógico de la exposición de argumentos para que la discusión cobre agilidad.
- ✓ Administra el tiempo y regula la duración de la intervención de cada uno de los participantes.
- ✓ Realiza preguntas aclaratorias sobre conceptos, ideas o posturas indefinidas o confusas expresadas por los invitados con el fin de lograr un mejor entendimiento para los televidentes
- ✓ Durante la realización debe concentrarse a identificar a los participantes por su nombre para que el público los reconozca.
- ✓ Resume las diversas aportaciones, sintetiza y respeta las diferentes posiciones.

Para evitar todo tipo de censura es recomendable que el debate se transmita en vivo y directo. En el supuesto de que no se pueda, la captación se hace en vivo, tal como se desarrolla, sin introducir posteriormente ningún tipo de montaje.

En cuanto a la realización del debate se debe efectuar en un estudio de televisión o en su defecto en un lugar que sea lo suficientemente amplio para que permita acomodar a los participantes y al equipo de producción.

⁷⁸ Romeo Figueroa Bermúdez., *Op. cit.* pág. 299.

⁷⁹ Mónica Rangel Hinojosa., *Op. cit.* pág. 20.

El debate se efectúa mediante una gran movilidad de las cámaras, pues el director de cámaras debe de estar pendiente para captar los gestos, expresiones y de cualquier detalle significativo tanto del expositor como de sus contrincantes. El plano más frecuente es el primer plano, combinado de vez en cuando con el plano general para recoger a los participantes y sus reacciones.

La escenografía por lo general se compone de tres partes: En cada uno de los lados se sitúan a los participantes y en el centro al moderador. Para el fondo se recomienda utilizar colores neutros con el fin de no generar distracciones, y se puede emplear algún decorado siempre y cuando haga referencia a la polémica.

En suma, “todos los elementos tienen que estar en función de una mayor concentración del público en el debate verbal y en el aspecto visual de los participantes para conseguir una polémica audiovisual en la que las personas se expresan de cuerpo entero. Importa la palabra, pero también el rostro de extrañeza o de ira que muestra el oponente ante tales palabras”⁸⁰

A manera de resumen se muestra un cuadro sinóptico con las semejanzas y diferencias entre la mesa redonda y el debate.

SEMEJANZAS

- Son géneros de opinión cuya finalidad es generar la reflexión del televidente sobre asuntos que de una u otra manera le afectan.
- Se estructuran a partir de un diálogo razonado y argumentado entre varios participantes para exponer su punto de vista a un auditorio.
- Generalmente se invita a los especialistas en el tema y a los interesados.
- Se centran en temas de actualidad.
- Se requiere de una investigación y preparación de argumentos previa al programa. No obstante, una vez que éste inicia todo transcurre con espontaneidad. (Se llega a improvisar)
- “Las opiniones llegan al público encarnadas por personas con sus peculiaridades y características individuales, su forma de expresarse y de comportarse en un coloquio. Es el mensaje particular del participante, su imagen y manera de comunicarse, lo que se transmite junto a la opiniones.”⁸¹
- Por lo regular se cierran con una síntesis de posiciones y de los argumentos, no buscan sacar conclusiones. Lo que se busca es que a partir de la discusión el televidente elabore de manera particular su propia opinión.
- Llegan a ser programas con una hora de duración

⁸⁰ Cebrián Herreros, Mariano. Op. Cit. Pág. 284

⁸¹ ibidem. Pág. 277

DIFERENCIAS

- El debate es una discusión acalorada entre personas que defienden distintos criterios, es una confrontación de ideas a fin de tratar de convencer al público; en cambio, en la Mesa Redonda no hay un interés por debatir un punto de vista o una idea, sino de explicar un tema mediante el intercambio de opiniones.
- El debate requiere de un moderador para que se pueda llevar a cabo, en tanto que la mesa redonda no.
- Para el debate se requiere de participantes con posturas antagónicas, en la mesa redonda no necesariamente.
- La mesa redonda está menos regulada por el tiempo, en cambio, en el debate el manejo del tiempo es uno de los factores fundamentales pues se le debe proporcionar el mismo tiempo de exposición y de réplica a los representantes de ambas posturas.
- En el debate además de hacer una exposición de los puntos de vista existe una confrontación entre los participantes

6.6. HUMORISMO TELEVISIVO

Bajo este nombre se le da cabida a las nuevas modalidades que ha adquirido la opinión periodística en la televisión mexicana.

El humor tiene sus antecedentes desde los juglares de la Edad Media donde contaban y cantaban los sucesos de su tiempo con una fuerte dosis de ironía, de humor. Entretenían a sus públicos mientras les informaban de los acontecimientos. En el periodismo impreso del siglo XVIII aparecen en Europa poesías populares satíricas ilustradas por dibujos alegóricos que representaban la visión pública sobre las costumbres, los actos de gobierno, los acontecimientos de privacía palaciega, etcétera.

La base del humor es la paradoja. Cuando una situación es contrastante se encuentra muy cerca de lo risible, de lo ridículo. El valor sorpresa es su espina dorsal. Pero este valor sorpresa no es exclusivo de la comicidad, sino también del drama y de la tragedia. Un chiste político que hace desternillar de risa a un opositor, ocasiona en el partidario estados de mal humor, ira, enfado⁸²

La broma, el chiste, la ironía y la sátira son los recursos del humor, y éstos han sido empleados en el periodismo escrito en la caricatura política o cartón de opinión, columnas y ensayos. Ahora, estos elementos han sido retomados por el periodismo televisivo para crear nuevas expresiones periodísticas, claro haciendo uso de los elementos del discurso audiovisual propios de este medio.

⁸²Raúl Rivadeneira Prada, *Op. cit.* pág. 248.

De esta forma encontramos dentro de los programas de información periodística espacios en los cuales no sólo buscan proporcionar la información noticiosa, sino critican, cuestionan y juzgan los hechos y las acciones de los protagonistas políticos y sociales de nuestro país a partir de la risa.

En otras palabras, se puede decir que el humorismo televisivo es el género periodístico que expresa una opinión, en el cual se hacen resaltar con exageración y humor, rasgos físicos, caracteres psicológicos de una persona, acontecimiento o de una situación en concreto. El humorismo televisivo, al igual que los demás géneros de opinión, parte de la noticia. Pero en esencia su propósito es burlarse de servidores públicos, funcionarios o de las acciones de gobierno o de partido.

El humorismo televisivo consiste en la presentación de hechos y de situaciones de actualidad e interés periodístico llevadas a lo absurdo e irónico. En apariencia se podría decir que es uno de los géneros más sencillos, pero en realidad es uno de los más difíciles pues se requiere de un profesional que no sólo conozca el ejercicio periodístico, sino además debe ser una persona capaz de cultivar el humor en su mensaje.

En palabras de Mario Kaplún, “un periodista que quiera cultivar el humor, tiene que estar bien dotado para ese género difícil... debe ser capaz de hacer humor con auténtica gracia y a la vez con contenido y con sentido crítico”⁸³.

Cabe señalar que el humorismo televisivo es uno de los géneros más novedosos que existen en la pantalla chica de nuestro país, y esto se debe en gran medida a los cambios políticos y sociales que se están dando a partir de las elecciones presidenciales del 2000, en donde se ha percibido en los medios de comunicación una mayor apertura, y han existido más espacios de opinión y debate que antes eran impensables ver en los diferentes medios. Es por ello que ahora podemos disfrutar de estos espacios en la televisión abierta.

El humorismo televisivo cuenta con diferentes formas de expresión que pueden ser a través de caricaturas, marionetas, de montaje o de la actuación; las cuales explicaremos con detalle a continuación.

6.6.1 CARICATURA POLÍTICA O CARTÓN DE OPINIÓN.

La caricatura o como algunos autores lo llaman cartón de opinión, tiene su origen en el periodismo escrito. Se define como “el retrato de cuerpo entero o del rostro de una persona (excepcionalmente de un grupo para destacar sus relaciones) de la que se exalta o destaca exageradamente algún rasgo físico definidor. En el cual se refleja la visión personal del dibujante”⁸⁴.

La caricatura es esencialmente un comunicado iconográfico impreso, de índole subjetiva mediante el cual se semantizan las interpretaciones de una

⁸³ Mario Kaplún, *Producción de programas de radio, el guión, la realización*. pág. 158.

⁸⁴ Mariano Cebrián Herreros., *Op. cit.* pág. 325.

realidad, desfigurándola deliberadamente. La crítica política, por este medio, tiene variantes que van desde el elogio y propaganda hasta la crítica acre pasando por formas parecidas al artículo editorial.⁸⁵

La caricatura es una irreverente forma de expresión, particularmente apta para burlarse de los “intocables” y de los poderosos. “Si el papel esencial de una prensa libre es el de servir como crítica al gobierno, la caricatura suele ser el filo cortante de ese criticismo”⁸⁶

Por otro lado se puede decir que es una “expresión gráfica, normalmente de carácter editorial, que presenta ridícula y grotescamente como protagonista a una personalidad afectada por el tema de que trata y que posee una gran fuerza en la formación de la opinión pública por exageración de sus rasgos físicos o profesionales”⁸⁷

En suma, se puede decir que la caricatura es un trazo o un dibujo que hace resaltar rasgos físicos y psíquicos de un personaje público, de forma irónica, a través del cual el periodista plasma su opinión respecto a diversos hechos de actualidad periodística.

Además, la caricatura se va a caracterizar por:

- Ser una exposición breve de una situación concreta, en pocos encuadres.
- No necesita guardar secuencia cronológica.
- Puede expresarse a través de una sola viñeta.⁸⁸
- Casi siempre son humorísticas.

El cartón de opinión es elaborado por un caricaturista quien debe ser una persona con una gran cualidad en el trazo, es decir, que sea capaz de plasmar los rasgos físicos de un personaje. Además, requiere de un basto conocimiento de los hechos de actualidad e interés periodístico, que son su material base para elaborar su dibujo.

Asimismo, el caricaturista debe contar con una gran capacidad de síntesis, pues tiene la responsabilidad de expresar una idea, o mejor dicho, una opinión en un par de viñetas.

De acuerdo con el *Washington Post*⁸⁹ el trabajo del caricaturista empieza leyendo el periódico y tomando las notas sobre los posibles temas. También se recopila información de otros medios de comunicación.

⁸⁵ Raúl Rivadeneira Prada, *Op. cit.* pág. 249

⁸⁶ *The Washington Post. La página editorial.* pág. 120.

⁸⁷ De la Mota Ignacio, H. *Diccionario de la Comunicación.* pág. 120.

⁸⁸ La viñeta es la representación pictográfica del mínimo espacio y/o tiempo significativo, que constituye la unidad de la caricatura. La viñeta esta conformada por dos elementos continente y el contenido.

El continente está formado por una serie de líneas que delimitan el espacio total de la página. La más frecuente es la rectangular, aunque también existen cuadradas, circulares, etc.

El contenido se subdivide en dos el verbal que se plasma en los textos y diálogos de los personajes a través de globos, y el icónico que son las imágenes que aparecen, planos y angulaciones de las cuales se han hecho referencia en el capítulo 1 de este trabajo de investigación.

⁸⁹ Cfr. *The Washington Post. La Página editorial.* pág. 122.

Una vez que se ha seleccionado el tema o la noticia de la cual se va a opinar, el siguiente paso es pensar qué es necesario decir, y luego el caricaturista le da una forma gráfica al pensamiento. Esto implica dibujar algunos bosquejos.

Posteriormente, los caricaturistas someten uno o varios esbozos al equipo de noticias quien es el que decide cual es la caricatura más apropiada para ese día.

Cabe señalar que este género fue empleado dentro de los noticiarios televisivos cuando se invitaba en el estudio a participar a un caricaturista de renombre, quien con ayuda de un pizarrón, un plumón o gis realizaba su dibujo; el cual era presentado ante las cámaras de televisión. Hoy en día, este género ya no es empleado en el periodismo televisivo, no obstante se hace mención de él toda vez que nos permite diferenciarlo de las otras modalidades del humorismo televisivo.

6.6.2 HUMORISMO A TRAVÉS DE MARIONETAS

El empleo de marionetas para expresar una opinión en televisión tiene su primer antecedente en "*Spitting Image*", un programa inglés de principios de los ochenta, y cuyo éxito se tradujo en la realización de diversas versiones en países como España, Francia e Israel. En México, los Peluches han creado su propio estilo que busca reflejar las tradiciones y costumbres nacionales, mediante la utilización del humor político⁹⁰.

Hoy, el público puede ver a los Peluches en los diferentes espacios informativos de Televisión Azteca. Esta emisora explica que **Hechos de Peluche** no es un noticiario, no es un talk show, no es un programa normal. Hechos de Peluche es un espacio diario dentro de los noticiarios de Hechos para comentar con humor y "mala leche" la nota principal del día. Y es que en **Hechos de Peluche** pensamos que nuestra misión es arrancarle una sonrisa reflexiva a todo aquel que observa aterrado cómo sus ahorros se hacen polvo, o cómo sus dirigentes, todos los días, siguen prometiéndolo y prometiéndolo. Hechos de Peluche es la caricatura editorial en la televisión, es la historieta llevada a la tele y, sobre todo, es una manera irreverente y divertida de entender y comentar todo lo que pasa en México y en el mundo⁹¹.

Sobre esta definición hay que puntualizar algunos aspectos. En primer lugar, a pesar de que en las marionetas se hace una exageración de algunos rasgos físicos de los actores políticos no se puede decir que es una caricatura, toda vez, que como ya se ha mencionado, una caricatura es un trazo, un dibujo el cual consta de una viñeta y de globos. En este caso no cuenta con estos elementos propios de la caricatura.

⁹⁰ Crf. En www.tvazteca.com. Fecha de consulta 30/08/04 a las 13:40 hrs.

⁹¹ *Ibidem*. página electrónica. www.tvazteca.com.

Es por ello que no se puede decir que es una caricatura, sino más bien, para la elaboración de este género se retoman algunos de las características del cartón de opinión las cuales en la medida de lo posible se acoplan al lenguaje televisivo.

Por lo anterior, se puede decir que a través de marionetas o muñecos se hace una representación resaltando de una forma chusca los rasgos físicos de los principales actores políticos y sociales de México y el mundo, quienes expresan una opinión en un tono de burla o mofa sobre asuntos de actualidad que generalmente tienen tendencia política.

Hechos de Peluche surge en el año de 1996, Hilda Soriano, productora ejecutiva de este espacio explica:

En ese año sale *Barriendo con la noticia* con Héctor Lechuga quien hacía una burla sobre los acontecimientos políticos y sociales del país. Debido a su estado de salud tuvo que salir del programa y se requirió de un espacio en donde se buscaba editorializar, hacer lo mismo que el cartón de opinión en los periódicos. Es de ahí donde Salinas Pliego me hace la petición de realizar un espacio en donde se opine pero con humor, y de esta forma nace Hechos de Peluche.

Esta producción comenzó con apenas dos muñecos de las caricaturas de los personajes más notables de la política de México, y hoy, las bodegas de los Peluches tienen más de 100 muñecos, entre los que se cuentan los presidentes de México y del mundo, políticos de todos los partidos, artistas, deportistas y hasta personajes de la picaresca popular como ambulantes, policías, niños pícaros y científicos locos.

Hechos de Peluche lo realiza un equipo de más de 30 personas entre actores, escenógrafos, guionistas, personal de producción, realizadores, etcétera. Y tiene una historia que se remonta al 4 de noviembre de 1996, cuando vimos por primera vez la luz con una tímida capsulita que llevaba como protagonista al ex procurador panista Losamo Gracias y a su subprocurador estrella Chafa Pesadilla.⁹²

Hilda Soriano explica que los Peluches por lo general expresan una opinión o un comentario acerca de los asuntos de actualidad periodística, por lo general aquellos que tienen tendencia política.⁹³ El tema es seleccionado por el consejo editorial que conforma “Los hechos de Peluche”.

Una vez que se seleccionó el asunto del que se va abordar en el espacio, los guionistas son los que se encargan de elaborar el escrito. Cabe señalar que el equipo de guionistas está integrado por periodistas y por caricaturistas que laboran en los diarios más importantes del país, por lo que se podría decir que no cualquiera redacta este tipo de escritos, sino son personas

⁹² Información proporcionada por Hilda Soriano en el programa especial de “10 años de Azteca” transmitido el sábado 2 de agosto del 2003 a las 10:00 p.m

⁹³ *Ibidem*

que tienen experiencia en el ramo del humorismo político.⁹⁴

En cuanto a la estructura y organización del contenido es sencilla, en primera instancia se hace una introducción al tema o asunto a tratar, después mediante los diálogos entre los personajes se presenta la crítica, y se concluye con un pequeño chascarrillo.

De lo anterior, se desprende el siguiente esquema (Véase ejemplo):

ENTRADA (Presentación del tema y de los participantes)
DESARROLLO (exposición de argumentos)
CIERRE (Chascarrillo)

En cuanto al proceso de realización se puede considerar como uno de los géneros que requiere de una mayor preparación, pues en este caso se necesita de la participación de actores de doblaje que den vida a los peluches, ellos tienen que ensayar y estudiar con antelación el guión para evitar en la medida de lo posible errores durante la grabación.

A su vez, se requiere de personal que se encargue de manipular “los movimientos corporales de los peluches”, así como también de gente que monte la escenografía necesaria de acuerdo a lo estipulado en el guión.

Después de la grabación, se pasa al equipo de edición quienes se encargan de corregir los errores que se hayan presentado durante la realización. También, son las personas que se encargan de integrar las cortinillas de entrada y salida así como la elaboración de los súpers que indican el nombre del guionista y de los peluches participantes.

“Los hechos de Peluche” se llegan a presentar al final del noticiario o seguido de la nota a la que se hace referencia. Cualquiera de las dos modalidades es acertada de acuerdo a los teóricos del periodismo toda vez que al transmitirse al final de la emisión permite al televidente diferenciar de una manera clara la parte informativa de la opinativa; en tanto también es correcto que se presente después de la nota pues de esta forma el espectador puede establecer una relación entre la noticia y la crítica que hace al respecto el

⁹⁴ Para mayor información respecto al equipo de colaboradores que integran los Hechos de Peluche, le sugiero al lector que se remita al anexo 2, del presente trabajo.

equipo editorial de los peluches.

De este modo es como se elabora esta sección que se transmite de lunes a viernes por los diferentes espacios informativos de Televisión Azteca. Cabe mencionar que no son los mismos peluches los que se transmiten por la tarde que en la noche, ya que el equipo de producción está dividido de tal manera que cada uno se aboca a un noticiario en particular.

A continuación se muestra un ejemplo del humorismo realizado por marionetas:

EJEMPLO DE HUMORISMO POR MARIONETAS

EMISIÓN: HECHOS NOCHE
FECHAS DE TRANSMISIÓN: 2/10/04
CANAL: 13

CON: Javier Alatorre.
GUIÓN DE: Alejandro Garci

VIDEO

AUDIO

ENTRA CORTINILLA CON DE
LA SECCIÓN DE "HECHOS DE
PELUCHE"
DOS POLÍCIAS Y UNA MARIA SE
ENCUENTRAN EN UNA
OFICINA DE UNA DELEGACIÓN,
LA MARÍA SE ENCUENTRA
LLORANDO.

MEDIUM TWO SHOT DE LA MARIA
Y UN POLICÍA, EN LA PARTE
INFERIOR APARECE UN SÚPER
CON LA LEYENDA "EL DURO",
HACIENDO REFERENCIA AL
NOMBRE DE UNO DE LOS
POLICÍAS.

M.S DE MARIA, EN LA PARTE
INFERIOR APARECE UNA
LEYENDA QUE DICE "DOMITILA,
MICROEMPRESARIA"

MEDIUM TWO SHOT DE "EL DURO"
Y EL OTRO POLICIA

M.S DE POLICÍA.

LONG SHOT. DEL LADO DERECHO
ENTRAN TRES SUJETOS
OVER THE SHOULDER DE
DOMITILA

M.S DE G.D. ORDAZ
APARECE UN SUPER EN LA PARTE
INFERIOR CON EL NOMBRE DEL
PELUCHE

M.S DE EL DURO

M.S DE DOMITILA SEÑALANDO A
OREJA DE PORTARI

M.S DE OREJAS DE PORTARI, EN
LA PARTE INFERIOR SALE UN
SÚPER CON SU NOMBRE Y EL
TEXTO "EX PRESIDENTE"

M.S DOMITILA

M.S DE EL COCH, EN LA PARTE

ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN

DOMITILA(LLORANDO) Ahhh, Ahh.

EL DURO(ENÉRGICO) Aquí está
una víctima de los hechos vandálicos
del 2 de octubre que viene a identificar
a los presuntos delincuentes detenidos.

DOMITILA(EN SOLLOZO) Ahh, sí, yo
estaba bien quitada de la pena cuando
llegaron un montón de tipos que
gritaron "¡Expropiación, Expropiación,
Expropiación!" y ¡que se llevan las
gorditas!

EL DURO(DIRIGIÉNDOSE AL OTRO
POLICÍA) Ay, los podemos acusarlos de
secuestro por llevarse a las hijas de la
Señora, tu.

POLICIA: Bueno, prepárese para
identificar a los presuntos sospechosos

DOMITILA: Fue ese viejito de los
lentes el responsable de los actos
criminales del 2 de octubre
G.D. ORDAZ(SERIO) Yo solo recibía
órdenes.

EL DURO: Voooy Señora, a ese
hombre no se le ha podido comprobar
nada con los hechos relacionados con el
2 de Octubre.

DOMITILA: ¡Y ese chaparro!, también
destruyó muchas cosas.

OREJAS DE PORTARI: A mi no me
pueden consignar pues soy menor....
menor de estatura, ji, ji, ji,ji.

DOMITILA(INDIGNADA) ¡Inmoral!
por lo menos encierren a ese con cara
de Hippie.

EL COCH(ALTIVO) ¡Ningún hippie

INFERIOR APARECE UN SÚPER CON SU NOMBRE Y EL TEXTO "FÓSIL"	Señora!, soy Licenciado en actos Vandálicos.
--	---

VIDEO	AUDIO
M.S EL DURO	EL DURO: A ese no lo podemos desterrar por que tiene pase automático a la libertad
M.S DEL POLÍCIA	POLICÍA: Sí, es que en los reclusorios tienen miedo de que organice un paro y les tome el penal
M.S DEL DURO	EL DURO: Suéltelos a todos.
SALEN LOS TRES PRESUNTOS	RISAS DE JÚBLIO DE LOS
DELINCUENTES ENTRE RISAS	DELINCUENTES.
M.S DE DOMITILA	DOMITILA(ASOMBRADA) ¡ Qué! ¿entonces no van a encerrar a ninguno? y ¿todo lo que se robaron? ¡Ustedes no sirven para nada!
M.S DEL DURO	EL DURO: Pus nimodos, remitan a la Ciudadana a los deparos.(sic)
EL POLICÍA TOMA A DOMITILA Y SE LA EMPIEZA A LLEVAR	DOMITILA(DIRIGIÉNDOSE AL POLICÍA) Saquéese de aquí, órale no me empuje que me caigo.
SALE EL POLICÍA CON DOMITILA Y REGRESA	
MEDIUM TWO SHOT. DEL DURO Y EL POLICIA	POLICIA: Oye Duro, como no hay castigo para los ladrones por qué no vamos a robar unos auto estéreos ¿no? DURO: Ándale, pues tu hermana me esta pidiendo uno con un micrófono incluido.
	POLICÍA(ASOMBRADO) ¿Mi hermana?
	DURO: Sí.
ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN DE PELUCHES Y SALE	ENTRA LEIT MOTIV Y SALE.

6.6.3 HUMORISMO POR MONTAJE

Uno de los recursos de los cuales se hace uso para expresar una opinión es a través del montaje. Por montaje se entiende vulgarmente la operación física de ensamblar recortes escogidos de un film o una serie para componer la cinta definitiva. Por extensión se asocia este término al de edición en sistemas de vídeo. Según esta concepción el montaje construiría únicamente la fase final de compaginación del mensaje audiovisual.

Sin embargo, el montaje se tomará en cuenta como “la operación intelectual de selección y combinación de imágenes y sonidos destinados a la construcción del significante, suele planificarse previamente convirtiéndose en guía de las diferentes fases de realización del programa audiovisual para confluir en el objetivo comunicativo final.”⁹⁵ Por ello, las tomas se realizarán de forma que puedan ser editadas según lo planificado.

Roman Gubern define al montaje como “una operación sintagmática realizada a través de un proceso de análisis basado en la fragmentación y selección de espacios (que tienen también una dimensión temporal) y en la fragmentación y selección de tiempos (que tienen también una dimensión espacial) y que, por otro lado, no es otra cosa que una aplicación y una extensión de ciertas condiciones de percepción o de evocación de los estímulos del mundo físico por el hombre”⁹⁶

En este sentido, al montaje no se le puede concebir como el simple proceso de edición que consta en cortar y pegar, sino más bien como aquel proceso de análisis donde el realizador va a seleccionar aquellos fragmentos de una película o una serie y los va a ordenar para construir un discurso con un propósito en específico.

Ahora bien, el montaje no sólo se aplica a la forma en que fue construida una película o una serie para crear un sentido de significación, sino también el montaje se puede realizar a partir de tomas no planificadas, obtenidas con urgencia o tomas de archivo.

Organizar el montaje a partir de un material dado supone seleccionar y combinar imágenes relacionándolas de forma que configuren el sentido.

La creación a partir de tomas no planificadas es posible debido a la capacidad e incluso a la tendencia del espectador a relacionar imágenes para construir significados, siempre que éstas sean relacionables, es decir,

⁹⁵ Federico Diez Fernández, *Op. cit.* pág. 173.

⁹⁶ Román Gubern, citado por Diez Fernández. pág. 173

siempre que guarden una coherencia formal y una relación de sentido (contexto)”⁹⁷

En el caso concreto del periodismo de opinión en televisión, se puede decir que se hace uso del montaje para elaborar un mensaje cuyo propósito es criticar, enjuiciar y dar una opinión sobre los hechos más importantes que acontecen a nivel nacional e internacional.

En otras palabras, el humorismo televisivo basado en el montaje consiste en un proceso de análisis que consiste en seleccionar fragmentos tanto de tiempo como de espacio de declaraciones, películas, series y cualquier otro material audiovisual que le permita al periodista construir un discurso a través del cual exprese una opinión de una manera humorística.

En el caso concreto de la televisión mexicana, “Las mangas del chaleco” es el espacio en el cual se puede apreciar el uso del montaje para expresar una crítica y una opinión.

Para la elaboración de las “mangas del chaleco” se cuenta con un equipo exclusivo para esta sección, el cual está integrado por guionistas, periodistas, editores y caricaturistas, quienes son dirigidos por Santos Briz Bermúdez.

Ellos a partir de las noticias más importantes que acontecieron durante la semana, que por lo regular seleccionan las cuatro o cinco más significativas, elaboran el guión. En este escrito no sólo se comenta la información sino debe contener crítica y humor.

De acuerdo con información proporcionada por la empresa primero se hace un planteamiento del conflicto o el asunto(s) a tratar en la sección, luego se sigue el desmontaje pieza por pieza para poder construir nuestro propio mensaje.

El escrito de esta sección se elabora mezclando información con los comentarios de Santos Briz. En este sentido se puede decir que la estructura de esta sección es muy similar a la de la columna de revoltillo elaborada en el periodismo escrito, en donde está conformada por una gran variedad de temas e incluye materiales diversos. En este caso, Santos Briz hace algún comentario sobre un acontecimiento en un tono serio, y seguido se presentan las imágenes que le van a dar el enfoque picaresco característico de esta sección.

Una vez que concluyeron con el escrito, Santos Briz presta su voz para realizar el relato de la sección. Por otra parte se hace la selección de las imágenes que les ayude a reforzar lo dicho en palabras, este procedimiento es el más difícil pues se invierte mucho tiempo para la selección de la imagen, pues no es cualquier imagen la que se debe proyectar, sino aquellas que por sus características sean la más adecuada para expresar su opinión.

⁹⁷ *Ibidem*. Pág. 175.

Al igual que el editorial el tipo de imágenes que se emplean para esta sección pueden provenir de diferentes fuentes: Imágenes que fueron capturadas por camarógrafos y reporteros de la empresa que acudieron a cubrir los hechos; de agencias noticiosas y de stock o archivo. A su vez, emplean animación para la presentación de la sección.

Posteriormente se hace el ensamble de las imágenes y de la voz de Briz, para su presentación final. Su tiempo de duración oscila entre los 8 y 10 minutos aproximadamente.

A continuación se presenta un ejemplo del humorismo basado en el montaje.

VIDEO	AUDIO
EMISIÓN: NOTICIARIO FECHAS DE TRANSMISIÓN: 2/10/04 CANAL: 2 ENTRA ANIMACIÓN DE MANGAS DEL CHALECO	CON: Joaquín López Doriga. GUIÓN DE: Santos Briz
INSERT DE IMÁGENES DE VENDEDORES AMBULANTES, FRANELEROS Y SEXO SERVIDORAS QUE SON DETENIDOS POR ELEMENTOS POLICÍACOS	ENTRA LEIT MOTIV DE LA SECCIÓN
ENTRA INSERT DE REPORTERA DE TELEvisa REALIZANDO UNA ENTREVISTA A UNA SEXOSERVIDORA EN LA CÁRCEL	SANTOS EN OFF: Agarrándose a los pobre inútiles. Ahora sí, abusados con la ley civil en el D.F. los dueños de las calles conocidos como franeleros, vendedores, limpiaparabrisas, sexo servidoras, y cualquiera que brinda un servicio sin permiso se irá a la cárcel. REPORTERA: Oye tú, ¿sabías que entró en vigor una nueva ley?
CORTE A ENTRA IMAGEN DE UNA PELÍCULA EN DONDE SE OBSERVA COMO BAJAN UNAS SEXOSERVIDORAS DE UNA CAMIONETA DE LA POLICÍA Y ENTRAN A LA COMANDANCIA	SONIDO AMBIENTAL
CORTE A ENTRA INSERT DE REPORTERA DE TELEvisa REALIZANDO UNA ENTREVISTA A UNA SEXOSERVIDORA EN LA VÍA PÚBLICA	SEXOSERVIDORA: Yo estaba trabajando ahí en revolución, yo trabajo en el metro revolución, y entonces me trajo la policía
CORTE A ENTRA IMAGEN DE UNA PELÍCULA EN DONDE SE MUESTRA A UNAS SEXOSERVIDORAS ANTE UN COMANDANTE DE POLICIA	COMANDANTE: Ud. Sabe por qué las trajeron aquí. SEXOSERVIDORA: Sí, estamos aquí por exigencias del señor, por que no le pudimos cumplir. Ud. Sabe
CORTE A IMÁGENES DE ARCHIVO DE CELDAS	SANTOS EN OFF: El castigo es de entre 13 y 24 horas de prisión o multa de \$1.000 pesos.
CORTE A ENTRA INSERT DE ENTREVISTA DE UN REPORTERO DE TELEvisa CON UN POLICIA A LAS AFUERAS DEL METRO INSURGENTES	REPORTERO: A ver, aquí estamos rodeados de vendedores e indigentes POLICÍA: Sí, o sea, si a nosotros nos dan la orden los quitamos, y actuamos como

CORTE A	se debe, pero si no nos dan la orden no podemos hacer nada.
---------	---

VIDEO	AUDIO
ENTRA IMAGEN DE UNA PELÍCULA EN DONDE SE MUESTRA A UN COMANDANTE HABLANDO CON UN OFICIAL DE POLICÍA	COMANDANTE: Ud. Enciérrelo, luego vemos, y no lo deje salir si no paga \$5 pesos de multa.
CORTE A	
ENTRA INSERT DE UNA ENTREVISTA A UN TRAPERO	TRAPERO: Si vemos, los toreamos como los vendedores ambulantes.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE VEMOS A UN VENDEDOR DE ROSAS EN LA CALLE, APARECE UNA PATRULLA Y SE DETIENE ENFRENTA DEL SUJETO, QUIEN AL VER A LOS POLICÍAS AVIENTA LAS ROSAS Y SALE CORRIENDO	SONIDO AMBIENTAL
CORTE A	
ENTRAN IMÁGENES DE POLICÍAS ESTADOUNIDENSES CARGANDO PISTOLAS CON BALAS DE GAS PIMIENTA	SANTOS EN OFF: Y donde impera la ley de brutalidad es en E.U. ahora se combatirá a los inmigrantes mexicanos con balas de goma y con gas pimienta.
CORTE A	
INSERT DE DECLARACIONES DE MANUEL BARLETT ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	M. BARLETT: Balazos de cualquier tipo, aunque sea de hule es una brutalidad.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE SE MUESTRA A UN NIÑO CON UN ARMA DE JUGUETE, CON LA CUAL LE DISPARA A UN SOLDADITO DE JUGUETE.	SONIDO AMBIENTAL
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE ARCHIVO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS	SANTOS EN OFF: Y quienes se tiran a matar son los partidos políticos. Elecciones en Aguascalientes, Baja California y Oaxaca, en donde, el Gobierno Federal afirma:
ENTRA INSERT DE DECLARACIÓN DE SANTIAGO CREEL ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SANTIAGO: La jornada electoral transcurrió en paz en las tres entidades.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE SE VAN A CELEBRAR LAS ELECCIONES Y APARECE UN OFICIAL Y DICE	OFICIAL: Ahora pa que no haya desconfianza echen todos pupila pa que después no digan.
CORTE A	
ENTRA INSERT CON IMÁGENES DE SANTIAGO CREEL EN MULETAS	SANTOS EN OFF: Aunque cojeando de un pie por una lesión.
	ENTRA FRAGMENTO DE LA CANCIÓN DE "EL PASITO TUM TUM POR 7 SEG Y SALE.
	SANTOS EN OFF: El secretario firme en sus comentarios.
CORTE A	
ENTRA INSERT DE	CREEL: Es una enorme satisfacción

DECLARACIONES DE SANTIAGO CREEL	informar que no se presentaron incidentes mayores en ninguna de las entidades.
CORTE A	

VIDEO	AUDIO
ENTRA INSERT DE LOS CANDIDATOS Y DE LA MESA DEL IFE	SANTOS EN OFF: Pero a los partidos políticos nada les parece. En Oaxaca según el Instituto Federal Electoral el triunfo es para el priísta Ulises Ruíz, pero quienes postularon a Gabino Cue se quejan.
CORTE A	
ENTRA INSERT DE LAS DECLARACIONES DE CARLOS NAVARRETE, PRESIDENTE ESTATAL DEL PRD	NAVARRETE: Sospechamos de una manipulación de los resultados electorales para tratar de acomodar una elección a su modo y, modificar el resultado de las casillas electorales.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE VEMOS A UN CANDIDATO HABLANDO CON DOS POLICÍAS	CANDIDATO: Océpanse de que todo el vecindario vote por mi, y sí no que de todos modos vote por mi.
ENTRA INSERT DE DECLARACIÓN DE ULISES RUIZ	ULISES: Suen a vacilada el tipo de Señalamientos e impugnaciones.
CORTE A	
ENTRA INSERT DE PELÍCULA DE CANTINFLAS	CANTINFLAS: Esto es una guasa o qué
CORTE A	
ENTRA INSERT DE DECLARACION DE MANUEL ESPINO, SECRETARIO ESTATAL DEL PAN	ESPINO: Y pone en sospecha que el Consejo Estatal Electoral está atendiendo Probablemente una consigna o una Presión directamente del gobernador José Murat.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE UNA PELICULA EN DONDE APARECE UN POLITICO	POLITICO: Ahora sabrá con quien juega, se convencerá de que a malas mañas no hay quien me gane.
CORTE A	
IMÁGENES DE ARCHIVO DE RENÉ BEGARANO	SANTOS EN OFF: Y hablando de supuestos fraudes, ahora resulta que René Bejarano el de los hoteles pidió a la asamblea legislativa del D.F. que lo dejen regresar.
CORTE A	
INSERT DE DECLARACION DE LORENA VILLAVICENCIO, PRESIDENTA DE ALDF	LORENA: Lo más seguro es que le Demos carpetazo a la petición de René Begarano por que no procede jurídicamente.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE VEMOS A UN POLITICO HACIENDO DECLARACIONES ANTE EL PÚBLICO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	POLÍTICO: Pues como ya terminaron sus funciones, verdad, je, je, je, je. CUIDADANA: ¡No! Que regrese lo que se llevó, por que bien que nos dejó en la calle.
CORTE A	
ENTRAN INSERT CON IMÁGENES DE MANIFESTANTES GOLPEANDO Y AGREDIENDO LOS AUTOBUSES DONDE ERAN TRANSPORTADOS LOS SENADORES	SANTIAGO EN OFF: Y donde no hay Vuelta de hoja es en la ley del IMSS Entre bloqueos y plantones los senadores Los senadores llegaron a sesionar para Modificar el régimen de pensiones.
CORTE A	

ENTRA IMÁGENES DE ENFRENTAMIENTO ENTRE POLÍCIAS Y MANIFESTANTES CORTE A	Y la policía tuvo que romper el cerco de manifestantes que tenían tomado el senado de la república.
--	---

VIDEO	AUDIO
ENTRA INSERT DE DECLARACION DE DIEGO FERNÁNDEZ, COORDINADOR DEL SENADO	DIEGO FDZ: Lo único que no podemos es sentar el precedente en este país que se paralice una de las instituciones de la república por que hay una turbamulta que apedrea y mienta la madre, esto no puede ser.
CORTE A	SONIDO AMBIENTAL
ENTRA IMAGEN DE GENTE CON PALOS Y PIEDRAS PROTESTANDO	
CORTE A	
ENTRA IMÁGENES DE ARCHIVO DE PACIENTES Y CUERPO MÉDICO DEL IMSS	SANTOS EN OFF: Al final se aprobó la ley del IMSS que establece que las cuotas obrero patronales no serán utilizadas para pagar las jubilaciones de trabajadores del seguro de nuevo ingreso.
CORTE A	
INSERT DE DECLARACIONES DE ROBERTO VEGA GALINDO, SECRETARIO GENERAL DEL IMSS	VEGA: Ahora sí, que no somos uno, no somos cien, nos van a tener que contar muy bien, pues vamos a ser muchos.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE ARCHIVO DE UNA ACTRIZ DE TELENÓVELA	ACTRIZ: En la guerra y en el amor todo se vale
CORTE A	
ENTRAN IMÁGENES DE ARCHIVO DE MANIFESTANTES	SANTOS EN OFF: Y en respuesta a esta nueva ley, los sindicatos que apoyan al seguro social afirman que encrudecerán sus acciones.
CORTE A	
INSERT DE DECLARACIONES DE FRANCISCO HERNÁNDEZ JUÁREZ DIRIGENTES DE LOS TELEFONISTAS	FRANCISCO: Esa modalidad la checaremos dependiendo de la situación, pero los compañeros electricistas no están considerando bajar el switch y si ellos lo hacen pues a nosotros nos parece que lo correcto sería respaldarlos también, bajando el switch.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE ARCHIVO DE UNA ACTRIZ PERSONIFICANDO A UNA CRIADA QUIEN ESTÁ BAILANDO LA CANCIÓN DEL "APAGÓN"	CRIADA: Con el apagón, que cosas suceden, que cosas suceden, con el apagón.
CORTE A	
GROUP SHOT DE SANTOS BRIS Y SUS COLABORADORES	SANTOS: Las mangas del chaleco, y esta semana. El secretario de Gobernación andaba de muletas o de música con el sindicato de música.
CORTE A	
INSERT DE DECLARACIONES DE SANTIAGO CREEL	CREEL: Que vengo en muletas, el día de hoy, y no es por que me haya caído de la nube en la que andaba.
CORTE A	
ENTRA IMAGEN DE PELÍCULA EN DONDE SE MUESTRA A LA INDIA MARÍA COLGADA EN LA RAMA DE UN ÁRBOL, Y SE CAE	INDIA MARIA: Ayy, San Juan del Tamborazo, líbrame del chinga....ahh

<p>CORTE A ENTRAN IMÁGENES DE ARCHIVO DE MARIACHIS</p> <p>CORTE A</p>	<p>SANTOS EN OFF: Aseguró que el mariachi mexicano es reconocido a nivel mundial.</p>
---	---

VIDEO	AUDIO
<p>INSERT DECLARACION DE SANTIAGO CREEL</p> <p>CORTE A</p> <p>ENTRA IMAGEN DE PELICULA DE CANTINFLAS</p> <p>CORTE A</p> <p>INSERT DECLARACION DE SANTIAGO CREEL</p> <p>CORTE A</p> <p>INSERT DE CANTANTE EN UN PARTIDO DE FUTBOL</p> <p>CORTE A</p> <p>INSERT DE ELENCO DEL PROGRAMA DE LA PARODIA</p> <p>CORTE A</p> <p>INSERT DE CANTANTE</p> <p>CORTE A</p> <p>INSERT DE ACTOR PERSONIFICANDO A UN JOROBADO</p> <p>FADE OUT</p>	<p>CREEL: El mariachi esta destinado a ser el rey.</p> <p>CANTINFLAS(CANTANDO) Pero sigo siendo el rey.</p> <p>SANTOS EN OFF: Y solicitó un maestro de canto que por cierto le encontramos de inmediato.</p> <p>CREEL: Si algo me hubiera gustado en la vida, y lo digo con sinceridad es saber cantar, quien quita, a lo mejor no es tarde y alguno se anima a darme unas clases, además ya están reconocidas por la SEP</p> <p>CANTANTE: Piensa patria tus sienes de oliva, de la paz de latir de olivo, y una noche te llevan tu olvido, y en noche de dio dede dios.</p> <p>Una patria si pierde un moreno (sic)</p> <p>ELENCO A CORO: ¡Qué dijo!</p> <p>CANTANTE: Mientras patria, tu vida el cielo, un soldado en cada hijo te dio.</p> <p>ACTOR: Yo ya no quiero oir mas pend...</p> <p>FADE OUT</p>

6.6.4. HUMORISMO DE ACTUACIÓN

El último, y no por ello el menos importante, se encuentra el humorismo de actuación el cual es realizado por personas quienes van a representar en una situación ficticia a un protagonista de la vida social y política nacional e internacional, claro siempre mostrando los hechos desde un tono picaresco.

Cabe señalar que el humorismo de actuación puede ser realizado tanto por actores como por los mismos guionistas o escritores. Ya sea de una u otra modalidad lo importante es que se van a representar las características físicas (voz, tono, timbre, respiración, entonación, dicción, rasgos, etc) y psicológicas del personaje político o social del cual se va a hacer referencia en la sección. En ese sentido se puede decir que es similar al cartón de opinión, pues de igual manera trata de resaltar con exageración y humor, caracteres psicológicos o psicosociales de una persona, acontecimiento o de una situación concreta. Claro, aquí no hablamos de un trazo, pero sí hay otros recursos que ayudan a resaltar esos rasgos, tales como el maquillaje, y algún uso de postizos que permita una adecuada caracterización como pelucas, cejas, barbas postizas, etcétera.

El humorismo de actuación, al igual que sus similares, aborda temas de relevancia periodística a nivel nacional e internacional, de una manera chusca. Su propósito es que el espectador haga una reflexión de los acontecimientos a partir del humor.

Para las técnicas de elaboración del humorismo de actuación se debe tomar en cuenta que el equipo de guionistas son personas que de alguna u otra forma están vinculadas al ejercicio periodístico. En su mayoría han laborado en periódicos realizando los diferentes cartones de opinión. En otras palabras, son personas que ya tienen experiencia en expresar una opinión de una forma irónica.

Ahora bien, en cuanto a la selección del tema a tratar en el humorismo de actuación, por lo general lo deciden en un común acuerdo entre el equipo de redacción de la televisora junto con los guionistas. En la mayoría de los casos se escogen los temas de mayor importancia en el ámbito político y social.

La organización y estructura de los contenidos del humorismo por actuación es muy sencilla, en el sentido de que se aborda un solo tema para la sección, y este, al igual que los demás géneros de opinión, cuenta con tres elementos fundamentales: introducción, en la cual se hace referencia del asunto del cual se va a hablar; desarrollo en donde se manifiesta la opinión y

punto de vista de los escritores frente al hecho; y la conclusión que puede ser una síntesis de lo que se dijo o un chascarrillo en tono irónico.

Lo anterior se puede representar de la siguiente manera:

ENTRADA (Presentación del tema)
DESARROLLO (exposición de argumentos)
CIERRE (Comentario final - chascarrillo)

Para la presentación y la realización de este tipo de espacios se debe de elaborar en primera instancia el guión en el cual se estipula el contenido, y el número de los participantes. Éste es remitido a los actores quienes se van a encargar de estudiar y personificar a los personajes en cuestión.

Hay ocasiones que los actores requieren de maquillaje o de postizos que les auxilie a caracterizar mejor su personaje, o en su defecto requerirán de ciertos accesorios y elementos de utilería.

A su vez, se requiere de una pequeña escenografía que en un momento dado proporcione la atmósfera adecuada para que se lleve a cabo la acción de los personajes. Una vez que se cuentan con estos elementos realiza el proceso de grabación. Es pertinente decir que el humorismo por actuación puede ser en vivo ó grabado, siendo este último el más empleado por las televisoras.

Por lo regular se transmiten al final de la semana, en donde se hace un resumen de un acontecimiento en concreto, claro proporcionándole ese toque picaresco que caracteriza a este género. No tienen un espacio definido dentro de los informativos, puede presentarse al inicio o al final del programa. Lo importante es que exista una cortinilla que permita identificarlo y saber que es la parte de humor del noticiario. Su tiempo de duración oscila entre los 5 y 6 minutos.

Uno de los espacios televisivos en donde se puede apreciar este tipo de humorismo es en el noticiario “Nueva Visión” en su sección de “La grillotina”. Esta se transmite todos los viernes por el canal 4, el cual es escrito y actuado por Carlos Pascual y Pedro Kominik. A continuación se presenta un ejemplo:

EMISIÓN: Nueva Visión FECHAS DE TRANSMISIÓN: 2/10/04 CANAL: 4	CON: Carlos Loret de Mola GUIÓN DE: Carlos Pascual y Pedro Kominik
ENTRA CORTINILLA DE LA “GRILLOTINA”	ENTRA LEIT MOTIV DE LA GRILLOTINA.
VIDEO L.S. DE CARLOS PASCUAL Y PEDRO KOMINIK QUIENES SE ENCUENTRAN SENTADOS FRENTE A UN ESCRITORIO, UBICADO EN UNA CABINA DE RADIO. M.C.U. DE PEDRO QUIEN TOMA UN SOMBRERO DE PAJA Y SE LO PONE EN LA CABEZA. MS. DE CARLOS QUIEN TOMA UN VELO NEGRO Y SE CUBRE EL ROSTRO M.T.S ⁹⁸ DE CARLOS Y PEDRO	AUDIO PEDRO: Pam, para, ra,ram CARLOS: La grillotina, su radionovela televisiva presenta el fantástico inicio de su radionovela paranoico-detectivesca PEDRO: Andrecito, el niño de Macuspana CARLOS(AMENAZADOR) Contra las fuerzas oscuras, mua, ja, ja, ja,ja.
M.S DE PEDRO	PEDRO(IMITANDO LA VOZ AMLO) Mira mamita ya regrese y estoy aquí para contarles a mis queridos gobernaditos (PAUSA) O sea pa decirles que(PAUSA) o sea, pa contarles no, de las historias de la ciudad. ¿Están listos mis gobernaditos para mi nueva histerieta(sic)?
M.S DE CARLOS M.S DE PEDRO	CARLOS: Síiiiiii PEDRO: Bueno, estaba un día el héroe de esta histerieta (sic), o sea yo, trabajando por los pobres y necesitados cuando de repente. CARLOS: ¡Grrr!, ¡Grrr!
M.S DE CARLOS CON EL VELO NEGRO EN EL ROSTRO M.S PEDRO MTS DE CARLOS Y PEDRO	PEDRO: ¡Ay diosito!, ¿quién es usted? CARLOS: Somos las fuerzas oscuras Andrecito. PEDRO: Bueno, lo que pasa es que yo sólo veo una ¿eh?
M.S DE CARLOS	CARLOS(SUSURANDO) Sí, pero eso no importa por que esto es una radionovela y nadie nos esta viendo, mua, ja, ja.
M.S DE PEDRO	PEDRO: Nuestro héroe, o sea yo, estaba aterrado, ¡brrrr!, pero ¿por qué me atacan fuerzas oscuras?
CORTE A	
M.T S. DE CARLOS Y PEDRO	CARLOS: Porque tienes el índice de popularidad más alto en la historia política del país, ¡grrrr!
M.S DE PEDRO QUIEN SONRIE	PEDRO: Sí es cierto, y por lo mismo las

⁹⁸ Medium Two Shot.

	<p>fuerzas oscuras del mal fueron consumidas por el fuego de la envidia y del rencor.</p> <p>Y comenzaron las intrigas, pero el pueblo agradecido con Andrecito, o sea conmigo decía:</p>
	CONTINUA...

VIDEO	AUDIO
M.S DE CARLOS QUIEN SE QUITA EL VELO Y SE COLOCA UNA DIADEMA EN LA CABEZA	CARLOS(IMITANDO LA VOZ DE UNA MUJER) No es justo, Andrecito Trabaja mucho, no merece que lo Intriguen.
TIGHT SHOT DE UNA PAGINA DEL COMIC DE LAS HISTORIAS DE LA CIUDAD EN DONDE SE MUESTRA LOS DIBUJOS DE UNA MADRE Y SU HIJA CONVERSANDO	(EXTRAÑADO) ¿Qué lo intriguen? Así dice ¿qué lo intriguen?
M.S DE CARLOS	PEDRO(EN OFF) Sí, que lo intriguen, aquí dice mira.
M.S DE PEDRO QUIEN SE QUITA EL SOMBRERO Y SE PONE UN REBOSO	CARLOS: Sí, es cierto.
L.S. DE CABINA	CARLOS: Bueno, no merece que lo intriguen.
PEDRO EMPIEZA A GOLPEAR A LA MESA	PEDRO(IMITANDO LA VOZ DE UNA MUJER) No te preocupes hijita así va a llegar al cielo.
M.S DE PEDRO QUIEN DE NUEVO SE COLOCA EL SOMBRERO DE PAJA	CARLOS: ¿Y comenzó el golpeteo?
M.S DE CARLOS QUIEN AHORA SE COLOCA UNA DIADEMA QUE SIMULA EL RESPLANDOR DE UN SANTO	SONIDO AMBIENTAL
M.S DE PEDRO	PEDRO: Primero vino lo del paraje San Juan
M.S DE CARLOS QUIEN SE PONE EL VELO NEGRO Y SE EMPIEZA A RETORCER.	CARLOS(EN TONO CELESTIAL) Ahh Ahhh, soy el paraje San Juan
CORTE A	
M. S DE PEDRO	PEDRO: No sea payaso eh, nuestro héroe, o sea yo, pudo demostrar que el paraje pertenecía a la nación, y ahora el supuesto dueño está en la cárcel por fraude.
M.S DE CARLOS QUIEN DEJA EL VELO Y SE PONE UN SOMBRERO DE PAJA	las fuerzas oscuras se retorcián del coraje.
M.T.S DE CARLOS Y PEDRO	CARLOS: Ahhh, grr
M.S DE CARLOS	PEDRO: Luego vino lo del sueldo de mi pobre Nico, ¡tan bueno!
M.T.S DE CARLOS Y PEDRO	CARLOS(IMITANDO LA VOZ DE NICO) Mira Andrecito, yo soy hijo de un rico comerciante tabasqueño y si no fuera por nuestra amistad yo podría vivir tranquilamente en mi tierra, en lugar de estar aquí como tu chofer.
QUINES SE QUITAN LOS ACCESORIOS Y DEJAN DE IMITAR LAS VOCES DE LOS PERSONAJES QUE ESTABAN INTERPRETANDO	PEDRO (RECALACANDO) ¡Jefe de logística!
	CARLOS: Bueno, tu ponle como tú quieras, pero te llevo y te traigo ¿no?
	PEDRO: Veremos nuevos enfrentamientos, contratos, estúpidos Vecinos.
	CARLOS :La policía sino fuera policía ¿le pagaría a los estúpidos vecinos?

FADE OUT

CARLOS Y PEDRO JUNTOS: No deje
de ver "La Grilotina", su radionovela
televisiva.
FADE OUT

Es pertinente decir que el humorismo por actuación ha cobrado un gran auge en nuestro país que de ser una sección que se transmite por los noticiarios se ha llegado a crear emisiones unitarias como el caso de la telenovela "El privilegio de mandar" o programas unitarios como "La parodia". En estos casos se puede apreciar que los géneros no son estructuras tan rígidas y que en un momento dado puede crear ese tipo de híbridos. Profundizar en ello nos llevaría a otro tipo de estudio, no obstante esto daría pauta para futuras investigaciones.

Por otra parte, cabe mencionar que dentro de los programas informativos se ha dado la modalidad de expresar una opinión mediante la composición de una melodía o una canción. No obstante, durante el tiempo en el que se efectuó el monitoreo no se encontraron este tipo de productos audiovisuales que nos permitieran en un momento dado analizarlos y describirlos con profundidad, tal y como se ha hecho con los demás; pero no por ello se niega su existencia.

A manera de resumen, se puede mencionar que los diferentes subgéneros del humorismo televisivo tienen de común denominador al humor. Y en su conjunto son una irreverente forma de expresión que es empleada para burlarse de los servidores y funcionarios públicos, y de los que se suele llamar como "intocables".

6.7 SUGERENCIAS METODOLÓGICAS PARA LA REDACCIÓN DE UN GÉNERO PERIODÍSTICO DE OPINIÓN

Luego de explicar las diferentes modalidades que caracterizan a los diferentes géneros periodísticos de opinión, se considera pertinente explicar a grandes rasgos la forma en que se puede redactar un texto de opinión para televisión. Cabe aclarar que en ningún momento dado se pretende explicar la forma en que se elabora un guión televisivo, toda vez que hay diversos autores que han dedicado varias obras para desarrollar este aspecto. Lo que interesa más bien es el contenido, la forma en como se pueda estructurar una opinión.

En primer lugar hay que tomar en cuenta que todo texto periodístico debe contar con tres elementos primordiales: la entrada, el cuerpo y el remate. Ahora bien, para redactar el contenido de estas partes es pertinente seguir el siguiente procedimiento:

1.- *Establecer el tema a tratar:* Como se ha indicado, en la mayoría de los textos de opinión retoman la noticia más importante del día o de la semana y a partir de ella se externa una opinión. Por lo que es labor del periodista de

opinión estar informado sobre los acontecimientos más relevantes tanto de su localidad como del mundo.

2.- *Indicar el objetivo o propósito del texto de opinión:* El periodista debe de tener claro que es lo que busca al momento de redactar su texto, ya sea persuadir, convencer o invitar al público a realizar una reflexión referente a la problemática presentada, en otras palabras, del tema qué aspecto es el que más le interesa resaltar y explicar el por qué es importante hablar de ello. A esto, algunos autores lo llaman como la tesis o la opinión central.

3.- *Búsqueda de la información:* Si bien es cierto que a partir de lo que se ha dicho en la parte informativa se va a ofrecer una opinión, es necesario que se haga una búsqueda exhaustiva del tema o problemática de la que se va hablar, con el fin de tener datos, ejemplos, declaraciones, citas y todo tipo de información que en un momento dado permita fundamentar el razonamiento proporcionado en el texto de opinión.

4.- *Organizar la información:* Una vez que se tiene establecido cual es la tesis u opinión central y se ha realizado la búsqueda de la información, se sugiere que se organice la información realizando un esquema previo que sirva de guía para la redacción del texto, es decir, se debe valorar la información y con ello se debe de jerarquizar con el fin de que el texto sea atractivo para el espectador.

Existen dos formas de organizar la información: en primer lugar se parte desde un inicio estableciendo la opinión central en los primeros párrafos, y el resto del texto sirve para argumentar y explicar el por qué se piensa de esa manera.

El segundo procedimiento es el contrario al anterior, es decir, al inicio se hace todo un razonamiento lógico coherente apoyado de ejemplos, citas y datos, de modo que al finalizar el texto quede claro el por qué el periodista llega a opinar de tal o cual manera.

Las dos formas son correctas, lo importante es que la opinión debe de ser expresada con claridad, y no sólo eso, sino también estar fundamentada y apoyada con toda la información posible, pues no hay que olvidar que el propósito del periodismo de opinión es asumir una postura ante los hechos con el fin de orientar la opinión pública.

5.- *Redacción del texto:* Es recomendable que se haga más de un borrador para poder determinar cual es el mejor, pero dadas las condiciones del periodismo en donde el tiempo apremia, es pertinente que se haga una revisión minuciosa del único borrador que se pueda elaborar, tomando en consideración los siguientes aspectos:

- ✓ Que la opinión central sea clara
- ✓ Que no haya términos ambiguos
- ✓ Que los ejemplos sean suficientes
- ✓ Que no haya exceso de información
- ✓ Sintaxis y ortografía correctas

Por último, se aconseja que se lea el texto en voz alta, esto ayuda mucho pues es la forma en la que se va a escuchar frente a las cámaras, entonces con este ejercicio se podrá dar una cuenta si hay o no un error.

Cabe mencionar que al momento de redactar el texto se deben de tomar en consideración algunas reglas básicas de redacción para el medio televisivo, entre las que se encuentran:

1.- Vocabulario: Las palabras a emplear en el texto deben de ser de uso frecuente, eliminar en la medida de lo posible los términos abstractos y tecnicismos. Si resulta imprescindible emplearlos, es necesario explicarlos de modo que resulten comprensibles.

2.- Longitud de las palabras: Hay que preferir las palabras cortas, de pocas sílabas, para que sea más sencillo para el público captar el mensaje.

3.- Sintaxis: Para el medio televisivo es recomendable emplear oraciones sencillas conformadas por un sujeto, verbo y predicado. En ese sentido, evitar los paréntesis y frases subordinadas pues no hay que olvidar que es un medio audiovisual y no escrito.

4.- Longitud de frases: Dado a la fugacidad del mensaje, es pertinente emplear frases cortas pues se ha comprobado que son más fáciles de recordar.

5.- Manejo de cifras: Al momento de proporcionar cifras o algún dato que sirva para sustentar la opinión, se aconseja que se simplifiquen y redondeen. Por ejemplo si se dice que el número de muertos en el maremoto de Asia es de 5, 174, 898 personas, es más sencillo que el público retenga la cifra de alrededor de los 5 millones. E incluso se recomienda emplear mejor porcentajes.

6.- Tiempo: No hay que olvidar que en el medio televisivo se maneja un tiempo muy restringido el cual se debe de cubrir, por lo que es importante tomar en consideración el tiempo que ha sido asignado para presentar la opinión para poder determinar la extensión del escrito.

Un aspecto que no hay que pasar por alto en el medio televisivo es que el texto tendrá que adecuarse a la imagen mostrada en la pantalla. "Se escribe para reforzar el video obtenido. El periodismo televisivo depende de lo visual, uno debe buscar lo visual más que lo verbal"⁹⁹.

⁹⁹ Carole Reih, Writting and Reporting News. Company, California, 1994. PCitado por Helga I. Serrano. Técnicas de enseñanza del periodismo. pág. 300

Tal y como lo menciona Helga Serrano “la presentación y el estilo de redacción responden a la unión sincronizada de texto, sonido e imagen”¹⁰⁰, que como se ha señalado al inicio del presente trabajo, el mensaje televisivo se compone de varios elementos y no sólo de uno, y por lo tanto se debe de tomar en cuenta cada uno de ellos de tal modo que entre estos se complementen de una forma armónica para hacer y presentar un mensaje atractivo al público.

Ahora bien, uno de los elementos que a muchos se les olvida y que es importante para la elaboración de cualquier mensaje es la creatividad. “La creatividad no es un don especial de unos pocos escogidos, que han sido tocados por la inspiración. Es producto del esfuerzo, la dedicación, el entusiasmo y el conocimiento: la famosa inspiración surge de la voluntad de trabajar”¹⁰¹

En la televisión la falta de creatividad se manifiesta en mostrar historias monótonas, imágenes de archivo que proyectan una y otra vez, en emplear los mismos planos, abusar del busto parlante, y la forma en que son presentados y expresados los diferentes géneros periodísticos.

Como manifiesta Kevin Hall y Ruth Merino el periodista tiene en el lenguaje su instrumento para comunicarse con los receptores de su información. La estructura vacía existe y lo creativo del periodista radica, precisamente, en utilizarla en forma imaginativa. “La imaginación y la creación, se encuentra entonces, en el manejo que se dé a los contenidos de esas estructuras”¹⁰²

Por lo que se le debe invitar a todas aquellas personas interesadas en ejercer el periodismo a ser creativos en cada texto que elaboran, pues “el periodismo y creatividad, están en perfecta armonía, el periodismo objetivo no tiene necesariamente que matar nuestra pasión por lo que hacemos, y que la creatividad honesta no asesinará la verdad, sino que más bien le dará vida”¹⁰³

Por último, cabe señalar que con este apartado en ningún momento dado se quiso decir que el periodismo consiste en una actividad rígida en la cual se tienen que seguir ciertas normas rigurosas al pie de la letra, como si fuera una receta de cocina, lo que se pretende es proporcionar algunas sugerencias que permitan a toda persona interesada en ejercer el periodismo de opinión en televisión en crear textos que sean atractivos, pero de esto dependerá mucho del estilo y la creatividad que cada uno posea.

¹⁰⁰ Helga Serrano I. *Técnicas de enseñanza del Periodismo*, pág. 147.

¹⁰¹ Helga Serrano. *Op. cit.* pág. 123

¹⁰² Kevin Hall, y Ruth. Merino, *Periodismo y creatividad*. pág. 8.

¹⁰³ Kevin Hall, et al, *Op. cit.* pág. 15

CONCLUSIONES

El periódico impreso fue el primer canal para el periodismo, pero ya no es el único. De tal forma que hoy en día se habla de periodismo radiofónico, periodismo televisivo y del ciberperiodismo.

La televisión se convierte en el medio de transmisión de noticias más importante, toda vez que muestra “los hechos como sucedieron”. El medio televisivo permite la difusión sincrónica de la imagen y el sonido; con ello se podría decir que las noticias se “viven” a través de las pantallas de televisión y no sólo se escuchan como es el caso de la radio o se leen como en el periódico.

La televisión conoció a partir de la prensa los conceptos de información, noticia, oportunidad, actualidad, interés, veracidad e inmediatez, es decir, acuñó la actividad periodística a sus condiciones de medio audiovisual. En otras palabras, el periodismo escrito ha dado las bases, técnicas y géneros para que éstos pudieran llevarse a cabo en otros medios como la televisión. No obstante, tanto el desarrollo tecnológico como el contexto han permitido un claro desarrollo y creación de nuevos géneros periodísticos, que fue el objeto de estudio del presente trabajo de investigación.

Al estudiar y al analizar a los diferentes géneros periodísticos que hay en el medio televisivo pude determinar que no es posible hacer una diferenciación tan drástica y tajante entre los géneros informativos y de opinión, pues en todo proceso informativo se da una valoración previa por parte del periodista, es decir, las palabras que usa, la exaltación y eliminación de algunos aspectos, se manifiesta una opinión.

Y no sólo se habla de la labor que hace el periodista, sino también el medio de comunicación, puesto que nada de lo que se muestra en pantalla es por casualidad, sino que detrás de todo el material hay criterios de dirección, es decir, hay normas o principios del medio y a ellos responde la selección y jerarquización de noticias, imágenes y fotografías.

En ese sentido, la opinión es consustancial al ser humano, pues está presente en todo discurso, ya sea corporal, verbal, visual o escrito. De acuerdo con lo estudiado pude determinar que existen dos tipos de opinión: implícita y la explícita.

La opinión implícita es aquella que se encuentra latente o velada, que se esconde. En cambio la opinión explícita es aquella que no se encuentra velada sino es la que se manifiesta como tal, cuyo propósito es mostrar una serie de argumentos de una manera racional para sustentar una tesis y llegar a una conclusión.

Entonces ¿cómo identificar a un género de opinión en televisión cuando un conductor puede manifestar una postura con un gesto, con su tono de voz o incluso dar un comentario después de la nota?

Una de las características clave que me permitió distinguir a los géneros periodísticos de opinión es que éstos no son resultado de una inspiración espontánea, es decir, no son un comentario suelto; sino que son producto de un plan de trabajo, de un esquema que contenga una serie de argumentos de una manera racional para sustentar una tesis y llegar a una conclusión.

A su vez, los géneros de opinión se caracterizan por manifestar una postura a nivel personal o institucional sobre diversos acontecimientos, y su propósito es orientar al público para que adopte una posición frente a los hechos que se presentan.

Por otro lado, se observó que la forma discursiva que se usa en la mayoría de los géneros de opinión es la argumentación, la cual se llega a combinar con la exposición, aunque, cabe aclarar que también se encontraron casos en los cuales se emplearon las otras formas discursivas.

Los géneros periodísticos de opinión que encontré en el medio televisivo son: el editorial, el comentario, la reseña crítica, la mesa redonda, el debate y el humorismo televisivo. Durante el desarrollo me pude dar cuenta que cada uno de estos géneros de opinión tiene su propia técnica de trabajo; llegar a conocer y dominar estas técnicas de realización fue uno de los principales objetivos que motivaron la investigación.

Al momento de estudiarlos encontré que el editorial es el género periodístico de opinión menos empleado en la televisión mexicana; sólo Televisa es la única televisora que hace uso de este género. Además, el tipo de editorial que manejan es informativo en donde comentan de una manera somera los acontecimientos más relevantes de México y el mundo. Es probable que esto se deba principalmente a que el editorial implica manifestar un postura frente a los acontecimientos por parte de la emisora, y esto en un momento dado, puede traer ciertos problemas con organismos, instituciones, autoridades, gobernantes, entre otros, y puede ser una de las razones por las cuales este género no tenga tanta proyección dentro de los noticiarios de televisión, como los demás géneros de opinión.

En contraparte tenemos que el comentario es el género de opinión que más predomina, e incluso en un mismo informativo se puede contar con más de dos comentaristas. Y que éste es el género que cuenta con un mayor número de tipología, debido a la diversidad que hay.

Otro aspecto que llamó mucho mi atención fue que los teóricos del periodismo al definir la mesa redonda señalan que es necesaria para su desarrollo la presencia de un moderador. No obstante, se encontraron emisiones en las cuales se desarrollaban de manera plena, sin necesidad de un conductor, por lo que en ese sentido se pudo apreciar que de la teoría a la práctica periodística existen algunas diferencias.

Por otra parte, se encontraron nuevas modalidades en las que se ejerce el periodismo de opinión, a la cual di el nombre como “Humorismo televisivo”, en donde los recursos del humor tales como la broma, el chiste, la ironía y la sátira han sido empleados para criticar, cuestionar y juzgar los hechos y las acciones de los protagonistas políticos y sociales de nuestro país. Además, pude percatarme que el “humorismo televisivo”, a diferencia de los demás géneros periodísticos de opinión, es el género al cual más recurren las televisoras cuando se trata de atacar, cuestionar y decir una que otra verdad de las acciones de las figuras públicas, pero siempre en tono de burla.

Asimismo, el humorismo televisivo es una prueba de que el medio televisivo a partir de su propio lenguaje es capaz de desarrollar e innovar el ejercicio periodístico, pues modalidades como las marionetas, montaje o la actuación, difícilmente se pueden realizar en otros medios de comunicación como el impreso.

Es pertinente señalar que la inclusión del humorismo dentro de las emisiones periodísticas pueda obedecer a las características propias de la televisión mexicana, no sólo como un medio de información, sino de entretenimiento; pues como lo he dicho a lo largo de este trabajo, la televisión se ha consolidado principalmente como un medio de espectáculo, por lo que dentro de las emisiones informativas se le da cabida a estas nuevas modalidades para no romper con el esquema que presenta a diario.

Si bien es cierto que el periodismo televisivo no es una actividad primaria en tanto objeto de consumo puesto que la televisión se ha consolidado como un medio del espectáculo, sí es importante para el público receptor, pues es el sistema de información más importante por su alcance y penetración.

A su vez, el interés del periodismo en la empresa televisiva ha llegado a tal grado que ésta ha creado sus propios departamentos de noticias, con sus propias funciones, cuerpo de redactores, reporteros, corresponsales, camarógrafos, productores, entre otros, para ejercer ésta actividad.

En resumen, características de inmediatez, instantaneidad, posibilidad de ver y escuchar los acontecimientos noticiosos, brevedad, concisión y espectacularidad, son rasgos que definen al periodismo televisivo y le dan su especificidad.

Cabe precisar que el periodismo es un discurso y como tal tiene un lugar en un contexto específico. Por tanto, no se puede decir que sólo la tecnología y evolución del lenguaje televisivo han permitido la apertura de los géneros de opinión en la televisión mexicana, sino también los cambios que se han manifestado en el ámbito político, social, cultural y económico han influido para la apertura de espacios de opinión en el medio televisivo.

Determinar las relaciones entre el discurso periodístico de opinión y su contexto, explicar la forma como se construye y ver los actores sociales que intervienen, sería una forma de darle continuidad al presente trabajo de investigación. Por el momento, sólo me enfoqué a estudiar el discurso

elaborado por las emisoras televisivas, es decir, a partir de lo construido se explicaron las formas del discurso que están presentes en los géneros de opinión.

En un inicio se hizo el planteamiento de identificar a los géneros de opinión que hay en la televisión de acuerdo con los postulados de la teoría periodística y señalar si hay otro tipo de géneros de opinión diferentes a los que propone la teoría del periodismo. A partir de lo investigado puedo aseverar que la teoría del periodismo responde y explica de manera parcial sobre los diversos géneros periodísticos, en particular los de opinión, en donde no sólo se encontraron variaciones entre lo que se dice y lo que hay en el medio televisivo, como en el caso de la mesa redonda; sino que además, se encontraron nuevas modalidades como el humorismo televisivo. Por lo que este tipo de estudios ayudan a ampliar la visión respecto al ejercicio periodístico en televisión.

Por último, es pertinente decir que la forma en que fueron explicados, caracterizados y clasificados los diferentes géneros periodísticos, en este trabajo no se excedió de un nivel descriptivo, pero es una propuesta interesante y novedosa en el sentido de que es una de las primeras aproximaciones que se han hecho en nuestro país para el estudio de los géneros periodísticos de opinión en televisión, pues cabe señalar que durante el proceso de investigación no se encontró literatura respecto a este tema, y la que se encontró explica el ejercicio periodístico desarrollado en el extranjero, aunque en esencia se busca el mismo propósito es diferente a la forma en que realiza en nuestro país.

Con lo anterior me atrevo a decir que el periodismo es una actividad que se encuentra en un continuo desarrollo que responde a las condiciones políticas y sociales del país, así como la implementación de nuevas tecnologías; y que con los géneros periodísticos de opinión presentados en esta obra no implica que no surjan otros, los cuales se podrían incorporar a este listado, pues día a día se descubren híbridos valiosos que demuestran el dinamismo y la creatividad de los periodistas.

Espero que este trabajo de investigación por un lado sirva de orientación a los interesados en ejercer el periodismo de opinión en televisión y a los estudiantes de la licenciatura en comunicación o áreas afines. Y por el otro lado, despierte el interés de investigadores, profesionistas de la comunicación y de periodistas mexicanos, por estudiar las distintas formas en que se puede practicar el periodismo en los diferentes medios de comunicación, pues el periodismo no sólo presenta cambios y variaciones en la televisión, sino también en radio y en las nuevas tecnologías como la Internet. De esta forma seguiremos contribuyendo a entender y reflexionar sobre el ejercicio periodístico en nuestro país.

ANEXO 1 MONITOREO

Durante el mes de julio del 2004 se observaron y analizaron los diferentes noticiarios de la televisión mexicana, entendiendo por ello sólo los canales de televisión abierta, la técnica que se empleo fue la del monitoreo y se obtuvo la siguiente información.

CANAL 2

EN CONTRASTE: Es un informativo que se transmite por el canal dos de lunes a viernes de 5:50 a 9:00 a.m. Esta bajo la conducción de Adela Micha y Leonardo Kourchenko.

El noticiario está compuesto por lo regular de 9 bloques en los cuales se presenta la información más relevante a nivel nacional e internacional. Cada hora se hace un resumen informativo de las noticias más relevantes que se han dicho hasta ese momento, y de igual manera se llega a repetir la información en cada una de sus diferentes secciones. Esto con el propósito de permitir al espectador, que recién se incorpora al noticiario conozca los hechos más importantes del momento y mantenerlo al tanto, sin embargo, quien lleva viendo el programa desde temprano le puede resultar reiterativo y monótono.

SECCIONES: Este cuenta con la sección de Deportes, Espectáculos, Finanzas y Clima, las cuales se presentan cada 40 minutos; además, cabe señalar que entre los cortes comerciales se presentan los reportes viales.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS: Se basa principalmente de la nota informativa, seguido del reportaje, la entrevista, la crónica y la encuesta. No se encontró un género de opinión como tal.

LA ESTRUCTURA: 9 bloques de información.

1.-TEASER.
Notas nacionales
CORTE
2.-Notas nacionales/ Clima
CORTE
3.-Notas nacionales/Deportes/ Espectáculos
CORTE
4.-Notas internacionales/ Entrevista
CORTE
5.-Notas internacionales/ Clima
CORTE
6.-Notas nacionales/ Deportes
CORTE
7.-Notas/ Finanzas
CORTE
8.-Notas/ Clima/ Deportes
CORTE
9.-Notas/ Espectáculos
Despedida

EL NOTICIARIO CON LOLITA AYALA: Es un programa periodístico que cuenta con la información más importante generada en México y el mundo, se transmite de lunes a viernes en punto de las dos de la tarde y tiene una duración de 30 minutos.

Esta bajo la conducción de Lolita Ayala quien se ha destacado en el ámbito periodístico desde hace más de 30 años.

SECCIONES: Cuenta con la sección de Deportes que es conducido por Enrique Burak, y la de El breve recorrido por la República Mexicana, la cual es conducida por Diane Pérez y es apoyada por Perla Moctezuma quien traduce la información al lenguaje de los sordomudos, siendo el único noticiario en México con esta característica. Al final del programa se presenta una frase de reflexión.

Es de resaltar que en este espacio se presenta la información más importante hasta el momento y noticias que buscan proteger el ambiente, cuidar a los animales y presenta la labor altruista de sociedades civiles encargadas de apoyar a los niños, mujeres y mexicanos marginados. En otras palabras, es un espacio que está al servicio de la comunidad.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Al ser un noticiario de treinta minutos sólo se basa en la nota informativa, reportaje y la crónica. No utiliza géneros de opinión.

ESTRUCURA: Conformado con cuatro bloques de información.

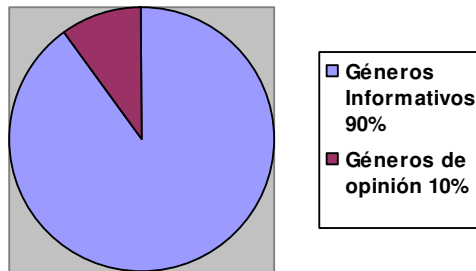
1.- TEASER
Notas nacionales
CORTE
2.- Notas/ Breve recorrido
CORTE
3.- Notas
CORTE
4.- Deportes/Reflexión/ Despedida.

EL NOTICIARIO CON JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA: Es el estelar de Televisa toda vez que cuenta con el horario AAA, al transmitirse de lunes a viernes de 10:30 a 11:30 pm. Está bajo la conducción de Joaquín López Dóriga quien se ha dedicado al ejercicio periodístico por más de 33 años

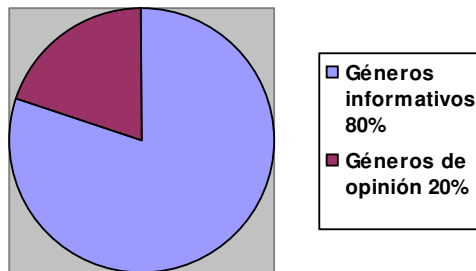
SECCIONES: De acuerdo con la información proporcionada por la empresa dice: “En 50 minutos expone la noticia en su contexto. La crónica, la entrevista y el reportaje cobran nuevo vigor; de la denuncia en la sección *Lo bueno, lo malo y lo feo* se pasa al humor y crítica en *las Mangas del Chaleco*; al planteamiento del conflicto le sigue el desmontaje minucioso, pieza por pieza, en el reportaje, la mera nota informativa se profundiza con las investigaciones en la serie *Los reporteros*. Al final, ***En la opinión de... con más de 20 especialistas en política, economía, arte, ciencia y cultura, representantes de distintas corrientes de pensamiento, dan su opinión sobre el tema del día***”. Además cuenta con la sección *Guiarte* que proporciona información sobre eventos y espectáculos. Es de llamar la atención que a diferencia de otros noticiarios no cuenta con las secciones comunes como la de espectáculos, cultura, finanzas o deportes.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Es uno de los noticiarios más completos de la televisión mexicana, pues cuenta con la mayoría de los géneros periodísticos como: Reportaje, crónica, nota informativa, entrevista, encuesta, comentario, reseña, y es el único que cuenta con el editorial. Y las mangas del Chaleco se pueden considerar como una de las nuevas modalidades de los géneros periodísticos de opinión que han aparecido en la televisión.

GÉNEROS EMPLEADOS DE LUNES A JUEVES EN NOTICIARIO DE LÓPEZ DÓRIGA.



GÉNEROS EMPLEADOS LOS VIERNES EN NOTICIARIO DE LÓPEZ DÓRIGA.



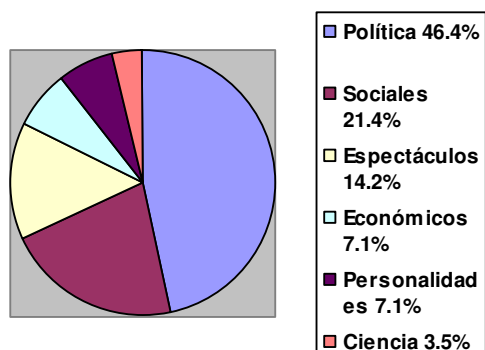
Es de resaltar que de lunes a jueves el noticiario ocupa un 10% de su **tiempo** para los géneros de opinión. En tanto, los viernes es el día en que se emplea más tiempo para este tipo de géneros.

TEMÁTICAS DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN

Como ya lo hemos mencionado las secciones en donde se puede observar el empleo de los géneros de opinión son: “Lo bueno, lo malo y lo feo”, que es el editorial; “Las mangas del chaleco”, “Guiarte” y “En la opinión de...” Los temas recurrentes de estas secciones fueron:

SECCIÓN: LO BUENO, MALO Y FEO	FRECUENCIA
TEMAS	
POLITICOS	3
SOCIALES	1
SECCIÓN: MANGAS DEL CHALECO	
TEMAS	
POLITICOS	4
SECCIÓN: GUIARTE	
TEMAS: EVENTOS Y ESPECTÁCULOS	4
SECCIÓN: EN LA OPINIÓN DE	
TEMAS:	
POLÍTICOS	6
ECONÓMICOS	2
SOCIALES	5
PERSONALIDADES	2
CIENCIA	1
FRECUENCIA TOTAL	28

TEMAS TRATADOS EN EL MES	FRECUENCIA ACUMULADA f(x)
POLÍTICOS	13
SOCIALES	6
EVENTOS Y ESPECTÁCULOS	4
ECONÓMICOS	2
PERSONALIDADES	2
CIENCIA	1
FRECUENCIA TOTAL	28



En síntesis, durante este mes en el noticiario de López Doriga las secciones de opinión se dedicaron a hablar de los siguientes temas: Política en un 46.4%; Sociales, 21.4%; Espectáculos, 14.2%; Económicos, 7.1%; Personalidades 7.1%; y Ciencia 3.5%.

ESTRUCTURA: Conformado de cuatro bloques de información.

1.- Teaser
Notas Nacionales.
CORTE
2.- Notas Estatales e internacionales
CORTE
3.- Notas
CORTE
4.- Notas/ En la Opinión de.../ Despedida.

CANAL 4

A LAS TRES: Ofrece un amplio panorama de la información nacional e internacional, dando mayor énfasis a lo que ocurre en la ciudad de México. Lourdes Ramos es la conductora del noticiario vespertino A las tres que se transmite desde agosto del 2003, de lunes a viernes en punto de las tres de la tarde.

SECCIONES: Las secciones diarias son la de *deportes* que está bajo la conducción de Gabriela Fernández De Lara, y la de *espectáculos*, conducida por Ricardo Escobar. Durante la semana tiene otras secciones que se van rotando, y encontramos *Primeros auxilios*, y *Salud* conducidas cada una por separado por Irlanda Maya; y *Hablemos Bien* con Claudio Lank. Además, están *Las breves de los estados* y *El Clima*. Al final presentan un pequeño segmento titulado *Así era la televisión* con imágenes de programas y artistas de antaño.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: A pesar de que es un espacio de una hora, se apoya de la nota informativa, reportaje, entrevista y la crónica. Carece de géneros de opinión.

ESTRUCTURA: Cuenta con 6 bloques de información

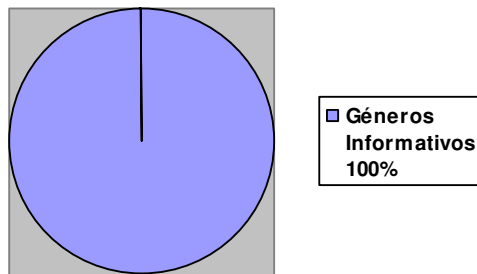
1.- TEASER.
Notas
CORTE
2.- Notas internacionales, breves de los estados.
CORTE
3.- Clima/Espectáculos.
CORTE
4.- Notas
CORTE
5.- Notas
CORTE
6.- Notas/ Deportes/ Así era la TV/ Despedida

NUEVA VISIÓN: Este informativo es conducido por el joven periodista de tan solo 27 años de edad, Carlos Loret de Mola. Se transmite de lunes a viernes de 10 a 11 de la noche.

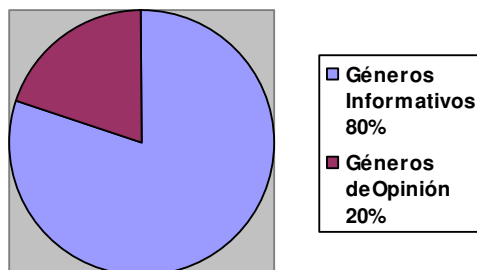
SECCIONES: Finanzas, Deportes, Espectáculos y la Grillotina. Cada 10 minutos aparece en la parte inferior de la pantalla un resumen de las noticias más sobresalientes del momento.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Ocupa la Nota informativa, el reportaje, la crónica y la entrevista. Aunque, cabe señalar que en la sección de “La Grillotina” es como una caricatura pues hace una burla irónica y satírica sobre los acontecimientos políticos y sociales más importantes de nuestro país. Por lo que se puede considerar como una de las nuevas modalidades de los géneros periodísticos de opinión en la televisión.

GÉNEROS EMPLEADOS DE LUNES A JUEVES EN NUEVA VISIÓN.



GÉNEROS EMPLEADOS LOS VIERNES EN NUEVA VISIÓN.



La Grillotina que es la sección en la cual se hace uso de géneros de opinión solo se transmite los viernes, y ocupa un bloque de 10 min. que equivale a un 20% del tiempo del noticiario. Los **temas que hace alusión esta sección son los políticos**, toda vez que el lema de la sección es “La radionovela política”.

ESTRUCTURA: Consta de 6 bloques distribuidos de la siguiente manera.

1.- TEASER
Notas
CORTE
2.- Notas/ Finanzas
CORTE
3.- Notas/ Espectáculos
CORTE
4.- Notas Internacionales
CORTE
5.- Notas/ Deportes
CORTE
6.- Notas/ Despedida

EL NOTICIERO DE FIN DE SEMANA: Bajo el precepto de que la noticia se produce en cualquier momento y los fines de semana también se genera información, se creó este espacio informativo que se transmite los sábados y domingos en punto de las 10 de la noche. En tan solo media hora Alejandro Cacho da la información más relevante y su lema es “Mientras ud. Descansa nosotros trabajamos”. Tomando en consideración que es uno de los pocos espacios informativos que hay al fin de semana.

SECCIONES: Este es uno de los noticiarios con menos secciones pues solo cuenta con la de Deportes e internacional; ocasionalmente incluye la económica y de espectáculos.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Predomina la nota informativa, seguida del reportaje y la crónica. No emplea a los géneros de opinión.

ESTRUCTURA: Se divide en 4 grandes bloques.

1.- TEASER.
Notas
CORTE
2.- Notas/ Internacional
CORTE
3.- Notas
CORTE
4.- Deportes/ Despedida.

CANAL 7

HECHOS 7: Al caer la noche Azteca 7 nos presenta su noticiario: Hechos 7, que se transmite de lunes a viernes de 9:10 a 9:40 de la noche, bajo la conducción de Ana Winocur y Ramón Fregoso.

SECCIONES: A pesar de ser un noticiario de 30 minutos cuenta con varias secciones que enriquecen a este espacio, “las 7 breves” que presenta la información más relevante a nivel nacional e internacional; “En boca de todos” que es un análisis profundo de la nota más importante de la semana; Deportes y Espectáculos.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: La nota informativa es la que predomina, seguida del reportaje y la crónica. No hay géneros de opinión.

ESTRUCTURA: Se divide en 4 bloques:

1.- TEASER
Notas/ las 7 breves
CORTE
2.- Notas/Espectáculos
CORTE
3.- Notas/ Deportes
CORTE
4.- Notas/ Despedida.

CANAL 13

HECHOS AM: Es el noticiario matutino de TV Azteca y se transmite de lunes a viernes de 5:50 a 8:30 am. Bajo la conducción de Pablo Latapí, Gloria Pérez Jácome y Anette Cuburu.

SECCIONES: Es uno de los espacios informativos que cuenta con varias secciones, lo que le da mayor agilidad, dinamismo y frescura a la información, sin caer en la monotonía como otros noticiarios matutinos.

Al buen tiempo: Está bajo la conducción de Gabriela Alcalá y presenta las condiciones climáticas para la República Mexicana, pero además presenta noticias relacionadas con el clima tanto en México como en el mundo. A su vez, hay un segmento denominado “Nube viajera” que presenta reportajes que muestran diversos lugares turísticos del país. Se presenta cada 40 min. Dentro del noticiario.

Escrito por las estrellas: Julia Palacios proporciona la información sobre los astros en una sola intervención.

En la Escena: Es la sección de espectáculos y es presentada por Mónica Castañeda cada 40 min.

Deportes: Carlos Aguilar y Christian Marinoli presentan las noticias más relevantes del mundo deportivo con dos intervenciones a lo largo del informativo.

Cámara al hombro: Se presentan las investigaciones profundas que elaboran diversos reporteros de Televisión Azteca.

El marchante de libros: Pablo Boullosa da recomendaciones de libros desde un mercado.

Máquina del tiempo: Presenta crónicas y notas sobre notas actuales relacionadas al pasado generando un sentimiento de añoranza.

Finanzas Personales: Sugiere y da tips para mejorar la economía doméstica. Se presenta los martes y jueves.

El consultorio: Especialistas comentan temas relacionados a padecimientos, enfermedades, situación legal, trámites, etcétera.

Comentario: Cuentan con tres especialistas: Cipriano Sánchez, Fidel Samaniego y Arturo Damm, quienes se van turnando a lo largo de la semana para comentar temas sobre religión, política y economía.

AM en síntesis: Cada media hora se presenta un resumen informativo con lo más importante hasta el momento.

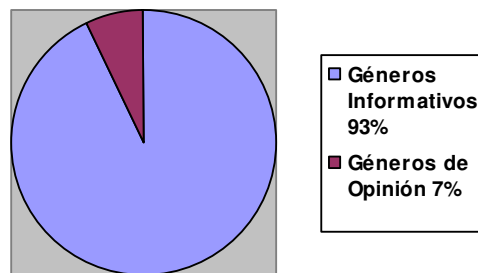
AM al vuelo: Es la sección que presenta los reportes viales.

Antes de salir: Recomendaciones y sugerencias que se le da al público para sus actividades diarias.

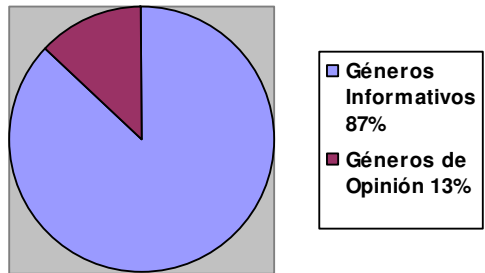
Planeta Humano: Noticias internacionales.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Es uno de los noticieros más ricos de la televisión mexicana pues llega a emplear la mayoría de los géneros periodísticos tanto informativos como de opinión. Tales como, la nota informativa, el reportaje, la crónica, la entrevista, la encuesta, la reseña y el comentario.

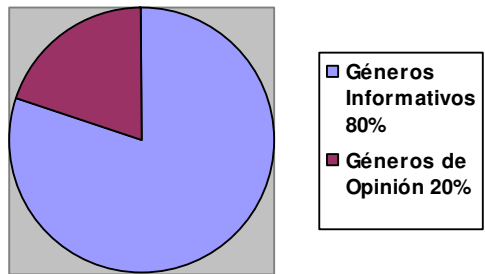
GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS LUNES Y MIÉRCOLES EN HECHOS AM



GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS MARTES Y JUEVES EN HECHOS AM



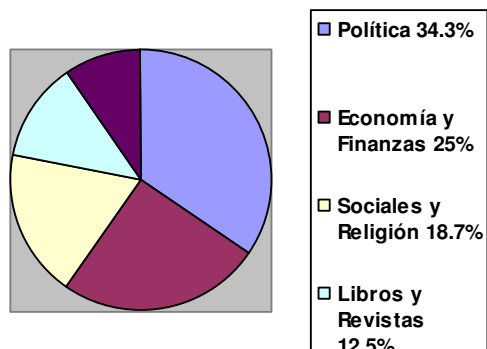
GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS LOS VIERNES EN HECHOS AM



En cuanto al tiempo que le brinda este informativo a los géneros de opinión varía de un día a otro, ya que de lunes a viernes se presenta un comentarista; los martes y jueves hay un analista financiero; y los viernes hay una sección denominada “El marchante de libros” en la cual se hace una reseña de libros y revistas.

TEMÁTICAS DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN.

SECCIÓN	FRECUENCIA
COMENTARISTAS	
TEMÁTICAS:	
ECONOMÍA Y FINANZAS	8
POLÍTICA	11
SOCIALES Y RELIGIÓN	6
OTROS	3
SECCIÓN MARCHANTE DE LIBROS	
TEMÁTICA	
LIBROS Y REVISTAS	4
FRECUENCIA TOTAL	32



A manera de resumen, los temas de los que se habla en los espacios de opinión de este noticiario son: Política, 34.3%; Economía y Finanzas 25%; Sociales y religión 18.7%; Libros y revistas 12.5%; Otros 9.3%.

ESTRUCTURA: Cuenta con 11 bloques.

1.- TEASER
Notas
CORTE
2.- Notas/ El mundo/ Clima
CORTE
3.- Notas/ Escrito por las estrellas/ En síntesis
CORTE
4.- Deportes
CORTE
5.- En la escena/ Cámara al hombro
CORTE
6.- El mundo/ En síntesis/ La máquina del tiempo
CORTE
7.- Reporte Vial/ Antes de Salir/ Comentario
CORTE
8.- Reporte Vial/ Consultorio
CORTE
9.- Clima/ Notas/ El marchante de los libros
CORTE
10.- Espectáculos/ Deportes
CORTE
11.- En Síntesis/ Despedida.

HECHOS TARDE: Desde 1995, Hechos Meridiano se presenta de lunes a viernes de 15 a 16 horas, bajo la conducción de Ana María Lomelí y Jorge Zarza, ambos egresados de la Escuela Carlos Septién García. Su lema es “Aquí y ahora” cuyo propósito principal es informar desde el lugar de los hechos de forma precisa e inmediata.

De acuerdo con la información proporcionada por la empresa “Este noticiario aborda temas de interés nacional e internacional, por eso el espectador puede estar seguro de encontrar en este espacio la mejor opción para tener acceso a la información más completa y reciente.”

SECCIONES: Las secciones fijas del noticiario son el mundo, deportes y espectáculos, esta última se presenta en dos bloques; el resto van apareciendo de manera variada durante la semana. Cabe señalar que al mandar a un corte comercial menciona una pregunta de cultura general y al regresar se da la respuesta. Y al final del espacio se hace un resumen informativo con las notas más importantes que se comentaron en el noticiario

Ciencia y Tecnología: Mariano Riva Palacio informa sobre los descubrimientos científicos y tecnológicos más recientes.

Mujer es poder: Hannia Novell presenta reportajes sobre mujeres conocidas con profesiones inusuales. Cabe señalar que dentro del espacio se anunció que la presentadora se iba a laborar a Azteca América por lo que la sección podría desaparecer.

¿Cómo le hago?: Edgar Galicia resuelve las dudas sobre trámites legales, permisos, créditos, etc.

¿Dónde están?: Eduardo Cano hace un servicio social al presentar datos y rasgos físicos sobre personas extraviadas.

Pa'que te alcance: Agustín Rodríguez proporciona al televidente consejos para la economía familiar.

El mundo: Es la sección internacional del noticiario.

Finanzas: Es un comentario elaborado por Alberto Aguilar.

Deportes: Leopoldo de la Rosa y Luis Manuel López presentan las noticias más relevantes del mundo deportivo.

Espectáculos: Esteban Macías proporciona información de cultura y espectáculos.

Salud: Segio Vique informa sobre las enfermedades más comunes y da consejos de cómo curarlas o prevenirlas. Además, menciona los avances científicos relacionados con la salud.

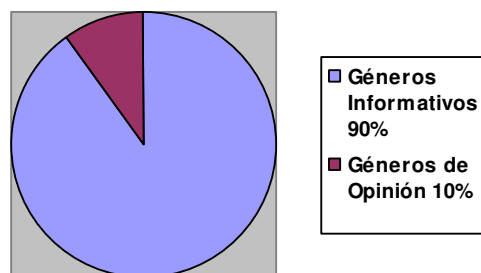
Hechos de Peluche: Es la caricatura en televisión.

ESTRUCTURA: Está dividido en cuatro bloques.

1.- TEASER
Notas/ ¿Dónde está?/Espectáculos/ Finanzas
CORTE
2.- Mujer es/ ¿Cómo le hago? / Espectáculos
CORTE
3.- Notas/El mundo/ Deportes
CORTE
4.- Hechos de Peluche/ Espectáculos
CORTE
5.- Síntesis de la información/ Despedida

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: La nota informativa, la encuesta, la entrevista, la crónica, el reportaje, la reseña y los hechos de peluche se pueden considerar otra de las nuevas modalidades que ha adquirido el periodismo de opinión en la televisión.

GÉNEROS DE LUNES A VIERNES EN HECHOS TARDE

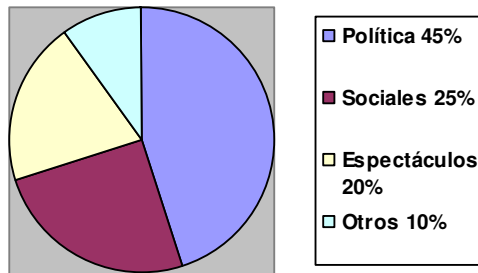


El tiempo que le dedica este espacio a los géneros de opinión de lunes a viernes se traduce en un 10%.

TEMÁTICAS DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN.

Las secciones de este espacio que son propiamente de periodismo de opinión son: Hechos de Peluche y la sección de espectáculos donde Esteban Macías, titular de ese espacio, se dedica a criticar películas, discos, obras de teatro, etcétera.

SECCIÓN HECHOS DE PELUCHE	FRECUENCIA
TEMAS:	
POLITICOS	9
SOCIALES	5
OTROS	2
SECCIÓN DE COMENTARIOS DE	
ESTEBAN MACIAS	
TEMAS:	
ESPECTÁCULOS	4
FRECUENCIA TOTAL	20



En resumen, los temas que se abordaron en las secciones de opinión en este noticiario durante el mes de Julio del 2004 fueron: Política 45%, Sociales 25%, Espectáculos 20%, Otros 10%.

HECHOS NOCHE:

“Es el noticiero estelar de Azteca 13, presenta los hechos más importantes del día, además de reportajes de profundidad. Hechos Noches es ameno e interesante. La noticia real con la información de verdad.

A Javier Alatorre, dos décadas dedicado al periodismo le han permitido consolidarse como el periodista con mayor credibilidad de la televisión mexicana. Su estilo fresco y sin cortapisas, ha marcado un parte aguas en el periodismo electrónico”
www.tvazteca.com.mx

Hechos Noche se transmite a partir de 1994 por lo que es uno de los espacios informativos con una larga trayectoria en la televisión mexicana. Se transmite de lunes a viernes de 10 a 11 de la noche por Azteca 13.

SECCIONES:

Hechos de peluche: Es la caricatura en televisión en donde se representa los principales personajes del acontecer nacional e internacional.

Deportes: Bajo la conducción de Enrique Garay.

Finanzas: Es leída por Javier Alatorre.

El mundo: Es la información internacional, la cual también es leída por el conductor del noticiario.

*Nombres,
Nombres y*

Nombres: Es el comentario financiero elaborado por Alberto Aguilar. Se presenta Lunes, Miércoles y Viernes.

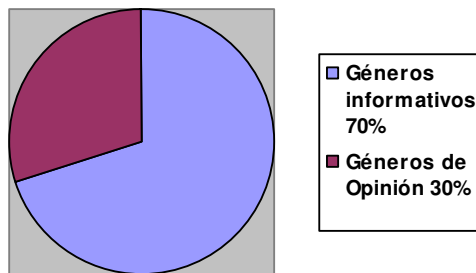
Editorial: Está a cargo de Erick Guerrero. Aparece los lunes, martes y jueves.

ESTRUCTURA: Conformado por 4 bloques.

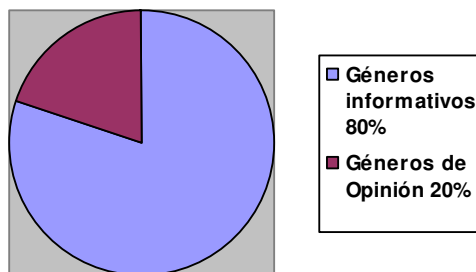
1. TEASER.
Notas/ Finanzas
CORTE
2. Notas/ Nombres, Nombres/ Erick Guerrero
CORTE
3. Notas/ El mundo
CORTE
4. Deportes/ Hechos de peluche/Despedida

GÉNEROS PERIDÍSTICOS: Es uno de los espacios informativos más completos pues emplea la mayoría de los géneros, encontramos por orden de importancia: La Nota informativa, El reportaje, la crónica, Entrevista, la encuesta, Comentario y los Hechos de Peluche; que como se había señalado es una de las nuevas modalidades del periodismo de opinión en la televisión.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS LOS LUNES EN HECHOS NOCHE



GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS DE MARTES A VIERNES EN HECHOS NOCHE

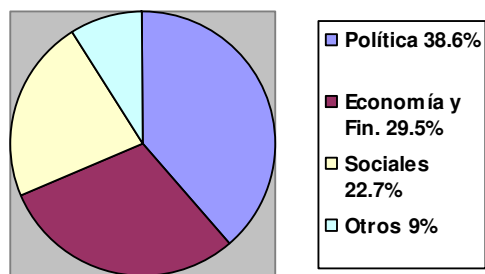


Los géneros de opinión en este informativo están a cargo de los comentarios realizados por Erick Guerrero y Alberto Aguilar. Y la otra sección de opinión es la de los “Hechos de Peluche” que se transmite diariamente.

Cabe señalar que el lunes es cuando hay mayor empleo de géneros de opinión toda vez que las tres secciones de opinión aparecen en este día de la semana, el resto se van alternando los comentaristas.

TEMÁTICAS A TRATAR EN LOS GÉNEROS DE OPINIÓN

SECCIÓN/ TEMA	FRECUENCIA
COMENTARISTAS	
ERICK GUERRERO HABLO DE:	
POLÍTICA	6
ECONOMÍA	1
SOCIALES	3
OTROS	2
ALBERO AGUILAR HABLO DE:	
ECONOMÍA Y FINANZAS	12
LOS HECHOS DE PELUCHE	
POLÍTICOS	11
SOCIALES	7
OTROS	2
FRECUENCIA TOTAL	44



Los temas abordados en las secciones de opinión durante el mes analizado, se habló de: Política en un 38.6%; Economía y Finanzas, 29.5%; Sociales 22.7%; Otros, 9%.

HECHOS SÁBADO

Es el único noticiario de fin de semana de Televisión Azteca. Informa sobre los sucesos más importantes de último momento en sábado y se transmite en punto de las 13:50 hasta las 15:10. Está bajo la conducción de Jaime Guerrero y Gabriela Alcalá.

De acuerdo con datos proporcionados por la televisora este espacio es un “taller de experimentación con estudiantes y recién egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación, pues ellos son los encargados de elaborar las notas y el contenido del noticiario”. Es de resaltar que varios de los reportajes transmitidos a lo largo de la semana en los diferentes noticiarios de la televisora, son retransmitidos en este espacio.

SECCIONES: Cuenta con la sección de

Deportes: Con la información más relevante en el mundo deportivo, y hace referencia sobre los partidos de fútbol y justas deportivas que se van a llevar a cabo el fin de semana

Espectáculos: Se informa sobre los hechos más relevantes de la farándula, pero además muestra la cartelera de cine y teatro. Hay dos intervenciones dentro del noticiario

Gente Interesante: que consiste en hablar sobre la vida y trayectoria de gente destacada en un campo profesional, puede ser un abogado, un médico, un artista, etc.

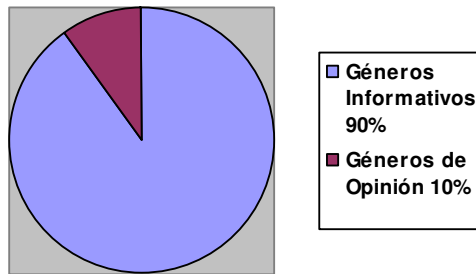
El numerito: En ella se analiza y comenta sobre un hecho más relevante de la semana.

ESTRUCTURA: Consta de 6 bloques informativos

1. TEASER
Notas
CORTE
2. Notas
CORTE
3. Espectáculos/Notas
CORTE
4. Notas/ Gente interesante
CORTE
5. Espectáculos/ El numerito
CORTE
6. Notas/Deportes/ Despedida.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Nota informativa, Reportaje, Crónica, Encuesta, Reseña Crítica.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS EN HECHOS SÁBADO



El espacio que se le dedica a los géneros de opinión es en la sección de espectáculos, en donde se hace reseñas críticas de obras de teatro y de películas.

CANAL 11

ONCE NOTICIAS CON ADRIANA PÉREZ CAÑEDO

De una manera ágil y amena, Adriana Pérez Cañedo presenta la información más relevante en México y el mundo. Se transmite de lunes a viernes de 9 a 10 de la noche.

“El personal de Once Noticias rige su labor y comportamiento profesional de acuerdo con el Código de Ética y el manual de políticas y procedimientos de Canal Once. El personal de Once Noticias se compromete a seguir los procesos escritos, formatos e instructivos del Sistema de Calidad de Once Noticias, de acuerdo con las políticas y objetivos de la Certificación ISO 9000, en vigor desde el 5 de septiembre del 2003” (Información proporcionada por la televisora)

SECCIONES: Es uno de los noticiarios nocturnos que cuenta con el mayor número de secciones, en su mayoría son leídas por la conductora del informativo, aunque hay ocasiones que se presentan con una voz en off. Las secciones que se encontraron son: Economía, Estados, Internacional, Cultura, Ciencia y Tecnología, Deportes; y los martes se presenta *Negocios a fondo* donde se hace un análisis sobre las finanzas del país; y los miércoles se presenta *Recomendaciones* bajo la conducción de Miguel de la Cruz.

ESTRUCTURA: Esta dividido en 5 bloques

1. TEASER
Notas
CORTE
2. Notas/ Estados/ Cultura
CORTE
3. Notas/ Economía
CORTE
4. Notas/ Internacional
CORTE
5. Notas/Ciencia y Tecnología/ Deportes/ Despedida

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Se basa en lo que es la nota informativa, reportaje y entrevista. En menor medida de la crónica. Cabe señalar que el periodismo de opinión en este espacio no es empleado, salvo que exista una situación que amerite la presencia de un columnista.

CANAL 40

CNI NOTICIAS

“CNI Noticias cumple cuatro años de marcar la diferencia en el periodismo de televisión. Su equipo de reporteros y productores trabaja para llevar al televidente un programa informativo con las noticias más relevantes de México y el mundo. Es un noticiario que piensa primero en el periodismo y en su auditorio. Un programa de televisión que respeta la inteligencia del público y muestra la realidad tal como es: sin contemplaciones, sin censura. **Con conductores periodistas que no son sólo lectores de noticias, que aportan la crítica y el análisis** que busca un televidente bien informado” (Información proporcionada en entrevista a Roberto López, coordinador general del noticiario elaborada realizada el 14 de Julio 2004)

CNI Noticias es el único espacio informativo que cuenta este canal y se transmite de lunes a viernes de 10 a 11 de la noche, y es conducido por el periodista Ciro Gómez y Yuli García. Es de resaltar que presenta información de México y el mundo, pero centra su interés sobre las problemáticas de la ciudad de México y su área metropolitana.

SECCIONES:

CLIMA: Es el único noticiario nocturno que maneja la información del tiempo y clima en nuestro país. Pero además, la conductora hace un pequeño comentario sobre “el clima político” que se vive hoy en día

BREVES INTERNACIONALES: Es una síntesis del acontecer mundial.

DEPORTES: Esta bajo la conducción del columnista Carlos Arlet quien no solo presenta la información sino comenta y opina respecto a ella.

FINANZAS: David Páramo informa y comenta sobre la situación económica y financiera de nuestro país.

Hay otras secciones que se presentan solo 1 vez por semana y son:

LA CONVERSACIÓN DEL JUEVES: Un reportero de CNI tiene una charla con un político, sociólogo, escritor, novelista, productor o cualquier persona importante dentro del escenario político y social de nuestro país.

MIÉRCOLES DE ENCUESTA: Se hace un sondeo de opinión sobre algún tema o suceso importante que acontece en México o el mundo

ESTRUCTURA: En comparación con los demás informativos, CNI Noticias es un noticiario irregular en cuanto a su estructura debido a que hay días que llega a tener 3 bloques y otros 4. Esto se debe principalmente a la o las entrevistas que se realizan. Por ello, vamos a tomar en consideración la estructura de cuatro bloques, toda vez que Roberto López, coordinador general del noticiario, señaló que es la más empleada dentro del noticiario.

ESTRUCTURA:

1. TEASER
Noticias
CORTE
2. Noticias/Breve Internacional/Finanzas
CORTE
3. Entrevista/ Notas
CORTE
4. Clima/ Deportes/ Despedida.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Utiliza de manera equilibrada la mayoría de los géneros periodísticos: Nota informativa, crónica, reportaje, entrevista y encuesta. De acuerdo con Roberto López sí hay géneros de opinión en todo el noticiario pues reitera que los conductores no son lectores de noticias son periodistas y comentaristas, por lo que informan y opinan sobre los hechos más importantes. En este sentido se podría decir que son géneros híbridos entre opinión e información.

CANAL 22

VENTANA 22: Es el noticiario cultural de la televisión mexicana, es el único en especie pues informa sobre las bellas artes y los diversos movimientos culturales suscitados a nivel nacional e internacional.

Se transmite de lunes a viernes de 8:30 a 9:00 de la noche bajo la conducción de Laura Barrera, y se retransmite a las 14:00 a 14:30 del día siguiente.

SECCIONES:

FRONTERA ERRANTE: De forma breve y ágil se menciona sobre los asuntos migratorios de nuestro país con Estados Unidos, y sobre hechos más destacados en México y el mundo.

SEGMENTO MUSICAL: Al final del noticiario se presenta un video clip o en el estudio se presenta a un grupo musical que interpreta melodías más destacadas en el ámbito musical. Por supuesto, alejados de los cánones y criterios de la televisión comercial.

Hay secciones que aparecen una vez por semana y son:

CÁMARA ROJA: Un crítico de cine hace un comentario sobre una de las películas que hay en cartelera externando su punto de vista al respecto. Se transmite los jueves.

RUTA DEL OCIO: Son las recomendaciones y sugerencias de actividades y eventos a los que puede acudir el público los fines de semana para pasar un momento de sana diversión. Pasa los días viernes.

ALTA DEFINICIÓN: Es el comentario del periodista y crítico en medios Álvaro de la Cueva. Se transmite el viernes

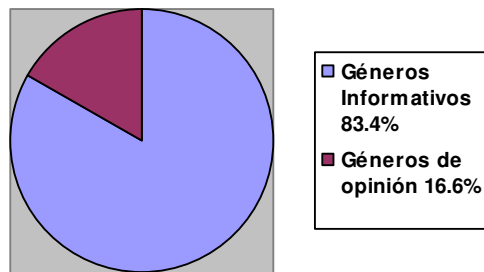
ESTRUCTURA: Se divide en tres grandes bloques.

1. TEASER
Notas/ Frontera Errante
CORTE
2. Notas/ Comentario
CORTE
3. Notas/ Despedida/ Segmento musical.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: A pesar de que es un espacio de 30 minutos de duración utiliza una gama amplia de los géneros periodísticos, en comparación con los demás noticiarios de corta duración.

Los géneros que hay son: Nota Informativa, entrevista, encuesta, reportaje, crónica, reseña crítica y el comentario.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS EN VENTANA 22



Los géneros de opinión están a cargo del comentarista Álvaro Cueva quien se dedica a comentar sobre medios de comunicación; y en la sección cámara roja en donde se hace una reseña crítica de películas.

VENTANA SEMANAL: Es el informativo cultural de los fines de semana, y en él se puede encontrar un resumen de las notas más importantes de la semana en el ámbito cultural, además de que es enriquecido por entrevistas y reportajes. Es conducido por Jacaranda Correa y se transmite los sábados de 8:00 a 9:00 PM.

SECCIONES: Solo cuenta con la Cartelera Cultural, pues se basa más en lo que es el resumen semanal y en entrevistas.

ESTRUCTURA: Se divide en cuatro bloques.

1. TEASER
Breves Culturales/ Resumen semanal
CORTE
2. Notas/ Entrevista
CORTE
3. Notas/ Entrevista
CORTE
4. Entrevista/ Cartelera Cultural.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Se basa principalmente en la entrevista, nota informativa y reportaje. No hay géneros de opinión como tal.

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Es de resaltar que los noticiarios matutinos tienen una duración de tres horas de lunes a viernes y ponen especial énfasis en cierto tipo de información como cotizaciones de la Bolsa de Valores, manifestaciones, desordenes públicos, contaminación, reportes viales y estado de tiempo.

Los matutinos son por lo regular la repetición de la información de la emisión nocturna del día anterior, en cambio los vespertinos privilegian las noticias generadas en las últimas horas, aunque se pueden complementar con información de matutino, tienen una duración de 30 a 60 minutos diarios.

Las emisiones nocturnas presentan el resumen de las noticias más relevantes del día; son los espacios estelares de la televisión en cuanto a informativos se refiere, por lo que se programan en horarios de alto nivel de audiencia y duran en general 60 minutos.

En síntesis, después de un análisis elaborado por un mes de los 15 noticiarios de la televisión mexicana, sólo ocho son los informativos que emplean a los géneros periodísticos de opinión y son los que se tomarán en cuenta para la clasificación y categorización de los mismos.

Los espacios seleccionados son: El noticiario de Joaquín López Doriga, Nueva Visión con Carlos Loret, Hechos AM, Hechos Tarde, Hechos Noche, Hechos Sábado, CNI Noticias con Ciro Gómez y Ventana 22.

Es pertinente señalar que los géneros de opinión se encuentran en su mayoría dentro de los noticiarios estelares y cuya duración es de 60 minutos. Por lo general se centran más en temáticas políticas y sociales, que en otros ámbitos como la salud, ciencia, tecnología y en los espectáculos.

A su vez, los géneros de opinión tienen una mayor presencia e incluso, en ocasiones, llegan a ocupar el mismo tiempo que los géneros informativos los días viernes. Esto se debe principalmente a que en este día se hace un resumen de los aspectos más relevantes que ocurrieron en la semana, y es el momento donde se aprovecha para realizar un análisis de los mismos, con el fin de orientar la opinión pública.

Por último, es importante resaltar que el único noticiario que emplea el editorial es el de Joaquín López Doriga. Es probable que esto se deba principalmente a que el editorial implica manifestar un postura frente a los acontecimientos por parte de la emisora, y esto en un momento dado, puede traer ciertos problemas con organismos, instituciones, autoridades, gobernantes, entre otros, y puede ser una de las razones por las cuales éste género no tenga tanta proyección dentro de los noticiarios de televisión, como los demás géneros de opinión.

ANEXO 2

INFORMACIÓN SOBRE HECHOS DE PELUCHE

Hechos de Peluche no es un noticiero, no es un talk show, no es un programa normal. Hechos de Peluche es un espacio diario dentro de los noticiarios de Hechos para comentar con humor y "mala leche" la nota principal del día. Y es que en **Hechos de Peluche** pensamos que nuestra misión es arrancarle una sonrisa reflexiva a todo aquel que observa aterrado cómo sus ahorros se hacen polvo, o cómo sus dirigentes, todos los días, siguen prometiendo y prometiendo. Hechos de Peluche es la caricatura editorial en la televisión, es la historieta llevada a la tele y, sobre todo, es una manera irreverente y divertida de entender y comentar todo lo que pasa en México y en el mundo.

Este programa pretende continuar una tradición de "programas políticos realizados con muñecos, cuyo primer antecedente es "Spitting Image", programa inglés de principios de los ochenta, y cuyo éxito se tradujo en la realización de diversas versiones en países como España, Francia e Israel. En México, los Peluches han creado su propio estilo que busca reflejar las tradiciones y costumbres nacionales, mediante la utilización del humor político.

Esta producción comenzó con apenas dos muñecos de las caricaturas de los personajes más notables de la política de México, y hoy, las bodegas de los Peluches tienen más de 100 muñecos, entre los que se cuentan los presidentes de México y del mundo, políticos de todos los partidos, artistas, deportistas y hasta personajes de la picaresca popular como ambulantes, policías, niños pícaros y científicos locos.

Hechos de Peluche lo realiza un equipo de más de 30 personas entre actores, escenógrafos, guionistas, personal de producción, realizadores, etcétera. Y tiene una historia que se remonta al 4 de noviembre de 1996, cuando vimos por primera vez la luz con una tímida capsulita que llevaba como protagonista al ex procurador panista Losamo Gracias y a su subprocurador estrella Chafa Pesadilla.

Hoy, el público puede ver a los Peluches en **Hechos AM** todos los días. También en **Hechos Meridiano**, los lunes y jueves, en **Hechos Sábado** y, por supuesto, en **Hechos con Javier Alatorre**.

Alejandro Sánchez, guionista: Pude ser brillante en varias profesiones pero por el destino o por mi tontería terminé como guionista de radio y televisión. En algún momento de mi vida fui maestro de niños, que hoy me los encuentro de comerciantes ambulantes o de "guagüis" repartiendo tarjetas de casas de mala nota. Después incursioné en el mundo de los economistas pero por un oportuno escrúpulo abandoné la nave antes del error de diciembre del 94. En mis ratos libres me dedico a la música. Quisiera dedicarme al jazz pero la neta, toco cumbias, quebraditas, "la vaca... la misma vaca" y "muéve tu cuchi cuchi, mami".

Antonio Garci, guionista: Egresado de la carrera de Comunicación Gráfica en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, ha realizado diversas exposiciones nacionales e internacionales en foros como la VI Bienal Internacional de Humorismo, La Kartonale en Bruselas, Bélgica, Humor en Madrid, España y El Mono Polio en México D.F.. Caricaturista en periódicos como El Día y. El Financiero, y guionista en el

programa “El Güiri-Güiri” y “Al derecho y al Derbez”. Fundador y creador, junto con Andrés Bustamante, del sitio ponchito.com en Internet. Ha publicado además Sex Zoo (libro de caricaturas), 1988. Diccionario Humorístico Ilustrado (ilustraciones del libro), 1990, Des refranero Popular, 1996, Editorial Siglo XXI y Las gallinas quieren pollo, Editorial Siglo XXI octubre de 1996. También realiza varias obras de teatro como El Caso PVC, Las Fábulas del Camaleón y Upa Sanguaza. Ha recibido varios premios entre los que se cuentan el Premio Nacional de Periodismo 1995, el Premio de Periodismo José pagés Llergo en la categoría de Caricatura que da la revista Siempre y el Premio Haenen & Partners de la 16a. Kartonale de Bélgica.

Marco Antonio Flota, guionista: Durante 40 años de ejercicio periodístico, ha colaborado en diarios como El Sol de México y El Diario de los Ángeles, de los que fue miembro fundador, El Herald, en el que estuvo 25 años como columnista y El Universal, trabajó 27 años como libretista para Televisa en Los Polivoces, con Silvia Pinal, Raúl Astor, Luis de Alba, Topo Gigio, etc. En Canal 13, lleva 18 años haciendo programas de humor político, tales como Cotorreando la Noticia. Asimismo, fue director de Canal 13 y del periódico Novedades en su natal Mérida, Yucatán. Escribió las comedias políticas Adiós Guayabera' Mía, La Corrupción Somos Todos, La Docena Trágica, Vida y Despiporre del Burócrata, Lolita está Embarazada, entre otras. Actualmente también es colaborador del programa radiofónico Ensalada'de Lechuga, y escribe una columna diaria en el diario Reforma y en 20 periódicos de provincia.

Luis Rodríguez Leal, editor literario y Actor: interpreta al Oficial Duro, Fidencio Velachaquez, Paco Gil Auditorías, y Tranzcazo, entre otros. Egresado de la Facultad de Economía de la UNAM, trabaja en la Secretaría de Hacienda y en la Presidencia de la República. Corrige el rumbo y se dedica al teatro estudiando en el Centro Universitario de Teatro la carrera de Actuación. Escribió guiones para diversos programas de Imevisión, el Canal 22, algunas productoras independientes y desde hace algunos años para **Hechos de Peluche**. También ha desarrollado una carrera como dramaturgo y director, presentando su trabajo en foros de la UNAM y el Centro Nacional de las Artes. Escribe y dirige obras de teatro-bar como Inocentes Perversiones, De Prostitutas, y Murmullos; entre otras puestas en escena, destacan Rasputín, o El Fin del Mundo, La Ciudad Sagrada y La Domadora. Recientemente la Compañía de Teatro de la Universidad de Guadalajara, pone en escena su obra Jennifer, Una Sombra en la Oscuridad, seleccionada para participar en la Muestra Nacional de Teatro 2001.

Arturo Martínez Aviña: director de escena: Interpreta a Perfidio Muñón Leído entre otros. Nacido cuatro años antes de que los setentas se pusieran de moda, no le quedó más remedio que ser admirador de Elvis y de los Beatles durante la infancia, hecho que lo llevó a tener una cierta inclinación (de aproximadamente 45 grados), por la greña larga y la cochinita pibil. Ya despuecito, durante la adolescencia y la juventud, le dio por escribir y por actuar, porque a la Química no más no le dio. Aún así intentó ser gente de bien y le entró al laberinto de la sicología, para después concluir que definitivamente él no era gente de bien. Se fue a la Escuela de Arte Dramático de Bellas Artes, estudió un rato en la Superior de Música y hasta sicodrama en una escuela que está para eso. Se siguió estudiando otro rato cosas raras como un seminario sobre el teatro de los exiliados y otro sobre la Técnica de Bertolt Brecht. Y como dicen "Ya encarrerado el ratón..." y que se lanza a actuar, producir y dirigir y/o escribir como treinta obras de teatro, entre las que cuenta la leyenda que están: El Extensionista, Los Dos Hermanos, Sueño de Una Noche de Verano, Juan y Virginia se Aman, y varios

etcéteras. Ya instalado en la necesidad le entró a la tele, donde ha chambeado como asistente, guionista, actor y productor en programas como Kolitas, Échale un Lente, Tempranito, entre otros. Compone canciones, música para teatro y jingles con una fuerte influencia del más puro estilo Dios quiera y salga. Aunque no ha aprendido nada, ha dado clases desde primaria, secundaria, prepa, Arte Dramático, guionismo, y recientemente en el Cefac de TV Azteca.

César Monroy Galván: Interpreta a Chente Fax, Vil Gritón, George Pash, Anguila Sinser y Chico, entre otros. En su experiencia como actor, participó en siete capítulos de la telenovela Al Norte del Corazón que produjo TV Azteca; en teatro, ha actuado y dirigido obras como Upa Sanguaza, Aladino y la Lámpara Maravillosa, El Planeta Rojo y Los Caprichos del Rey David; en televisión actuó al lado de Andrés Bustamante en El Güiri-Güiri, El Güiri-Güiri y otros Bichos, así como en ¿y por qué?, y en las Cápsulas Telegana. También ha participado en la voz de Videos Motivacionales para diversas compañías del mercado. Su voz, además se ha escuchado en programas de radio como Complot Deportivo, Voces del Campo y Circo Maroma y Radio, en Radio Educación; y en comerciales para Baden Light, Naranjada Monterreal, Yale, Calpan, DIF, Hotel El Cid, California Net, y Farmacias y Similares, entre muchos más, y en televisión en La Venta Increíble y Los Otros Protagonistas, cápsulas informativas producidas por Fuerza Informativa Azteca.

Omar Pacheco: Interpreta a Pepe Luche, Dr. Frankenstein, Mareado Palazos, Perro perrín, Hugol Chances, Albures Guilles, entre otros. Estudió Literatura Dramática y Teatro en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM; cursó Técnicas de Manejo de Títeres para televisión, impartido por instructores de Sesamen Street New York de 1993 a 1996; cursó Creación de Personajes y Manipulación de Títeres para Televisión y guionismo. Su experiencia en televisión la adquiere en Super Ondas, Plaza Sésamo, Caritele, Chato y sus Amigos, y Telechobis. Ha escrito y actuado y dirigido obras como: Por un Amigo, Las Cosas Simples, Un Tabú en la Familia, Dios, El suplicio del Placer, CATIE y el Hipopótamo, Mina la Rata que Contamina y Jesucristo Superestrella. En cuestiones musicales, fue integrante del dueto musical Sol y Sombra, vocalista del grupo de rock La Rambla, en donde compuso, al menos, 100 temas musicales.

Manuel I. Larriñúa Mendoza: Interpreta a López Cobrador, Castañuela, E. Saja, Del Villar, entre otros. Ha participado como actor director y autor de obras de teatro como: La Existencia, Conaenado a Muerte, Tiempos Modernos, El Diablo en el jardín, Cuando Seamos Viejos, Pasó de Madrugada, El Tintero y Las Manos de Dios; en la producción de videos como: Muerte en Tanzania, Cuando los Ángeles Lloran, La Pelota (CUEC), Nuestro Amor, Enfermos Terminales, La Noche Está Cayendo y El Robo; en cine ha desarrollado ejercicios filmicos en el CUEC con El Paraíso, Esperando Itinerario, La Luz, asma y Tierra-Luna; en televisión a participado en programas como Rock Tierra, producido por el Tecnológico de Monterrey, Te Caché, y Platícame.

Mauro Florentino Valdés Samaniego: Interpreta a Johnny Mentero, Enroque Sillanueva, Felipillo Caderón, Mapri Baitres, entre otros. Estudió en el Instituto de Artes Interpretativas de Monterrey, Nuevo León. Su principal experiencia la ha adquirido en teatro, participando en obras como: El Cuento del Zoológico, Equus, El Beso de la Mujer Araña, Enemigo de Clase, Historia de un Caballo y Falsa Crónica de Juana la Loca.

Araceli Pacheco: Interpreta al Profesor Slavomir, Domitila, Teatríz Paredes, entre otros. Es actriz; es egresada de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM en la carrera de Literatura Dramática y Teatro. Ha tomado cursos de actuación con el Maestro Héctor Mendoza, el Maestro José Caballero, Héctor Gómez, Rodolfo Valencia y la Maestra Soledad Ruiz; ha participado como actriz en más de veinte obras de teatro, entre las que destacan: Antonieta en la Ausencia (Festival Cervantino), Aztlán, Tierra de Nostalgia, Juan y Virginia se Aman y El Ensayo General; en televisión ha participado en los programas El Chamán y La Hora Lunática.

Hilda Soriano es la productora ejecutiva de **Hechos de Peluche**; es egresada del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM, ha trabajado desde 1980 en televisión, en programas como A capa y Espada, Buenos Días, A la Misma Hora y Barriendo la Noticia, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Martín. *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. Madrid, España. Ed. Aguilar, 1970.
- Alsina Miquel, Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona, España, Ed. Paidós, 1981.
- Anuario de investigación de la comunicación. CONEICC. Ed. Opción, México, 1999
- Berger y Thomas Luckman, *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Ed. Amorrortu, 1994.
- Canal 11, informe de actividades 1991-1994, México, D.F
- Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo. *Las cosas del decir*. Barcelona, España, Ed. Ariel, 2000.
- Cassasús, José. Ma. *Teoría de la Imagen*. México, Ed. Salvat, 1974.
- Cebrián Herreros. *Géneros Informativos audiovisuales*. 2ª. ed., México, Ed. ILCE, 2000
- Dallal, Alberto. *Lenguajes Periodísticos*. México, D.F., UNAM, 1989.
- De la Mota Ignacio, H. *Diccionario de la Comunicación*. Ed. Nueva Imagen, 1987.
- Mc Quail, Denis *Sociología de los medios de comunicación*. Argentina, Ed. Paidos, 1993.
- Diez Fernández, Federico. et. al. *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. México, Ed. Paidos, 2000.
- Donis A. Donis. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. 14ª ed. México, D.F. Ed. Ediciones G.Gilli, 1992.
- Durand F. Mercedes et. al. *Cuaderno de Trabajo de Géneros periodísticos de opinión*. México. UNAM, FCPyS, 1991.
- Figuroa Bermúdez, Romeo. *¡Que onda con la radio!* México, Ed. Pearson Educación., 1997.
- Fishmann, Merk. *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Tres tiempos, 1983.
- Bond Fraser. *Introducción al periodismo*. Ed. Limusa. Noriega Editores, 1996
- Fuentes Pujul, Gloria. *Colección de la Historia de las comunicaciones y los Transportes en México*. La radiodifusión. Ed. SCT, México, 1987.

García Jiménez, Jesús. Información audiovisual II. Los géneros. Madrid, España, Ed. Paraninfo, 2002.

Garguverich, Juan. *Géneros Periodísticos*. Quito, Editoriales Belén, 1982.

González Reyna, Susana. *En la construcción del discurso periodístico*. Tesis de Maestría. FCPyS, UNAM, Maestría en Comunicación, 1991.

González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*. 4ª. ed México. Ed. Trillas, 1990.

González Reyna, Susana. *Periodismo de opinión y discurso*. 2ª. ed, México, Ed. Trillas. 1999.

González Treviño, Jorge Enrique. *Televisión. Un enfoque alternativo Teórico-Práctico*. 2ª. ed Alambra, México, 1997.

Gutiérrez González, Mónica. *Manual de periodismo televisivo*. Ed. Trillas. México, 1997.

Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio, el guión, la realización*. México. Ed. Cromacolor, 1994.

Hall, Kevin, y Merino, Ruth. *Periodismo y creatividad*. México, D.F. Ed Trillas, 1998.

Herbert Zettl. *Manual de Producción de televisión*. 7ª ed. México, D.F Ed. Thompson.. 1999.

Hilliard Robert. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México Ed. Thompson. 2000.

Información proporcionada por Hilda Soriano en el programa especial de “10 años de Azteca” transmitido el sábado 2 de agosto del 2003 a las 10:00 p.m

Del Río Reynaga, Julio. *Periodismo interpretativo: El reportaje*. Quito, Editorial Epoca, Colección Intiyán, 1978.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. México. Ed. Grijalbo, 1986.

Llorech, Soler *La televisión: Una metodología para su aprendizaje*. Barcelona, España, Ed. Gustavo Gili, 1991.

Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. Méx, D.F. Ed. Gedisa, 2002.

Martín Alonso, *Ciencia del Lenguaje y arte del estilo*. Águila, Madrid, 1970.

Martínez Albertos, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*. 5ª ed, España, Paraninfo, 1998.

- Maximiliano Maza *Guión para cine, radio y televisión*. Méx. D.F. Ed. Pearson Education, 1999.
- Millé Moyano, Carmen. *Antología de imagen y periodismo*. México, D.F., FCPyS, UNAM, 1995.
- Moreno Pineda, Ma. Teresa. *Lengua y Literatura*. Méx. DF Ed. Santillana, 1991.
- Núñez Ladeveze, Luis. *El lenguaje de los media. Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Madrid. Ediciones Pirámide. S.A. 1979.
- Ortega Zapata, Héctor. *Los géneros televisivos*. Tesis de Licenciatura. FCPyS. Méx. 1998.
- Rangel Hinojosa, Mónica. *El debate y la argumentación*, México, Trillas, 2002.
- Perelman, Charles. Et al. *Retórica y lógica*. Seminario de problemas científicos y filosóficos. Col. Suplementos 20, UNAM, México, 1987.
- Prieto Castillo, Daniel. *La fiesta del lenguaje*. México, Ediciones Coyoacán, 1994.
- Revista Somos 50 años de la televisión en México* No. 191 Enero del 2000
- Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo*. 3ª. ed, México, Ed. Trillas, 2000.
- L. Hillard, Robert. *Guionismo para medios audiovisuales*. México, Pearson Education, 2002.
- Santamaría, Luisa. *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid, Editorial Paraninfo, 1990.
- Serrano I. Helga. *Técnicas de enseñanza del Periodismo*. Méx. D.F. Ed. Trillas, 1997.
- Tostado Span, Verónica. *Manual de Producción en televisión*. México. Ed. Pearson Education, 1993.
- Teun Van Dijk. *Texto y contexto*. 3ª ed, Madrid, Ed. Cátedra, 1998.
- Teun Van Dijk, *La noticia como discurso*. Barcelona, España. Ed, Paidós, 1998.
- The Washington Post. *La página editorial*. Ed. Gernika.
- Uribe, Hernán. *Sobre el periodismo de opinión y su técnica redaccional*. En Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. No. 86, UNAM, México, 1976.
- Wagner Echeagaray, Carlos. *Déjame que te cuente: los géneros periodísticos y su ética profesional*, México, Trillas, 2000.
- Yorke Ivor. *Periodismo por televisión*. México, Ed. Limusa Noriega Editores, 1994.

Páginas WEB.

www.tvazteca.com.

www.esmas.com/televisahome/noticieros.

www.cct.senado.gob.mx/iniciativaLEYFRTV.htm.

www.cntv.cl.1999.

INDICE TEMATICO

INTRODUCCION

CAPITULO 1. El discurso y sus variantes

- 1.1. El discurso.
- 1.2. Texto y contexto
- 1.3. El discurso oral
- 1.4. El discurso escrito
- 1.5. El discurso visual
- 1.6. El discurso audiovisual
- 1.6.1. El lenguaje televisivo

CAPITULO 2. La television mexicana

- 2.1 Origen y desarrollo de la television mexicana
- 2.2 Marco legal de la television mexicana
- 2.3. La television y sus características como medio masivo de comunicación

CAPITULO 3. Periodismo Televisivo

- 3.1. El noticiario
- 3.2. La revista
- 3.3. Programas de investigacion.

CAPITULO 4. Las formas del discurso y su relación con el ejercicio periodístico.

- 4.1. La Narracion
- 4.2 La Descripcion
- 4.3. La Exposicion
- 4.4. La Argumentacion

CAPITULO 5. Los generos periodísticos en la television mexicana.

- 5.1. ¿Que se entiende por genero?
- 5.2. Los generos periodísticos
- 5.3. Clasificación de los generos periodísticos
- 5.4. Los generos informativos
- 5.4.1 La nota informativa
- 5.4.2 La cronica
- 5.4.3 El reportaje
- 5.4.4 El documental
- 5.4.5 La entrevista
- 5.4.6 La encuesta
- 5.5. Los generos opinativos.

CAPÍTULO 6. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana

6.1 El editorial

6.2. El comentario.

6.3 La reseña crítica

6.4 Mesa redonda

6.5 El debate.

6.6 Humorismo televisivo

6.6.1. Caricatura política o cartón de opinión

6.6.2. Humorismo a través de marionetas

6.6.3. Humorismo por Montaje

6.6.4. Humorismo de Actuación

6.7. Sugerencias metodológicas para la redacción de un género periodístico de opinión.

CONCLUSIONES

ANEXO1 Monitoreo

ANEXO 2 Información sobre Hechos de Peluche.

BIBLIOGRAFÍA