

99
2 ej^o



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**" LOS GENEROS TELEVISIVOS ".
UNA APROXIMACION AL ESTUDIO DE LOS
FORMATOS DE LA TELEVISION MEXICANA.**

**TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
HECTOR GUILLERMO ORTEGA ZAPATA**



DIRECTORA DE TESIS: LIC. LAURA NAVARRETE MAYA

MEXICO, D.F.

JUNIO/06

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1: ORIGEN DE LA PRODUCCION TELEVISIVA EN MEXICO.

1.1	Surgimiento de la televisión	1
1.2	Inicios de la producción televisiva	7
1.2.1	Los primeros programas	12
1.2.2	El patrocinio	15
1.2.3	Desarrollo de la televisión	19

CAPITULO 2: LA CONSTRUCCION DE LOS MENSAJES TELEVISIVOS.

2.1	El concepto "género"	25
2.1.1	Los géneros televisivos	28
2.1.2	Clasificación de los géneros televisivos	31
2.2	Radio y Televisión	41
2.3	Cine y Televisión	49
2.4	Periodismo y Televisión	63
2.5	Teatro, Literatura y Televisión	70
2.6	La Industria del Espectáculo, el Deporte y la Televisión	80

CAPITULO 3: LOS GENEROS TELEVISIVOS.

3.1	Géneros Periodísticos	91
3.1.1	Noticiero	91
3.1.2	De Investigación	113
3.1.3	Deportes	124
3.1.4	Mesa Redonda y Debate	139
3.2	Géneros Dramáticos	148
3.2.1	Teleteatro	148
3.2.2	Dramático	160
3.2.3	Cómico	165
3.2.4	Telenovela	177
3.3	Géneros de Espectáculo	196
3.3.1	Variedades	196
3.3.2	Musical	208
3.3.3	Concurso	216
3.4	Género de Servicio	229
3.5	Género Didáctico	236

CONCLUSIONES 245

BIBLIOGRAFÍA 250

HEMEROGRAFÍA 257

Dedicatorias:

Busco una palabra y es amor
la que define tu imagen,
busco un motivo y son mil
los que me llevan a ti.

Refugio de mis temores,
consuelo de mi tristeza,
tú que me conoces
gracias por tu fuerza.

El tesoro más grande que tengo, eres tú
has llorado y reído conmigo,
he crecido, he aprendido
a tu lado, con tu apoyo.

Por tu respeto y confianza,
tus sacrificios, tus esperanzas
por ser quien más me ama
para ti, por siempre a ti **David**.

Volamos por el cielo,
cruzamos por el mar
construimos nuestro mundo,
aprendimos a luchar.

Por el tiempo compartido,
porque creciste conmigo,
porque somos más que amigos
por haberme comprendido.

Un ayer, un presente
que estarán siempre en mente,
porque hoy estás aquí
a ti, para ti **David**.

Yo sé que la distancia no es barrera
para acompañarme en este momento,
es más, siento tu presencia
escucho tus palabras en el viento.

Miro hacia atrás y te miro
impulsándome a seguir,
camino ahora y te encuentro
tan orgullosa de mí.

A ti que me diste tu amor
y supiste que llegaría
al fin pude cumplir,
a ti abuelita **Tina** ♡

Agradecimientos:

A ti, ante todo por ti
es que hoy estoy aquí
realizando el sueño que desde niño
forjó un camino, sembró ilusión.

Porque me has permitido luchar
contra viento y marea llegar
con la frente en alto
sin nada que temer.

Por la libertad para equivocarme
aprendí a crecer y valorar,
por la razón y el corazón
por lo que tengo y carezco.

Por un Retrato de Familia
que fue lucha y esfuerzo propio,
por mis familiares, mis amigos y Betania
por lo que fui, lo que soy y quien seré
gracias a ti, gracias a **Dios**.

Por su esfuerzo de cada día
las noches de angustia y desvelo,
por su confianza y respeto
para ser quien quisiera ser.

Porque no existe mejor pretexto
que brindar este éxito
con quienes sembré una vez
mi esperanza, mi mañana

Porque justo es reconocer
que si llegué donde estoy
fue gracias a su apoyo,
gracias a mis **Padres**.

A veces no hay palabras
para expresar cada latido del corazón,
pero el sentimiento se expresa
en cualquier instante, en cualquier rincón.

Juntos siempre de la mano
en lo bueno y en lo malo,
cada vez más cercanos
juntos como hermanos.

Porque de una u otra forma
me han apoyado las dos,
dos de mis mayores orgullos,
gracias **Marta**, gracias **Tere**.

No sólo por haber dirigido este proyecto,
sino también por la oportunidad
de participar en una actividad
que me enseñó, me motivó.

Por la confianza en cada momento,
por el tiempo y el apoyo manifiesto
en un camino nada fácil
hasta consolidar esta meta.

Son muchos detalles
que siempre estarán presentes,
hoy no tengo más que decir
gracias **Laura Navarrete**.

INTRODUCCIÓN

Desde su inicio en México la televisión fue concebida por los concesionarios como un medio de diversión y entretenimiento dirigido a toda la familia, por lo que su objetivo fue consolidarla como una *Industria del Espectáculo*, basándose en el modelo norteamericano de comunicaciones, especialmente en lo relativo al modo de financiamiento y contenidos.

Así, por un lado, el nuevo medio se enfocó a la transmisión en *directo* de una variedad de acontecimientos y diversiones, por otro, reprodujo mensajes, estilos y esquemas establecidos previamente en otros medios.

En efecto, como la televisión fue producto de una serie de inventos y descubrimientos en el campo de las comunicaciones, desde el principio careció de una propuesta original en cuanto a sus contenidos. Sólo con la experiencia y el autoconocimiento que dieron los años, la televisión pudo crear sus propios productos, aunque sin independizarse completamente de los medios que le precedieron.

De esta manera la "pantalla chica" se convirtió en transmisora de otros lenguajes y mensajes, reforzados con elementos propios de lo audiovisual; asimismo, retomó códigos y productos de otros medios de comunicación y formas de entretenimiento para crear sus propios mensajes.

Introducción.

En este sentido los productos o *géneros televisivos*, no son sino el resultado de una mezcla de elementos y factores entre los medios de comunicación y entretenimiento que han confluído en la televisión, originando si no productos novedosos al menos si diferentes.

En efecto, los *géneros televisivos* tienen como punto de partida los códigos y lenguajes existentes previamente, pero retoman sólo lo esencial de estos para configurar un tipo de mensaje que responde a las especificidades de lo audiovisual.

Es quizá por esta razón que los *géneros televisivos* no han sido objeto de un estudio profundo ni de una definición por considerárseles repetición o copia de *géneros* ya establecidos, derivando esto en una serie de interpretaciones personales que identifican a los mensajes televisivos desde apreciaciones personales.

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es establecer ciertos parámetros para el estudio de los *géneros televisivos* así como una definición y clasificación que nos permita acercarnos a la televisión desde otra perspectiva.

En este sentido, la tesis es una aproximación a los contenidos de la televisión mexicana desde el punto de vista de los *géneros*, es decir, estructuras definidas que imponen un tipo de mensaje de acuerdo a intereses, objetivos o audiencias a las que se quiere llegar.

La metodología diseñada consistió básicamente en el análisis de los programas que actualmente se producen y

transmiten en la televisión de nuestro país, pues en realidad existe poca información biblio-hemerográfica sobre el tema.

Los programas de la muestra fueron seleccionados de acuerdo a criterios de éxito, elementos o importancia dentro de la empresa productora; se tomaron en cuenta los canales de *Televisa*, *Televisión Azteca*, *Canal 11* y *Canal 22* a fin de tener una visión panorámica de la producción televisiva nacional.

Como *Televisa* es la principal productora de televisión, la mayor parte de los programas analizados nos remitieron a esta, sin embargo, en la medida de lo posible, se realizó una comparación con las series de las otras empresas a fin de obtener resultados generales en los rasgos que definen a los **géneros**.

La investigación se organizó en los siguientes capítulos:

En el **Capítulo 1** se aborda el "**Origen de la producción televisiva en México**" para establecer aquéllos factores que caracterizaron al medio en su inicio, que determinaron la realización de los primeros programas.

El **Capítulo 2** "**La construcción de los mensajes televisivos**", muestra las relaciones de la *Televisión* con la *Radio*, el *Cine*, la *Prensa*, el *Teatro*, la *Literatura*, el mundo del *Espectáculo* y el *Deporte* como fundamento para la construcción de sus propios mensajes. Asimismo se define lo que es un **género televisivo** y se propone una clasificación

Introducción.

que responde a los objetivos y elementos estructurales de cada uno de ellos.

Por último, en el **Capítulo 3, "Los géneros televisivos"**, se establecen los parámetros por los cuales se pueden caracterizar a los mensajes de televisión; esta parte se integra por la definición, el origen, los elementos representativos y la estructura que delimita a cada uno de los **géneros** analizados.

En resumen, la **Aproximación al estudio de los géneros de la televisión mexicana** pretende aportar elementos para un análisis más profundo y detallado de los productos televisivos, al mismo tiempo es un acercamiento a la producción televisiva mexicana en su etapa actual, aspecto que también ha sido escasamente abordado.

**CAPITULO I:
"ORIGEN DE LA PRODUCCION TELEVISIVA EN MEXICO".**

1.1 Surgimiento de la televisión.

Como en 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 imágenes y sonidos hasta pequeños receptores instalados en los hogares por lo tanto, nació dependiente de las técnicas y los contenidos de sus antecesores, entre ellos la radio y el cine.

Socialmente la televisión fue vista más como un nuevo invento que como un nuevo medio de comunicación , por lo que tuvo que enfrentarse al rechazo y la incredulidad social, así como a la competencia que representaron los medios ya establecidos.

Incluso muchos empresarios vieron al nuevo medio de entretenimiento con cierto escepticismo, sólo aquéllos que tuvieron una gran visión comprendieron la importancia que podría tener la televisión al desarrollarse su técnica en nuestro país, entre ellos encontramos a *Emilio Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O'Farrill Sr., Guillermo González Camarena*

y Miguel Alemán Valdés, quienes impulsaron el nacimiento y consolidación de la televisión en México.

Como todo inicio, lo más importante en la penetración del medio fue la búsqueda de mecanismos que despertaran su interés en la sociedad para motivar el consumo de televisores, por ello, los empresarios interesados de una u otra forma en la operación de estaciones transmisoras, llevaron a cabo ciertos mecanismos de "promoción" de la técnica de la televisión, entre los cuales destacamos los siguientes¹:

I. Difusión y explicación de la tecnología y los avances en torno a lo audiovisual en sincronía por medio de publicaciones periódicas (diarios y revistas especializadas).

II. Justificación del nuevo medio tomando como referencia su impacto y éxito en Estados Unidos (donde en los años 40's ya vivía su "época dorada").

III. Instalación de aparatos en cadenas comerciales y cines de gran prestigio (estrategia publicitaria utilizada con un doble fin: atraer clientes a la tienda y motivar el consumo de aparatos receptores).

IV. Utilización de la técnica de la televisión para mostrar operaciones quirúrgicas (método de enseñanza a alumnos de medicina).

V. Anuncios publicitarios insertados en las páginas de los diarios más importantes de la capital en donde se justificaba de alguna manera la importancia de la televisión dentro del seno familiar.

¹ .Para profundizar en el tema, Cfr. GUZMAN Jiménez, David. Identidad corporativa y el promocional de televisión. Estrategias de consolidación de la empresa televisiva. Tesis profesional, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

De este modo, el 1ro. de septiembre de 1950 se iniciaron las transmisiones regulares de la televisión en México con la presentación en directo del Cuarto Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán Valdés, desde la Cámara de Diputados.

Cientos de personas tuvieron la oportunidad de ver la primera transmisión oficial gracias a la instalación de televisores en escuelas, mercados, parques y centros comerciales, una nota publicada en *Novedades* da cuenta de este hecho:

"...Primero con una poca curiosidad, después vivamente atraída, gente sencilla del pueblo de México, se acercó a los receptores para poder asistir, desde diferentes sitios de la ciudad, al informe...

...Notamos que muchas personas, después de haber sido testigos y comprobar con hechos palpables que ya se disfrutaba la televisión en nuestro país, corrían hasta sus hogares para llevar también a los abuelitos y a los niños...

Después de haber observado ayer, la forma como el público recibió la televisión, estamos en posibilidad de asegurar que este medio de comunicación está próximo a popularizarse entre nosotros.

Cuando habían tenido un buen rato de televisión, los espectadores se preguntaban entre sí los precios de los aparatos y la forma de adquirirlos, manejarlos e instalarlos, por eso creemos que no está lejano el día en que cada hogar cuente con su propio aparato de televisión"¹

¹. Entusiasmó a México la televisión, en *NOVEDADES*, 2 de septiembre de 1950, p.14.

En un principio sólo las familias ricas las que pudieron comprar un aparato de televisión; los demás se reunían con las familias que sí lo tenían:

"...se juntaban 15 y 20 personas por casa; era como ir al cine. Al que tenía televisión, todos los vecinos lo visitaban y venían a visitar el programa del domingo, el fútbol o el beisbol o lo que se transmitiera; era una verdadera multitud en una casa tras la novedad de la televisión..."¹

Otras familias simplemente dejaban abiertas las ventanas de sus casas y desde la calle la gente se acercaba a ver la televisión ("espectadores de banquetas"), en otros lugares se levantaron jacalones y se cobraba a quien quisiera ver los programas; por último, hubo quien instaló receptores en bares y restaurantes para atraer clientes.

Las primeras estaciones.

La técnica de la transmisión de señales de audio y video por el espacio fue experimentada en nuestro país desde 1925 principalmente por el ingeniero *Guillermo González Camarena*; sin embargo la televisión sólo fue posible hasta 1946 debido al freno que impuso la Segunda Guerra Mundial a los experimentos mexicanos y al propio desarrollo del modelo norteamericano de comunicaciones.

¹. *Augusto Elías Paullada, en CASTELLOT de Ballin, Laura. Historia de la televisión en México p. 481.*

1.1 Surgimiento de la televisión.

Así, el 31 de agosto de 1950 se declaró oficialmente inaugurada la televisión en México, en una ceremonia efectuada en el salón de recepciones del *Jockey Club del Hipódromo de las Américas*, convirtiéndose nuestro país en el sexto país del mundo en adoptar el sistema comercial de televisión.

Las tres primeras empresas concesionarias de una estación de televisión fueron las siguientes:

EMPRESA	CONCESIONARIO	CANAL	INAUGURACION
"Televisión de México S.A."	Rómulo O'Farrill Sr.	4	31 Agosto '50
"Televimex S.A."	Emilio Azcárraga Vidaurreta.	2	21 Mayo '61
"Televisión González Camarena"	Guillermo González Camarena	5	18 Agosto '52

Los horarios de transmisión.

La interrupción de las transmisiones originadas por múltiples fallas de carácter técnico fue un problema frecuente debido a la poca experiencia en el manejo de los equipos y de la televisión en sí misma. Por ello, las primeras transmisiones se pueden considerar de "experimentación", pues el medio se encontraba aún en una etapa de autoaprendizaje.

En términos generales podemos decir que los primeros programas fueron de corta duración, sólo los eventos cívicos y deportivos tenían un mayor tiempo al aire, pues su

1.1 Surgimiento de la televisión.

realización dependía de otras organizaciones y no de la televisión; el siguiente cuadro muestra la estructura de los horarios de programación en su etapa inaugural:

TIEMPOS DE TRANSMISIÓN.

<u>AÑO</u>	<u>SERIAL</u>	<u>HORARIO*</u>	<u>DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS**</u>
1950	4	17:00 A 20:00	10,15,20,5 Y 50 mins.
1951	4	16:00 a 23:10	5,30,10 y 60 mins.
1955	2	12:00 a 00:35	30,15,12,17,60 y 70 mins.
1955	4	11:45 a 23:15	30,15,60 y 150 mins.
1955	5	15:15 a 01:10	30,15,25,20,60 y 80 mins.

* Horarios diarios de transmisión promediados.

** Las cifras están colocadas en orden de mayor a menor frecuencia

Los horarios de transmisión se fueron ampliando a medida que las estaciones pudieron ofrecer un mayor número de series, lo cual dependió de una mayor utilización de recursos, tanto en lo económico como en lo humano, para poder invertir mayores cantidades de dinero en la realización o compra de programas.

1.2 Inicios de la producción televisiva.

Tras su inauguración oficial los tres canales de televisión se enfrentaron a un cierto grado de desconocimiento del medio que llevó a los empresarios a buscar fórmulas para enfrentar el reto que representaba operar una estación. Uno de ellos fue la preparación de técnicos mexicanos en Estados Unidos, o bien, la contratación de ingenieros extranjeros y la organización de cursos en territorio nacional.

De esta manera, la televisión "fue la iniciación de un nuevo negocio, cuya principal preocupación se cifraba en que no había ninguna experiencia en lo técnico, ni en programación ni en lo administrativo. Las primeras preocupaciones fueron las que provoca toda novedad: una inquietud por la inexperiencia y la certeza de que deberíamos, con la mayor rapidez posible, contratar personal sin ninguna experiencia y entrenarlo para que estuviera a la altura de las circunstancias"⁴

La programación de los canales se nutrió de tres fuentes principales, a saber:

⁴. Rómulo O'Farrill Jr. en *ibidem*. p.21.

⁵ READ William. Mercaderes de la comunicación. p.123.

1. La transmisión en "directo".
2. La producción extranjera.
3. La producción nacional.

La transmisión en *directo* significó la posibilidad más inmediata que tuvo la televisión para operar debido a que la característica fundamental del medio es llevar de manera instantánea hasta los hogares, eventos que acontecen en lugares determinados.

Así, fueron constantes las transmisiones de eventos cívicos (desfiles militares, informes de gobierno, actos públicos, etc.) y deportivos (box, futbol americano, beisbol, automovilismo, entre los más destacados en aquella época), y espectáculos artísticos (conciertos musicales, títeres, magia, etc.).

La *producción extranjera* se conformó con películas, documentales y series de acción y aventuras; al respecto señala *William Read*:

"Típicamente el flujo de los programas norteamericanos hacia cualquier mercado exterior surgió como sigue: después de establecer un sistema de comunicación, algunas veces con ayuda norteamericana, una difusora extranjera se volvió para los Estados Unidos la fuente más fácilmente disponible de programas. Anterior al cambio de programas para televisión de Nueva York a Hollywood, el abastecimiento de filmes norteamericanos no era grande; con todo, lo que había disponible en el mercado era deseado en el extranjero. La razón era doble. Con presupuestos limitados, las estaciones extranjeras pudieron adquirir los telefilmes norteamericanos bastante más barato que lo que les saldría la creación de producciones locales: en esta forma podían

1.2. Inicios de la producción televisiva.

teledifundir por periodos más largos de lo que hubiera sido posible del modo contrario. Y en segundo, la audiencia inicial para televisión en cualquier sociedad está compuesta generalmente de aquéllos que con más facilidad pueden comprar aparatos de televisión. Por lo tanto, los sistemas extranjeros comenzaron con una élite de audiencia de altos recursos cuyos gastos tendían a ser más cosmopolitas que aquéllos de la clase media que posteriormente agrandaron al público espectador".

Hacia finales de los cincuentas el crecimiento de la televisión en los Estados Unidos se dio al exterior debido en parte a la prohibición de las leyes norteamericanas de concentrar más de cinco estaciones en una sola persona o empresa; otra razón fue el hecho de que, al entrar tardíamente al negocio audiovisual, varias difusoras se apresuraron a cubrir el mercado internacional (entre ellas la *Time Life Broadcasting* y la *American Broadcasting Corporation*).

Ahora bien, pese a que en México se contaba con transmisores, estudios, equipo técnico, etc. para comenzar a operar una estación, la conveniencia de depender del modelo norteamericano de comunicaciones, en cuanto a su forma de financiamiento, trajo como consecuencia la introducción y el desarrollo más o menos rápido de la televisión nacional, pues se repitieron esquemas y estilos de éxito probado.

Por esta razón un gran porcentaje de la programación de cada país latinoamericano que adoptó este sistema, provino de la compra de programas norteamericanos, esta venta redituaba a las cadenas de los Estados Unidos, como la *National*

1.2. Inicios de la producción televisiva.

Broadcasting Corporation o la Columbia Broadcasting System, "10 veces más ganancias que las inversiones directas en instalaciones. Las ventas de programas deportivos al extranjero siempre fueron el fuerte de la NBC, la cual cubría partidos de beisbol para clientes de Canadá, Puerto Rico, República Dominicana, México, América Central, Venezuela y Colombia, asimismo cubría los eventos de futbol americano para los países de Japón, México, Canadá y Puerto Rico".⁶

Por lo que se refiere a la producción de programas nacionales, esta fue muy incipiente en la década de los cincuentas, y los realizados tuvieron como nota característica su semejanza, cuando no su igualdad, con programas extranjeros y con mensajes de otros medios, especialmente la radio, pues representaba una manera fácil de hacer una serie siguiendo un modelo previamente desarrollado.

Como sucedió en Estados Unidos, al principio los programas fueron realizados por las agencias de publicidad (lo cual fue a la vez la forma de producción predominante en la radio comercial en sus inicios). Al respecto señala el publicista Augusto Elías Paullada:

"...nosotros como agencia no nos anunciamos en televisión, sino que nuestros clientes nos llevaron a ella.

⁶REYES Castro, Virginia. Las agencias publicitarias y su función actual en la fase actual del capitalismo mexicano. p.122.

Nosotros les hacíamos anuncios pero lo que en realidad ocurrió, es que... nos empujaron a hacer televisión los señores O'Farrill, y los primeros anuncios fueron para empresas del tipo de la Lotería Nacional, Bonos del Ahorro Nacional o sea, empresas que hoy se llaman descentralizadas, empresas del gobierno, que tenían presupuesto para ayudar a este nuevo medio entonces rarísimo. Se supone que lo que había que hacer en televisión era un poco cultural, que no fuera demasiado frívolo y a nosotros se nos pidió, de la noche a la mañana, para Bonos del Ahorro Nacional, que quería ayudar al nuevo medio de la televisión, unos anuncios. ... otras agencias como nosotros hacían anuncios y nos encontramos, por primera vez, ante la tarea de hacer anuncios y programas, porque el cliente decía: "compré una hora en el canal 4, ¿qué hago?", y el canal 4 no nos proponía un programa, por lo que tuvimos que inventar el programa, después los anuncios para ese programa".⁷

Era frecuente que las agencias de publicidad se encargaran en un alto porcentaje de las actividades de radio y televisión, así por ejemplo, una nota publicada en 1955 indica que un 99% de las tareas de la radiodifusión eran originadas y producidas directamente por las agencias, por lo que contaban con un departamento especializado, personal técnico necesario, productores, escritores, etc. para realizar dicha actividad.⁸

⁷ Augusto Elías Paullada, en CASTELLOT, Laura. op. cit. pp. 477 - 479.

1.2.1 Los Primeros Programas.

La primera estación en salir "al aire" fue la **XHTV CANAL 4**, situada en los pisos 13 y 14 del edificio de la *Lotería Nacional* (entonces el de mayor altura en la capital). Contaba con estudios muy pequeños (30 metros cuadrados utilizables), lo que dificultaba la realización de los programas, sin embargo, pronto se adaptaron nuevos estudios en las bodegas del periódico *Novedades*, que tenía 400 mts. cuadrados; su primera transmisión ocurrió el 26 de julio de 1950.

En cambio, **XEWTV CANAL 2** construyó instalaciones más grandes (denominadas "Televiscentro"): 56 mts. de frente por 110 de fondo, donde albergaba, distribuidos en seis pisos, tres teatro-estudios con capacidad para 600 personas cada uno, 18 estudios y una torre de 50 mts., que sumada a los 25 mts. de altura del edificio permitió colocar la antena transmisora a 65 mts. sobre el nivel de la calle, por lo que su señal era de mejor calidad que la del Canal 4.

Por su parte, **XHGC CANAL 5**, inició sus transmisiones desde el edificio Seguros de México, instalando su antena en los altos del Cine Alameda.

Aunque con diferencia de recursos económicos, los tres canales tenían una barra de programación muy similar: eventos deportivos, cívicos y artísticos a control remoto, programas de interés social, comentarios, análisis, documentales, series extranjeras y noticieros.

1.2.1 Los primeros programas.

Asimismo, se transmitían diariamente controles remotos de los eventos deportivos más importantes del momento, como Toros, Frontón, Lucha libre, Beisbol y Futbol Americano, así como espectáculos artísticos de magia, títeres, conciertos musicales, teatro, etc. realizados en los teatro-estudios.

Canal 2 inició sus transmisiones regulares el 21 de mayo de 1951 con un partido de beisbol, conformó su programación con el mismo esquema inaugurado por su competidor, el Canal 4

Para darnos una idea del tipo de programas que se realizaban en los inicios de la televisión en México, veamos la siguiente carta de programación de la XHTV:⁹

17:00 a 17:15	"TEATRO DE LA FANTASIA"
17:15 A 17:20	"VISTAS FIJAS NARRADAS"
17:20 A 17:29	"ENTREVISTA" (INVITADO: gerente de IEM)
17:29 A 17:30	"RELOJ OMEJA"
17:30 A 17:40	"LAZCANO CON SU GUITARRA"
17:40 A 17:50	"ENTREVISTA" (equipo de natación)
17:50 A 17:59	"CORTO CINEMATOGRAFICO"
17:59 A 18:00	"RELOJ OMEGA"
18:00 A 18:10	"LEYENDO NOTICIAS"
18:10 A 18:20	"CORTO CINEMATOGRAFICO"
18:20 A 18:29	"CAFE TAURINO"
18:29 A 18:30	"RELOJ OMEGA"
18:30 A 18:59	"REVISTA MUSICAL" o "BALLET"
18:59 A 19:00	"RELOJ OMEGA"

⁹ NOVEDADES, 22 de marzo de 1955. p.14

⁹ Carta de programación publicada en NOVEDADES, 6 de septiembre de 1950.

1.2.1 Los primeros programas.

Para 1955 la "oferta" televisiva no había variado mucho, pero comenzaron a resolverse algunas las fallas técnicas durante las transmisiones, ampliándose horarios y con ellos la posibilidad de producir programas.

Así, la televisión mexicana, igual que sus antecesoras en el mundo, se fundamentó en principio como un medio transmisor más que productor de sus propios mensajes, ya que para esta última actividad no contaba aún con los recursos económicos, técnicos y humanos necesarios; por lo tanto, en la década de los 50's el desarrollo de la televisión dependió de la venta de televisores, pues logrando un "mercado" se pudieron ofrecer los "productos" del nuevo medio.

1.2.2 El Patrocinio.

Más que un concepto, una actividad fue fundamental en los inicios de la producción nacional: el *patrocinio*, es decir, la compra de tiempos de transmisión por empresas de productos de consumo material para realizar programas y vender sus artículos dentro de ellos.

La industria de la *radiodifusión* (radio y televisión) comenzó a operar gracias a la venta aparatos receptores, dándose una asociación inmediata entre el capital privado de los concesionarios y el de los grandes consorcios de aparatos electrónicos, sólo posteriormente puso énfasis en la creación de sus propios contenidos.

En Estados Unidos, donde se inició la práctica del *patrocinio*, la radio se enfrentó a diversos problemas, entre ellos los derechos de autor promulgados en 1923, o la prohibición de las disqueras hacia sus artistas para que no grabaran en la radio:

"Ante tales perspectivas comienzan a surgir problemas de tipo económico y existenciales para las estaciones de radio, lo que trajo como consecuencias ciertas divergencias entre las grandes empresas electrónicas. La ATT, por ejemplo, empieza a vender su tiempo de transmisión a las empresas productoras de bienes de consumo, es decir, que el patrocinador al comprar ese tiempo adquiría tanto el derecho de tiempo para anunciar sus productos como la libertad de elegir la programación que a ellos se les hacía más conveniente.

Este recurso empleado por la ATT hacia sus patrocinadores fue por el hecho de hacer de la radio un negocio que fuera realmente rentable. Con este plan la ATT atrajo más gasto publicitario de las diferentes empresas productoras de bienes de consumo, pero, una vez llevado a cabo este plan la ATT trató de reservarse los derechos de este nuevo servicio atacando principalmente a la RCA"¹⁰

La venta de tiempo incentivó el interés de nuevas empresas para intervenir en la radiodifusión: productores de jabones, dentríficos, cremas, desodorantes, lociones, etc.

La intervención de los patrocinadores dentro de la televisión mexicana (igual que la radio), quedó evidenciada a través de los títulos de los programas: "Noticiero Excelsior" , "Diario Nescafé", "Viana con los Hermanos Zavala", "El Estudio Raleigh", " El Profesor Colgate", etc.

De esta manera, los primeros canales de televisión no tenían entre sus actividades principales la realización de programas, sino la venta de tiempos de estación, que podía consistir en segundos, minutos u horas, prestando el servicio de alquiler de cámaras, estudios, iluminación, utilería, etc. así como la venta por uso y diseño de escenografía y el cobro para pagos a terceros (honorarios de directores, músicos, locutores, artistas, etc.

En consecuencia, el negocio de la televisión era para las agencias de publicidad y no tanto para las estaciones, sobre todo cuando en sus inicios estas no reportaban

¹⁰.REYES Castro, Virginia. op. cit. p. 108.

ganancias; Gabino Carrandi nos presenta el siguiente ejemplo del programa "Viana con los Hermanos Zavala":

"Viana, distribuidora de línea blanca para el hogar, tenía su programa en el que, claro, el nombre de la tienda iba por delante. Había cuatro comerciales dentro de aquella emisión de media hora, los jueves a las ocho de la noche por el canal 2 en el final de los años cincuentas. Un comercial era de Frigidaire (refrigeradores), otro de Mabe (estufas), Hoover (lavadoras de ropa) y Admiral (televisores). Viana contrataba y pagaba... Cuando se era dueño del tiempo se podía poner en él los comerciales que se desearan o alcanzaran vender"¹¹

Hacia 1955 destacaban en la producción de programas la agencia *Publicidad D'Arcy*, que realizaba semanalmente ocho series: *Noticiero General Motors*, *Duelo de dibujantes* (patrocinado por Raleigh), *Telecuatro*, *La marcha mundial* (de la TWA y Philco), *El público pregunta* (de Seguros La Nacional), *El estudio de Pedro Vargas* (de Raleigh), *Adivine mi chamba* (de Fab), *Veinte preguntas* (de Fundador) y *Bouquet de regalos* (de Palmolive).

De esta manera, la televisión y la publicidad en México comenzaron a desarrollarse a la par, al respecto apunta Augusto Elías Paullada:

¹¹. CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. p. 82.

"Cuando se inició la publicidad en televisión todo era una sorpresa, una novedad, más pronto aprendimos a hacer programas, que a hacer buenos anuncios en televisión, porque nuestra energía se enfocaba a los programas, hablar con el director, seguir las obras y, lo último era hacer anuncios. En los intermedios, se veía el cartón que poníamos como fondo y que constituía el anuncio, pero poco a poco fuimos inventando maneras de hacer atractivos los comerciales."¹²

¹².Augusto Elías Paullada, en CASTELLOT, op. cit. p. 481

1.2.3 Desarrollo de la televisión.

Con el crecimiento de la audiencia, las estaciones de televisión pudieron incrementar el gasto publicitario por concepto de venta de tiempos para *spots* y programas, pues los anunciantes vieron en el medio la mejor forma de llevar sus productos hasta el consumidor.

El excedente económico no sólo representó la rentabilidad del negocio televisivo, sino, lo más importante, permitió mayores inversiones en infraestructura que coadyuvaron al desarrollo y consolidación del medio en México. Este proceso, sin embargo, lo podemos enmarcar en tres etapas fundamentales, a saber:

Primera Etapa: De 1950 a 1969.

Segunda Etapa: De 1969 a 1972.

Tercera Etapa: De 1972 a 1995.

Primera Etapa: En esta corresponde a las agencias de publicidad el control de la producción de los contenidos, además, desde entonces surgió una característica que permanecerá a través de las diversas etapas de la televisión: la competencia por el mercado.

Aunque entre 1952 y 1955 existieron en la ciudad de México tres empresas concesionarias de estaciones de televisión (canales 2, 4 y 5), en realidad cada una de estas tenían cartas de programación muy similares a las de sus competidores: *películas nacionales y extranjeras, series,*

1.2.3 Desarrollo de la televisión.

transmisiones deportivas, noticiarios, musicales, teleteatros, documentales, programas de servicio, comentario, reportajes y entrevistas.

Pese a que en apariencia existía una gran variedad de programas, en realidad esto no significó una diversidad de opciones de entretenimiento para el auditorio, pues los tres canales ofrecían lo mismo e incluso en el mismo horario, sólo que con otro título, otros artistas, otros conductores, etc. Así por ejemplo, para ganarle televidentes al Canal 4, el Canal 2 creó la emisión **Teleteatro de Fernando Soler**, programado a la misma hora que el **Teleteatro de Manolo Fábregas**, entonces de mayor impacto, y la gente no sabía cuál sintonizar.

Otro mecanismo de competencia fue la compra de derechos de transmisión de eventos especiales (deportivos y artísticos) y películas (nacionales y extranjeras), pues una estación adquiría la exclusividad para transmitir un determinado espectáculo, concentrando un importante nivel de audiencia.

Los contratos de exclusividad también se aplicaron a los artistas, de modo que su aparición en un determinado canal se convirtió en un factor de gran atracción para el televidente y la imposibilidad de salir en el de la competencia.

Sin embargo, esta etapa de culminó en 1955 con la fusión de los tres canales en una sola empresa: **Telesistema Mexicano**, que permitió administrar y organizar los recursos

de las tres concesionarias e iniciar su crecimiento hacia los estados del país.

La competencia televisiva se volvió a presentar entre 1968 y 1972, con la aparición en el mercado de dos nuevos canales comerciales: 8 y 13, y a partir de 1993 con el nacimiento de *Televisión Azteca*, que opera los canales 7 y 13 capitalinos. En cualquier caso, en todas las etapas los métodos de lucha por la audiencia siempre han sido los mismos, lo único que han cambiado son los recursos para lograrlo.

Paralelamente al desarrollo de la televisión como medio de comunicación y como empresa, surgió, en 1958, otro factor de gran trascendencia para su evolución: el *Videotape*, que facilitó la grabación de los programas para transmitirlos posteriormente o almacenarlos indefinidamente, permitiendo eliminar los errores originados durante las emisiones en vivo.

La utilización del videotape generó además las siguientes ventajas:¹³

1. Su reproducción es inmediata, no requiere revelado.
2. Facilidad de operación.
3. Se puede grabar gran cantidad de veces.
4. La imagen grabada es de buena calidad.
5. Grabación en sincronía de audio y video.
6. Doble canal de grabación de audio: el normal y el de doblaje.
7. Facilidad de copiado de videotape a videotape.

¹³. GONZALEZ Treviño, Jorge. Televisión: teoría y práctica. p. 157.

8. Facilidad de copiado de película a videotape y viceversa.
9. Facilidad de conservar la grabación master y trabajar en copias.
10. Bajo costo de copiado.

Con el videotape surgió también la posibilidad de grabar programas y venderlos al extranjero, para este fin se formaron las empresas filiales de **Telesistema Mexicano: Teleprogramas Acapulco** (1955) y **Teleprogramas de México** (1962).

Segunda Etapa: En 1968 quedó inaugurada la Red Federal de Microondas, que facilitó la penetración de la televisión mexicana a lugares lejanos de su centro de transmisión o de difícil acceso debido a factores de tipo geográfico, por lo que se inició un crecimiento dentro del país e incluso las primeras transmisiones vía satélite.

Asimismo, esta etapa marcó el inicio de la televisión como productora de su propio mensaje, pues a partir de 1969 dejaron de venderse tiempos de transmisión para programas, asumiéndose el control en la realización de los contenidos; en adelante las agencias sólo pudieron comprar los tiempos para anuncios comerciales.

Telesistema Mexicano logró asumir esta función gracias al éxito económico que estaban logrando cada uno de sus canales y filiales, además de que adquirió la experiencia y los conocimientos necesarios para producir mensajes.

El momento que marcó el cambio en la producción televisiva fue la creación de la "Dirección General de Noticiarios de Telesistema Mexicano", destinada a proveer a sus canales de la información noticiosa que requerían para independizarse de las empresas periodísticas que, hasta entonces, eran quienes ejercían la labor informativa en la televisión.

En esta fase de crecimiento de la televisión aparecieron dos nuevos canales comerciales: el 8, perteneciente a la empresa *Fomento de Televisión de México* (filial de *Televisión Independiente de México*, del Grupo Alfa de Monterrey) y el 13 de *Corporación Mexicana de Radio y Televisión*.

Tercera Etapa: Los años que van de 1972 a 1995 los podemos considerar como de consolidación de la televisión, tanto a nivel nacional como internacional, pues a raíz de la fusión de las empresas *Telesistema Mexicano* y *Televisión Independiente de México* en la organización *Televisión Vía Satélite*, en 1972, se inició una expansión acelerada que dio como resultado cubrir la totalidad del país e iniciar su expansión hacia el extranjero, particularmente a Estados Unidos, y algunos países de Europa, Africa y Asia.

Poco a poco *Televisa* asumió la administración de varias empresas que se afiliaron a ella, con lo que abarcó muchas áreas de la comunicación e incluso de la economía nacional.

1.2.3 Desarrollo de la televisión.

Por último, frente al cuestionamiento del papel social de los medios electrónicos, y vía un proyecto sexenal de estatización de los medios, el gobierno de *Luis Echeverría Álvarez* compró el *Canal 13* y lo administró hasta 1994, año en que fue reprivatizado y concesionado, junto con el *Canal 7*, a la empresa **Televisión Azteca**.

En conclusión, el desarrollo y la consolidación de la televisión mexicana, dependió del crecimiento de las empresas concesionarias de los canales en el terreno económico, garantizando el acceso de nuevas tecnologías y permitiendo a la vez la evolución de los contenidos, si no en su aspecto temático sí en la forma como se han realizado.

Además, la televisión tuvo que atravesar por un proceso de autoaprendizaje en el cual, de ser dependiente de los otros medios de comunicación, logró asumir el control en la realización de sus propios productos, hecho que, por lo tanto, nos permite hablar de "**géneros televisivos**".

"LOS GÉNEROS TELEVISIVOS"

2.1 El concepto "género".

La palabra "género" significa "especie, modo o manera con que se hace una cosa. Clase"¹, esta definición nos sugiere un proceso catalogador de cosas según la materia o naturaleza que posean o con la que sean realizados.

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. Los géneros no clasifican contenidos, tiempos ni lugares, sino estructuras organizativas y relacionantes de expresión"¹.

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 rigieron los estilos narrativo-expresivos.

Esta utilización se extendió a otros medios para catalogar sus propios contenidos, pero como la forma y la

¹. Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. Tomo XXV.

¹. BARROSO, Jaime. Proceso de la información de actualidad. p. 417.

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.

Según *Patrice Pavis* existe una confusión terminológica en el empleo de la palabra **género** debido a la existencia de muchos criterios de distinción, vinculados al contenido de la obra, al tipo de personajes, al sentimiento y al efecto producido en el público.

Para dicho autor, el **género** se constituye "por un conjunto de codificaciones que informan acerca de la realidad que el texto supuestamente debe representar, que deciden el grado de verosimilitud de la acción. El género - y para el lector/espectador, la elección de leer el texto según las reglas de tal o cual género - da inmediatamente una indicación acerca de la realidad representada, provee una red de lectura, firma un contrato entre el texto y el locutor. Al detectar el género en el texto, su locutor tiene en la mente cierto número de expectativas, de figuras obligatorias que codifican y simplifican la realidad, permitiéndole al autor no recapitular las reglas del juego y del género, que supuestamente conocidas por todos, los autorizan a

satisfacer, pero también a superar estas expectativas, distanciando su texto del modelo canónico"¹

Dentro de la televisión *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.

Por lo tanto, el término *género televisivo* no define formas de producción, sino contenidos, aunque estos se integran en un proceso de realización que, según el *formato* realizado, implica un método a seguir, el cual puede coincidir o no con otro, en uno o varios elementos.

¹. PAVIS, Patrice. *Diccionario de Teatro*. p. 236.

2.1.1 Los "géneros televisivos".

La "oferta televisiva" se forma por una diversidad de programas, los cuales, sin embargo, pueden proceder de otros medios de comunicación o entretenimiento, desde este punto de vista debemos diferenciar los productos de la televisión de los que no lo son.

Llamamos "productos televisivos" a los programas que produce y transmite la propia estación de televisión, en cambio, son productos ajenos al medio audiovisual los mensajes construidos por otros procedimientos, pero que son difundidos por la televisión.

Por lo tanto, la estructura de programación de las estaciones se integra por:

1. Programas: Mensajes construidos por el propio medio, con ciertas características de producción, difusión y recepción.

2. Eventos Especiales: Mensajes elaborados por otros medios pero adaptados a las condiciones de difusión que impone la televisión (horarios, publicidad, públicos, etc.).

Un **género televisivo** es entonces un producto de la televisión que surgió sólo en la medida que el medio hizo uso de sus propios recursos de producción y transmisión, aunque también intervinieron elementos y factores procedentes de otras fuentes.

En este sentido la mayor característica de los **géneros televisivos** es que son productos derivados de esquemas establecidos por otros medios de comunicación y formas de

entretenimiento que, sin embargo, se adaptaron a las particularidades del medio audiovisual.

Así, los *géneros televisivos* surgieron del desarrollo de la televisión, pues sólo con el aprendizaje y la experiencia que dieron los años, se asumieron las posibilidades de creación que ofrecía el medio como productor de su propia mercancía. Sin embargo, aunque en la realización de *géneros* la televisión mexicana siguió los modelos de programas desarrollados por la televisión en Estados Unidos, no por ello prescindió de una etapa inicial de inexperiencia en la realización de contenidos.

Al mismo tiempo, y como sucedió también con la televisión norteamericana, los primeros pasos de la producción nacional fueron conducidos por las estructuras de comunicación establecidas con anterioridad por otros medios, pero poco a poco dicha dependencia se fue haciendo menos evidente debido al control que fue teniendo la televisión de sus propios recursos de producción de mensajes.

Ahora bien, los programas de televisión están condicionados por una forma de producción, transmisión y recepción que le son propios al medio, pero a la vez, se caracteriza por una selección y combinación de elementos provenientes de los otros medios que, al incorporarse a lo televisivo, crean un mensaje particular, que si bien no es original al menos sí es diferente a los otros.

Por lo tanto, los *géneros televisivos* sólo son tales en la medida que son productos elaborados por el propio medio,

independientemente de los elementos que rescate para su formación. De este modo, la televisión se presenta como el "escaparate" más importante para difundir una gran variedad de productos, que pueden ser los suyos o los de los otros medios.

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.

Por otra parte, la producción de televisión abarca un proceso en donde intervienen tres etapas fundamentales: *preproducción, producción y postproducción*, sin embargo, la realización de cada producto no implica la diversificación de dicho proceso, sino la ejecución de determinadas "técnicas" o "métodos" por los cuales se elaboran los mensajes.

De cualquier manera, todos los formatos pueden valerse de los mismos instrumentos que caracterizan el trabajo del medio audiovisual, sólo que cada uno de ellos los puede utilizar de manera diferente de acuerdo a sus objetivos, funciones, recursos, etc. Por lo tanto, los *géneros* se caracterizan esencialmente por su contenido y no por su proceso de realización.

2.1.2 Clasificación de los géneros televisivos.

Al no existir una definición específica de los **géneros televisivos**", tampoco hay una clasificación formal de estos, por lo que los criterios utilizados para diferenciar a los programas se establecen de acuerdo a criterios personales, muchos de ellos de uso generalizado, y no a definiciones impuestas en el medio.

Es así que en la presente investigación se establecen ciertos parámetros que permiten aproximarnos al estudio de las estructuras de televisión, definiendo sus rasgos característicos, sus funciones y sus objetivos.

En términos generales podemos decir que los medios de comunicación masiva se encaminan hacia tres funciones principales:

- a) **Información.**
- b) **Entretenimiento.**
- c) **Cultura.**

Cada programa puede mezclar dos o tres de los elementos anteriores en un sólo contenido, por lo que los **géneros** no pueden distinguirse de acuerdo a los fines de la comunicación de masas; por ello, la clasificación de los **géneros televisivos** debe hacerse con un criterio diferente, es decir, partiendo del objetivo principal que persigue el programa,

independientemente de los instrumentos que disponga para elaborar su mensaje.

Desde este punto de vista la clasificación que se propone en esta investigación sobre los **géneros televisivos** consiste en las siguientes consideraciones:

I. La clasificación que se propone sólo toma en cuenta aquéllos formatos producidos por la televisión mexicana durante el periodo que comprendió la realización de la presente investigación.

Entendemos por "Televisión Mexicana" todos los canales concesionados y permisionados que operan en la Capital del país, la mayoría de los cuales tienen una cobertura nacional.

II. Como existe escaso material impreso sobre el tema, la mayor parte de la información ha sido recabada de fuente directa, esto es, del análisis y observación de los programas de televisión.

III. La denominación utilizada para definir a cada **género** partió de los siguientes criterios:

- a) Se recurrió a nombres empleados comúnmente en el medio .
- b) Se aplicaron aquellos nombres que mejor identificaran el contenido del **género**, aunque no se encuentran generalizados en el medio.

IV. Los **géneros televisivos** se ordenan en cinco categorías principales de acuerdo al tipo de contenido que prevalezca en ellos:

1. **Periodísticos.**
2. **Dramáticos.**
3. **De Espectáculo.**
4. **Educativo.**
5. **De Servicio.**

V. Cada programa posee un objetivo principal que lo hace pertenecer a uno de los rubros definidos.

VI. A la vez, cada serie persigue objetivos secundarios, por lo que su contenido depende de determinados aspectos que condicionan un modo particular de asumir su función principal. En este sentido, cada rubro se integra por una serie de **géneros** que tienen un mismo fin, pero que lo cumplen desde diferentes alternativas.

Con este criterio se identifican los siguientes **géneros televisivos**:

I. GENEROS PERIODISTICOS: Son aquéllos que se basan en los criterios periodísticos de recopilación selección y presentación de hechos de actualidad y trascendencia social. Permiten el reconocimiento del entorno y proporcionan guías de acción en lo referente a la problemática social y familiar.

Como su nombre sugiere, se construyen fundamentalmente con las reglas, métodos y técnicas del periodismo escrito, y asumen las tres principales funciones de dicha actividad: la información, la opinión y la interpretación de los sucesos noticiosos. En este rubro encontramos los siguientes formatos:

A) NOTICIERO: Es el resumen inmediato y oportuno de los sucesos noticiosos, tanto nacionales como internacionales; puede referirse a temas generales o específicos (espectáculos, política, economía, etc.); su esencia es la nota informativa.

B) DE INVESTIGACIÓN: Son programas destinados a profundizar en los hechos de actualidad rescatando los puntos de vista de expertos o analistas en la materia. Se basan en las técnicas de reporteo e investigación, por lo que su contenido fundamental es el reportaje y la entrevista.

C) DEPORTES: Es el resumen, análisis y comentario de los eventos deportivos de la semana. Suele considerarse un género de entretenimiento debido a la materia de la cual se nutre, sin embargo su finalidad no es divertir, sino presentar

los acontecimientos más relevantes del mundo deportivo nacional e internacional.

En este género tienen cabida los tres aspectos del periodismo: la información, la interpretación y la opinión.

D) MESA REDONDA Y DEBATE: 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.

II. GENEROS DRAMATICOS: Son aquéllos contruidos sobre la base de las reglas que rigen el arte del teatro universal, es decir, son programas actuados (de ficción) encaminados a representar un hecho o tema cotidiano con personajes e historias que simbolizan los sentimientos y emociones del hombre.

Estos formatos se fundamentan en los **géneros literarios** como la Comedia, el Melodrama, la Farsa y la Tragedia, principalmente, y encontramos los siguientes:

A) TELETEATRO: Es la representación en televisión de obras del teatro y la literatura; es un programa unitario desarrollado principalmente en tono dramático o cómico.

2.1.2 Clasificación de los géneros televisivos.

B) DRAMA: Es un programa unitario que retrata las pasiones, emociones y sentimientos del ser humano; su final no siempre es feliz, aunque puede contener una moraleja o un juicio de valor sobre la conducta de los hombres.

C) COMEDIA: Se integra por squetches, gags y diversos instrumentos de comedia para generar la risa en el espectador. Es la presentación de hechos y situaciones cotidianas llevadas a lo absurdo y humorístico.

D) TELENOVELA: Es una historia seriada presentada en capítulos diarios que se construye narrativamente como melodrama, por lo que en esencia es la lucha entre el bien y el mal, los sentimientos y los problemas humanos.

III. GENEROS DE ESPECTACULO: Son los que se elaboran a partir de las diversas manifestaciones del espectáculo artístico, es decir, la música, la magia, el circo, el teatro de revista, etc.

Estos programas funcionan como una especie de escaparate del mundo artístico del momento, por lo que sus escenarios son presentados con gran espectacularidad y colorido.

2.1.2 Clasificación de los géneros televisivos.

Al mismo tiempo encontramos en este rubro una plataforma para explotar el talento o las habilidades de los espectadores, que se convierten así en las estrellas del espectáculo, en sustitución de sus artistas favoritos.

Estos géneros son los siguientes:

A) MUSICAL: Tiene como finalidad presentar a los cantantes del momento en escenarios contruidos exprofeso para su difusión por televisión; también puede construir pequeñas historias derivadas de los temas musicales del intérprete, o bien, presentar los éxitos musicales de la temporada por medio de videotapes y videoclips.

B) VARIEDADES: Se trata de programas que incluyen una gran diversidad de espectáculos, como música, teatro, circo, ballet, magia, etc., así como elementos periodísticos: entrevistas y reportajes.

Estas emisiones se convierten en el escenarios más importantes dentro de la televisión en donde desfilan las estrellas del mundo artístico del momento.

C) CONCURSO: Emisión destinada a medir la destreza, agilidad, inteligencia y/o fuerza del

público motivando su participación por medio de premios.

En realidad, estas series se presentan también como el canal por el cual los televidentes tienen acceso al medio para convertirse en el centro de atención de la televisión, como si se tratasen de las nuevas figuras del firmamento artístico.

IV. GENERO DE SERVICIO: Tienen un fin social, es decir, son programas que buscan apoyar a la comunidad proporcionándole información sobre diversos aspectos que interesan a la sociedad, como la familia, la salud, la economía doméstica, etc., encontramos dos variables:

A) DE ORIENTACIÓN: Presenta denuncias, quejas y sugerencias del público a fin de tratar de coadyuvar a la resolución de problemas familiares y sociales. Asimismo proporcionan consejos prácticos para la mejor convivencia de la familia, los cuales pueden enfocarse a temas variados (psicología, salud, nutrición, sexualidad, bienes y servicios, etc.).

B) DE BIENES Y SERVICIOS (VENTAS): Son canales de difusión publicitaria que informan acerca de una gran variedad de artículos de consumo personal o familiar (ropa, zapatos, alimentos, enseres

menores, automóviles, etc.); son también guías para el entretenimiento de la familia (promoción de hoteles, centros recreativos, diversiones, etc.).

V. GENERO DIDACTICO: Tiene como finalidad contribuir en alguna medida a la educación informal del televidente, pues proporciona información y enseñanza sobre aspectos de interés general, abordados con un sentido estrictamente educativo.

Actualmente sólo se desarrolla un sólo **género** educativo: aquél que divulga temas y aspectos de los programas oficiales de educación y puede estar dirigido tanto a niños como a jóvenes y adultos.

Se integra por una gran variedad de elementos de producción televisiva que tratan de hacer del proceso de aprendizaje algo entretenido y ameno para lograr un estado de percepción propicio frente a un medio tan distractor como la televisión.

Como señalamos en oportunidad, a la par de los **géneros televisivos** existen otros programas que integran la barra de programación de las televisoras, estos son:

I. Programas "Mixtos" o "Misceláneos": Son programas que se organizan con una mezcla de elementos que

son representativos de otros *géneros*, pero que no llegan a identificar un objetivo específico dentro de la emisión.

II. Eventos Especiales: Son eventos especiales realizados por otros medios de comunicación o entretenimiento que la televisión difunde masivamente: *concursos de belleza, desfiles militares, premiaciones, musicales, deportes, películas, etc.*).

Aunque estos programas integran aspectos propios de la producción televisiva (*comentaristas, cámaras, efectos visuales, inserción publicitaria, etc.*), en realidad conservan su estructura general, por lo que sólo son "productos de otros medios".

III. Documentales y Dibujos Animados: Son mensajes elaborados por procedimientos cinematográficos para su transmisión por televisión, pues en la actualidad este tipo de programas han encontrado en este medio el mejor vehículo de difusión.

IV. Series: Es un híbrido entre el cine y la televisión, pues es una historia filmada en torno a las aventuras de un(os) personaje(s) principal(es), por lo que la calidad de la imagen es superior a cualquier programa realizado en *videotape*; se construye a partir de capítulos unitarios pero enlazados de alguna manera con el siguiente.

2.2 Radio y Televisión.

Existen tres niveles fundamentales que rigen la relación entre la radio y la televisión que, al encontrarse en estrecha vinculación dan origen a lo que genéricamente se ha denominado "radiodifusión"; dichos niveles son los siguientes:

1. **Técnico:** Comprende desde la infraestructura en que se fundamentan los sistemas de radio y televisión, hasta el empleo de técnicas y tecnología de producción, difusión y recepción de sus mensajes.

2. **Estructural:** Es el modelo de operación que han desarrollado dentro del sistema de libre competencia las empresas de la comunicación electrónica.

3. **Contenido:** Se refiere al aspecto interno del medio, es decir, a los productos de consumo (ideológico) que ofrecen al mercado las empresas de la radiodifusión.

NIVEL TECNICO: Las coincidencias de la radio y la televisión en este caso se iniciaron con la invención de las técnicas que hicieron posible la transmisión de señales eléctricas por el espacio. Ambos medios procedieron de los descubrimientos

realizados en el terreno de las comunicaciones militares y su desarrollo se originó gracias a la "formación en los Estados Unidos de un complejo militar, político e industrial, sostenido sobre la producción electrónica y aeroespacial, y, en buena medida, gracias a la penetración de ese sistema de difusión y comunicación en otros países."¹

En lo estrictamente técnico, la difusión de los mensajes por radio y televisión se basa en la transmisión de ondas hertzianas por el éter, aunque también ha cobrado importancia el envío de las señales eléctricas por medio del cable y del satélite (radio y televisión de paga).

Así, en México, durante los primeros años de las transmisiones de televisión, las técnicas de producción y difusión de las señales provinieron de dos fuentes:

1. *Personal técnico de la radio.*
2. *Personal contratado y capacitado exprofeso para la televisión.*

NIVEL ESTRUCTURA. La radio y la televisión se constituyeron en empresas de difusión que iniciaron su operación fundamentalmente bajo el régimen de concesiones, es decir, como estaciones comerciales de capital privado,

¹. MARTINEZ Medellín, Francisco. Televisa: siga la huella. p. 13.

convirtiéndose en industrias del entretenimiento y el espectáculo.

Según *Fátima Fernandez*: "La base de la industria televisiva se estatuye en la última década del porfiriato, momento en que se consolidan los grupos económicos que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, impulsarán la industria de la radiodifusión."⁵

Pero al mismo tiempo, el capital extranjero contribuyó en gran medida a la operación de estos sistemas de difusión, puesto que "a mediados de siglo no existe en México una fuente de acumulación de capital lo suficientemente desarrollada como para que surjan capitales financieros nacionales. Es así que el capital industrial y bancario que dará origen a la actual industria de los medios de información electrónicos, se integra casi en su totalidad con capitales extranjeros."⁶

Por otra parte, la televisión mexicana, técnicamente considerada una "extensión de la radio" más que un nuevo medio de comunicación, siguió el modelo de financiamiento publicitario que inició la radio comercial, que a la vez fue dependiente a la vez del modelo norteamericano; al respecto señala *Virginia Reyes*:

⁵. *FERNANDEZ Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. p. 87.*

⁶. *ibidem. p. 87.*

"La difusión que hacen los medios de comunicación de masas sobre la publicidad burguesa se encuentra sustentada por las empresas que producen bienes de consumo, pero son éstas las que verdaderamente pagan a los medios de comunicación para utilizar sus servicios.

En efecto, tenemos que las empresas compran los servicios de los medios de comunicación para que estos den publicidad a sus productos, éstos a su vez venden a las empresas espacio y tiempo para la colocación de sus anuncios y de esta forma contribuir a la multiplicación de consumidores quienes realmente funcionan como objetivo final de todo este intercambio comercial."

La importancia que tiene la publicidad dentro de los medios de comunicación, especialmente la televisión, radica también en que determina de alguna manera sus contenidos, pues el excedente económico depende en buena medida de las inversiones que hagan las empresas de bienes de consumo para anunciar sus productos.

Por lo tanto, los programas de radio y televisión deben ajustarse a la ley de la oferta y la demanda para generar espacios más atractivos para la venta de los diversos productos. Así por ejemplo, si un programa funciona, se continuará repitiendo el esquema a fin de garantizar un alto nivel de audiencia, que se traduce en éxito de la televisión, las agencias de publicidad y las empresas de bienes de consumo.

Ahora bien, en cuanto a las agencias de publicidad, como vimos en el Capítulo 1, financiaron y realizaron los primeros programas de radio y televisión. Pero también, debemos

7. REYES Castro, Virginia. Las agencias publicitarias y su función en la fase actual del capitalismo mexicano. pp. 77

considerar el hecho de que muchas de ellas eran filiales o representantes en México de las agencias más importantes de los Estados Unidos, lo mismo que la mayoría de los productos que anunciaban.

Por ende, la estructuración de los contenidos de la radio y la televisión, estuvo condicionada (como hoy día) no sólo por los intereses de los productores de bienes de consumo y las agencias de publicidad, sino también por el interés estadounidenses en la vida de las naciones latinoamericanas.

NIVEL CONTENIDO: Al constituirse la televisión como una empresa con objetivos comerciales idénticos a los de la radio, adoptó también las características de los **géneros** que ésta desarrolló, por lo que dio impulso a aquéllos programas que promovieran el mundo artístico nacional e internacional de la época, así como los espectáculos masivos.

De esta manera, se recuperaron fórmulas exitosas que años atrás la radio había probado a fin de garantizar, de alguna manera, cierto interés en los televidentes; según Carlos Salinas, pionero de la televisión, los primeros pasos en la producción televisiva "fueron conducidos por la inercia de la XEW, los programas de concurso de la radio los adaptamos para televisión, los noticieros también, y si no era una calca, sí quisimos seguir el mismo patrón establecido. Había series como "La rueda de la fortuna" que patrocinaron las medias Kayser, que venían del radio.

"El primer programa grande que hizo Televiscentro fue "Póker de Ases - Ron Potrero", era un locutor de radio y un formato de radio, pero se presentó a los Churumbeles de España, gran novedad, y a Imperio Argentina, una estrella exitosa; se levantaron sets y se usó vestuario, iluminación etc.

"A los controles remotos que se transmitían en XEW, como el beisbol, los desfiles y el futbol, se les ponían cámaras y se alcanzaban en imagen y sonido. Hubo pocas cosas originales de televisión en los primeros pasos del canal 2."¹

De la misma manera, los anuncios publicitarios de la radio pasaron a la televisión conservando la esencia de su formato, igual sucedió con las estrellas de la música; en ambos casos, la diferencia básica consistió en el trabajo frente a cámaras en lugar del micrófono.

Además, como muchos programas de la radio se hacían en vivo, con la participación directa del público en teatro-estudios, los artistas tenían ya cierta experiencia en el desenvolvimiento escénico.

Uno de esos "artistas" radiofónicos que se convirtió en un elemento imprescindible en la televisión fue el locutor, al respecto comenta Francisco Martínez Medellín:

¹. Carlos Salinas en CASTELLOT De Ballín, Laura. Historia de la televisión mexicana. pp.171-172.

"En los primeros años de la televisión mexicana, el animador o locutor, se dedicaba pura y exclusivamente a la promoción de mercancías (un jabón, una cerveza, un número musical, un actor, etc.). Estos promotores en los años cincuentas procedían en su mayoría de la industria de la radio, y tenían la función de mantener la atención del televidente para que este recibiera el mensaje publicitario."

Junto con el locutor, los géneros radiofónicos sentaron los fundamentos para la creación de los *géneros televisivos*, pues algunos de ellos pasaron casi tal cual al medio audiovisual, entre ellos los programas de *variedades, musicales y concursos*, así, la radio fue la principal guía en la construcción de los productos televisivos, pero no la única.

Todas estas semejanzas de las que hemos hablado a lo largo del presente apartado, se centran en las tres etapas básicas que integran a estos medios, es decir, *el modo de producción, de difusión y de recepción de los mensajes*, donde encontramos a la vez las especificidades de la radio y la televisión.

En cuanto al modo de producción, como los productos radiofónicos son para "escucharse", no se pone énfasis en aspectos visuales como el maquillaje de los artistas, la iluminación, el vestuario, la escenografía, etc. En cambio en la televisión juega un papel fundamental tanto lo que se escucha como lo que se ve.

' . MARTINEZ Medellín, Francisco. *op. cit.* p. 256.

Así, la radio se vale de códigos sonoros (música, efectos de sonido, voces y silencios), mientras que la televisión, además de estos, por los visuales (efectos, planos, iluminación, etc.).

Por lo que se refiere al modo de difusión, la Radio y la televisión comparten la transmisión de señales por el espacio o encircuito cerrado, más su modo de recepción es diferente. La radio puede escucharse en cualquier lugar gracias a la miniaturización de los receptores, (radios de transistores, autoradios, walkmans, etc.), la televisión sólo se ve en lugares restringidos (casas, oficinas, centros comerciales, etc.); por ello la radio ha ganado los espacios de entretenimiento e información matutinos, mientras que la televisión los nocturnos, pues es una actividad que implica cierto grado de atención para recibir los mensajes.

2.3 Cine y Televisión.

La relación que la televisión establece con el cine es muy importante porque en ella quedan comprendidos los criterios y normas de construcción narrativa en sus elementos visuales y sonoros, que definen las reglas de producción del mensaje audiovisual; además, el cine aportó sus propios productos para la integración de la programación televisiva.

En principio, hay que referirnos a los *géneros cinematográficos* (ya configurados cuando nació la televisión), que establecieron algunos lineamientos para la realización de los formatos televisivos. Como señala Juan Antonio Hernández, "cuando la televisión conoce su apogeo en los cincuenta, en realidad ya algunos géneros cinematográficos están sufriendo una extraordinaria evolución. El musical gira hacia fórmulas más sencillas; los coreógrafos y bailarines son paulatinamente sustituidos por los cantantes. El western entra en una etapa crepuscular; el cine negro se refugia en series de televisión (Elliot Ness).

"La televisión, paradójicamente, refuerza la política de los géneros al plantear como posible la producción de unas series que, distribuidas por capítulos, individualizados o

no, mantenían semanalmente el mismo reparto (Bonanza, Perry Mason, El Fugitivo)."¹⁰

Ahora bien, la clasificación de los *géneros* cinematográficos se basa más en temas, personajes y situaciones, que en procedimientos de construcción narrativa. En cambio, en la televisión "los géneros resultan mucho más objetivables y son más proclives a una definición, acaso porque, importando menos sus contenidos, poseen unos rasgos formales arquetípicos, muchos de los cuales no dependen de la narración."¹¹

De cualquier manera, el cine aportó a la televisión temas, personajes, historias, etc., para la elaboración de sus mensajes e incluso proporcionó sus propios productos: películas, documentales y dibujos animados, resultando una fuente importante de material para programación.

Así por ejemplo, la producción de documentales encontró en la Televisión un nuevo canal de exhibición que pronto se convirtió en el más importante, cumpliendo una función didáctica, pues se enfocó a una variedad de temas en torno a la cultura, las tradiciones de los pueblos, las costumbres, flora, fauna, etc.

Por lo que se refiere a las películas, estas se convirtieron inmediatamente en transmisiones de gran éxito

¹⁰. Juan Antonio Hernández Les, en *BENITO, Angel. Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. p. 616.

¹¹. *ibidem*. p. 621.

pues permitieron disfrutar nuevamente de cintas y estrellas famosas, pero ahora desde la comodidad del hogar. Cabe señalar que estas primeras películas eran proyectadas por medio del *kinescopio*, aparato utilizado para grabar la cinta de celuloide en cinta de video y transmitirla por televisión.

Sin embargo, ver una película por televisión resultó distinto a hacerlo en una sala cinematográfica, pues a parte de las distintas condiciones de recepción que impone cada medio, se alteró el continuo temporal de los filmes para dar espacio a los bloques de anuncios comerciales; asimismo quedaron "recortados" los límites de los cuadros de las imágenes debido a las diferentes dimensiones de las pantallas de cada medio.

Con todo, el éxito del cine por televisión fue inmediato y constante, razón por la que nunca han perdido vigencia los espacios dedicados a la transmisión de películas, al contrario, representan un nivel de audiencia seguro.

Por lo que se refiere a las series, estas fueron realizadas con la reunión de elementos cinematográficos y televisivos; en principio, conservaron la calidad de la imagen que caracteriza a las películas al utilizar equipo y material fílmico para su registro, asimismo se basaron en argumentos y personajes de cintas y tiras cómicas famosas.

En cuanto a lo televisivo, para la realización de las series se ajustó el desarrollo dramático a las necesidades de inserción de anuncios y el manejo del suspenso como elemento principal para mantener el interés del televidente entre

corte y corte y entre capítulo y capítulo; la trama siguió los lineamientos del melodrama.

Un segundo aspecto de la relación entre el Cine y la Televisión se refiere a la construcción de los mensajes en sus elementos visuales y sonoros, que no fueron apprehendidos de manera inmediata por los técnicos del nuevo medio ni copiados tal cual de la cinematografía. Nos referimos al lenguaje audiovisual compartido por ambos, pero fundamentado previamente por el cine.

Aunque en sus orígenes el cine careció de "voz", siempre intentó integrar elementos visuales y sonoros que, con la evolución de las técnicas de filmación, adquirieron un sentido particular, así como una intencionalidad.

El lenguaje audiovisual, integrado por una banda sonora y una banda visual, facilita una manera de construir mensajes a partir de normas comunes que comparten el cine y la televisión pero que difieren (en ocasiones muy superficialmente) debido a la especificidad de cada uno en su modo de producción, difusión y recepción. Desde este punto de vista algunos autores conciben un lenguaje televisivo y un lenguaje cinematográfico para diferenciar lo que es cine de lo que es televisión.

Según Jesús González, "un lenguaje es un sistema de signos, y los signos son unidades formales, independientes del tipo de materia que en uno u otro caso permite

vehicularlos", en este sentido, el lenguaje audiovisual "hace referencia a mensajes en los que se halla la información en dos niveles o partes: una acústica y otra sonora; en el cine y la televisión estos actúan de manera analógica, o sea, reconocidos por el destinatario como, al menos, semejantes a los que conforman su experiencia perceptiva cotidiana."¹¹

Por lo tanto, no existe una diferencia entre lenguaje cinematográfico y televisivo, ya que no ha sido posible determinar el tipo de signo que debe caracterizar a cada uno, en realidad ambos comparten:

- ♦Signos: icónicos, verbales, gestuales.
- ♦Factores: iluminación, cambios de plano, angulación, cadencia, niveles de iconicidad, color, etc.
- ♦Articulaciones: movimientos de cámara, montaje, unidades narrativas, etc.

La televisión nació compartiendo el mismo lenguaje que el cine pues "la existencia de un nuevo medio de comunicación no presupone necesariamente la emergencia de un nuevo lenguaje; cuando se afirma lo contrario, se olvida que un nuevo medio de comunicación presupone, por lo general, nuevos soportes materiales para los mensajes, pero no necesariamente nuevos tipos de signos o de configuraciones discursivas."¹²

En conclusión, Jesús González realiza la siguiente reflexión sobre el lenguaje audiovisual:

¹¹ Jesús González Requena, en *ibidem*, p. 825.

¹² *ibidem*. p. 825.

"...en la medida en que las imágenes cinematográficas y televisivas son susceptibles de una elaboración propiamente semiótica que conduce a su discursivización, es decir, a una articulación discursiva de la que depende su capacidad de contener significación, emerge un nuevo contenido posible para la noción de "lenguaje audiovisual": el conjunto de procedimientos conducentes a la elaboración discursiva de estas imágenes.

Tales procedimientos son, fundamentalmente, de dos tipos: la organización de la imagen cinematográfica o televisiva por los códigos de la retórica visual. Se trata, en lo esencial, de un proceso de ordenación semiótica de la imagen que trabaja a partir de códigos bien consolidados en la tradición pictórica (angulación, composición, iluminación, enfoque, etc.); el tutelado semántico de la imagen a través de su conexión discursiva con enunciados lingüísticos o con signos icónicos (esquemas, dibujos, mapas, gráficos, emblemas); el establecimiento de una conexión discursiva de la imagen con otras imágenes: la construcción - a través del montaje (cine) o de la edición (televisión), ya sea externo o interno, es decir, encadene planos diferentes o los transforme a través de los movimientos de cámara o de objeto - de una ordenación discursiva que someta al conjunto de las imágenes, constituidas por este expediente en planos, a una determinada estructuración sintagmática que podrá conducir, en la mayor parte de los casos, a un nivel superior de articulación narrativa."¹⁴

En vista de que existen muchos elementos que comparten el cine y la televisión, a continuación sólo rescataremos los más importantes:

El plano es la unidad visual básica donde se concentra el campo de la acción, es la duración de una parte de toma comprendida entre dos cortes consecutivos del proceso de

¹⁴ *ibidem.* pp. 823 - 829.

edición; es el contenido icónico de una toma,¹⁵ que puede concentrarse en un término cercano, intermedio o alejado de la posición de la cámara (planos cortos, medios o largos).

Para la televisión han sido más útiles los planos cortos (*Close Up, Medium Close Up, Big Close Up*) y los medios (*Medium Shot, Knee Shot*) debido a las siguientes razones:

a) La televisión requiere un tiempo de lectura mayor que el cine por las dimensiones de cada pantalla (los planos largos necesitan mayor atención para captar toda la información que contienen).

b) La calidad de la imagen es mejor en el cine que en la televisión porque el primero posee 1500 líneas de resolución, mientras que la televisión no pasa de 819. En este sentido indica Llorenc Soler: "Las líneas de la pantalla televisiva representan un obstáculo para una definición atinada del tema. En primeros planos, dada la poca información contenida en ellos, esta escasa información bastará. Pero no así en aquél plano que contenga infinidad de aquéllos detalles (como ocurre en los planos generales)."¹⁶

c) Los planos cortos crean un efecto psicológico: la distancia que media entre lo real y la representación de lo real se acorta. Son llamadas al sentimiento del espectador. Buscan la introspección del individuo, su dimensión psicológica, su definición interna, la intensidad de sus sentimientos. Son planos que comunican, son explícitos, unívocos, apasionados y apasionantes.

En cambio, los planos generales tienden a lo neutro, a lo ambiguo, a lo polisémico. Reducen el tamaño de la realidad y, psicológicamente, lo alejan del receptor; son una llamada a la razón, y sólo muestran.

d) La producción televisiva se ha concentrado en espacios cerrados a fin de aprovechar mejor sus

¹⁵. SOLER, Llorenc. La televisión: una metodología para su aprendizaje. p. 87

¹⁶. ibidem. p. 87.

espacios, tiempo y recursos, por lo que en un mismo estudio se puede concentrar todo el *staff* para grabar varias escenas que pueden corresponder a sitios diversos (una casa, un hospital, un restaurante, etc.).

De esta manera, la movilidad de la cámara debe constreñirse a espacios limitados, en donde es difícil una diversidad de movimientos. Cuando se graba en locación se manejan más planos abiertos, pero hasta cierto límite, pues existen una serie de imprevistos y factores que deben ocultarse (público en la grabación, cables de las cámaras, anuncios publicitarios, etc.).

El plano posee "movimiento" gracias a la manipulación de los objetivos de la cámara y al desplazamiento que esta puede realizar; sin embargo, por las condiciones de producción de la televisión, los movimientos de cámara son muy limitados.

Por esta razón, en televisión deben moverse los personajes más que la cámara (por lo general equipos muy pesados), en cambio en el cine lo hace esta y crea el efecto óptico y psicológico de estar metiéndose dentro de la trama, conviviendo con los personajes.

Otro elemento audiovisual son los efectos especiales, recursos electrónicos, técnicos y tecnológicos que dan veracidad a la historia, adornan la presentación y desarrollo de un programa o película y crean imágenes sobrenaturales.

Ahora bien, hablar de efectos nos lleva a referirnos a dos rasgos de la relación cine-televisión, por un lado, tenemos aquéllos efectos que el cine inventó y desarrollo, que pasaron tal cual a la televisión, por otro, encontramos

efectos que nacieron del seno de esta al haber evolucionado técnica y económicamente; en este sentido encontramos las siguientes clases de efectos:

a) **Ópticos:** Son aquéllos que crean ilusiones ópticas o efectos de sombras por medio de la utilización de lentes especiales colocados en el objetivo de la cámara (empleados tanto en cine como en televisión).

b) **Mecánicos:** Son los que permiten crear atmósferas como nieve, lluvia, humo, fuego, etc., y son muy similares a los utilizados en el teatro. El ingenio y los recursos de cada empresa cinematográfica o televisiva dan origen a este tipo de efectos.

c) **Electrónicos:** Son los que se han desarrollado en el campo de la ingeniería electrónica, utilizándose de manera inmediata, directa y constante en la televisión debido a que sus condiciones de producción y edición facilitan su inserción de manera sencilla y rápida. Esta clase de efectos se logran por medio de un generador de efectos o *switcher*.

La electrónica ha permitido que los efectos electrónicos se realicen por computación (*generadores de efectos digitales*) y pasen al celuloide logrando películas de ciencia ficción muy sorprendentes por la calidad y veracidad de los efectos utilizados.

Especificidad de la Televisión.

Existe un rasgo que por sí mismo le da la categoría de "televisivo" al mensaje audiovisual: la *transmisión en directo*, pues a decir de *Llorenç Soler*, esta es la particularidad del lenguaje televisivo:

"El directo origina una forma de lenguaje que, de entrada, rehuye la narrativa sincopada - y aún retórica - del propio relato fílmico. El directo es fiel al tiempo real.

El directo crea un lenguaje televisivo más moroso, en comparación con el cine, pues refleja no sólo los momentos interesantes de la acción, sino también los tiempos muertos, las transmisiones sin interés, las interrupciones. Por la misma naturaleza tecnológica de la retransmisión en directo, su lenguaje es, estilística y retóricamente, más sobrio. No podemos contar más que con unos pocos puntos de vista, tantos como cámaras, y con un sólo espacio, el de la acción."¹⁷

El programa en *directo* no posee, sin embargo, los recursos narrativos que puede tener uno grabado, en donde existe cierto control del espacio y tiempo de la acción, por lo que posee un lenguaje más simple que depende del evento desarrollado; por lo tanto, el impacto del *directo* se centra en que es copia fiel de la realidad.

En efecto, al no intervenir recursos estilísticos de edición, el *directo* aparece como reflejo de una situación verosímil que puede ser vista por miles de personas en un mismo instante, siendo esta circunstancia la que exculpa a su lenguaje de ciertas limitaciones icónicas y hasta de cierta pobreza y monotonía, afirma Soler.

A parte del *directo*, existen otros rasgos que definen lo estrictamente televisivo y se encuentran fundamentados en los principios de producción, difusión y recepción de cada medio.

¹⁷. *ibidem*. p. 88.

EL MODO DE PRODUCCION: El cine se desarrolla en un proceso fotoquímico: la película se registra ("filma") en cinta de celuloide que se procesa mediante un revelado donde intervienen compuestos químicos; las imágenes y los sonidos se pueden filmar conjuntamente o por separado.

En cambio, un programa de televisión se registra ("graba") en cinta magnética, que incluye una banda para audio y otra para video; por medio de una máquina de videotape se proyecta incluso segundos después de haberse grabado. La cinta original (*master*) puede ser copiada varias veces y sobre ella se realiza la edición; de manera inmediata y paralela a la grabación se pueden insertar efectos especiales.

Asimismo, el cine filma comúnmente con una sólo cámara, que registra todas las escenas que serán "montadas", la televisión maneja por lo general tres cámaras.

Otras diferencias entre el cine y la televisión son las siguientes:

- * El cine presenta un volumen y peso de material de impresión (rollos de película virgen) frente al video (cassettes de cinta).

- * El sonido en cine se graba en cinta separada. Se necesita un posterior ajuste de banda de sonido/banda de imagen en la moviola.

- * La respuesta de emulsión fotosensible a los impactos de la luz es más compleja y matizada en el cine. Colores, contrastes, penumbras y, en general, todas las constantes de la imagen fílmica presentan más fidelidad a los valores de la realidad que la imagen videográfica, la cual requiere una

iluminación muuy rica y determinada si se pretende la fiel transcripción de la realidad."¹¹

EL MODO DE DIFUSION: Existen características de tipo tecnológico que condicionan un modo de difusión particular: el cine se basa en fotogramas, la televisión en imágenes electrónicas (impulsos luminosos), por lo que la recomposición técnica del movimiento es diferente en cada medio.

El análisis y la síntesis del movimiento se dan en el cine de manera mecánica y se obtiene por imágenes completas; la síntesis se logra por luz reflejada: las imágenes son proyectadas sobre una pantalla opaca. En la televisión, el análisis y la síntesis del movimiento se efectúan por puntos y se obtiene mediante la exploración electrónica; la síntesis se produce por luz directa (cada uno de los puntos de la pantalla se hace luminoso).

EL MODO DE RECEPCION: Para asistir a una función cinematográfica es necesario trasladarse a un lugar determinado (una sala de cine) y pagar un boleto de entrada; en cambio, un programa de televisión es entretenimiento gratuito, Visto en cualquier momento, en la comodidad del hogar, al respecto señala Llorenc Soler:

"...el cine se consume en un acto colectivo (asistencia al espectáculo cinematográfico, el mito

¹¹. **CEBRIAN Herreros, Mariano. Introducción al lenguaje de la televisión. p. 145.**

de la pantalla grande). La televisión se contempla en ámbitos reducidos: el hogar, una clase, una reunión de profesionales, etc. El cine es fábrica de sueños, paraíso de la imaginación, reducto de historias fantásticas. La televisión es esencialmente información, ventana abierta al mundo, testimonio de la realidad. Así que, gracias a su técnica electrónica, la televisión representa una verdadera revolución, merced a sus dos características más particulares: instantaneidad e inmediatez."¹⁹

De este modo, una película es vista con un grado mayor de concentración, pues su proyección ocurre en un lugar cerrado, a oscuras, al que se ha asistido expresamente. Al contrario, la televisión se ve en un medio altamente distractor, por lo que no se facilita su evasión como en el cine. En este hay que permanecer durante toda la función para amortizar el costo de entrada, la televisión se apaga o se cambia de canal cuando se desee.

Por último, hay que decir que el filme es duradero, puede ser presentado durante días, semanas, etc., la emisión televisiva es en esencia única e instantánea.

En conclusión, como hemos visto, la relación entre el cine y la televisión es muy amplia y estrecha, no por nada se le considera a esta última una prolongación de aquél al compartir un mismo lenguaje, el audiovisual.

Aunque es cierto que la evolución de la cinematografía mundial, iniciada décadas antes del nacimiento de la

¹⁹. SOLER, Llorenç. op. cit. p. 87.

2.3 Cine y Televisión.

televisión, instauró procedimientos de expresión artística que a esta última le fueron de gran utilidad para construir mensajes dotados de sentido, también lo es que la "pantalla chica" los ajustó a sus requerimientos y condiciones técnicas y expresivas para construir sus propios mensajes.

2.4 Periodismo y Televisión.

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."²⁰ La información periodística responde a todas las interrogantes del acontecer social (qué sucedió, quién lo dijo/hizo, cómo ocurrió, en dónde, porqué, cuándo); en este sentido, "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."²¹

Esta función 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 la prensa periódica 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

²⁰. **LEÑERO, Vicente. Manual de periodismo. p. 17.**

²¹. **ibidem. p. 18**

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 de la televisión, por medio del directo se magnifica la difusión de la información en un mensaje que reúne sincrónicamente la imagen y el sonido; con ello las noticias se "viven" a través de las pantallas de televisión y no sólo se escuchan (radio) o se leen (periódico), por lo que se genera el efecto psicológico de estar presente en la acción y ser testigo de los hechos.

En este sentido, la televisión se convierte en el medio de transmisión de noticias más importante porque muestra los hechos como sucedieron; sin embargo, la "pantalla chica" se ha consolidado principalmente como un medio del espectáculo, por lo que la información ocupa un lugar secundario dentro de la programación (su importancia radica en que se convierte en reflejo del sentir de la empresa, el compromiso y los intereses que ésta tiene frente a la sociedad y su problemática en la que se inserta).

La televisión conoció a partir de la prensa periódica los conceptos de *información, noticia, oportunidad, interés colectivo, veracidad, actualidad, 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

2.4 Periodismo y Televisión.

existentes con la radio, pues en esta los noticiarios eran ya un **género** establecido.

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 periódica los fundamentos del periodismo.

Quizá los elementos más evidentes de la relación entre la prensa y la televisión sean los *géneros periodísticos*, o sea, las estructuras del periodismo bajo las cuales se presentan los hechos noticiosos, y son:

- a) **Informativos:** Nota Informativa, Entrevista y Crónica.
- b) **Interpretativos:** Reportaje.
- c) **De Opinión:** Columna, Artículo y Editorial.

Ahora bien, en televisión estos **géneros** se han constreñido a los espacios informativos, limitándose a las condiciones de tiempo y espacio que determina el formato *Noticiero*, por lo que adquieren características de brevedad, concisión y sencillez; en cambio, la prensa tiene la posibilidad de cumplir con las tres funciones del periodismo de manera extensa y detallada: informar, interpretar y opinar sobre los hechos noticiosos.

En cuanto a la presentación de la información, la televisión en sus orígenes se valió de diversos recursos visuales ante la dificultad de grabar y transmitir las imágenes: fotografías, mapas, modelos, cuadros, transparencias, etc.

Por lo que a las reglas de redacción de la información se refiere, estas fueron tomadas de la actividad radiofónica, pero además, se consideró que "la televisión exige un sistema de integración de los elementos auditivos y visuales. Esos elementos deben fundirse en una presentación unificada, que el televidente pueda comprender con facilidad. El sistema puede asimismo permitir al equipo de producción de televisión sincronizar los elementos auditivos y visuales con exactitud cronométrica."²²

Así, el nuevo periodismo televisado se convirtió pronto en un atractivo muy importante, al respecto señala Manuel Piedrahita:

"...la noticia ofrecida en la pantalla de un televisor es lo que más justifica la existencia de este medio periodístico. Sin "dar" noticias, la televisión parecería cine. Sin información, el periodismo electrónico tendría que guarecerse en las pantallas de las redacciones de los medios impresos... La retransmisión en directo nos sirve instantáneamente lo que está pasando ahora... El

²². NEWMAN, John F. Periodismo radiofónico. p. 162.

espectador se convierte en testigo cercano de la noticia."²³

La relación entre la prensa y la televisión se manifestó también por la participación de las empresas periodísticas en la realización de los primeros programas noticiosos (por ejemplo: *Noticiario Excélsior*, *Leyendo Novedades*, *Noticiario General Motors*); en efecto, las editoriales tenían el carácter de patrocinadoras y productoras de los noticieros, pues compraban los espacios, los armaban con su propio material (periódicos) y un locutor de televisión leía tal cual frente a cámara, con el auxilio de algunos apoyos visuales:

"El periódico Excélsior, por ejemplo, creó una entidad llamada TV PRODUCCIONES EXCELSIOR... Excélsior compraba el tiempo, patrocinaban los coches y los servicios para el noticiero venían del periódico.

TV PRODUCCIONES EXCELSIOR... tomaba una copia de los cables y demás teletipos..., los ordenaba, agregaba copias de textos de información nacional de sus reporteros, les daba forma... y ese era el libreto del noticiero.

En su realización, bastaba, o al menos así parecía, un texto y un locutor a cuadro. La televisión exigía imágenes. Lo primero que se tuvo a la mano fueron fotografías. En el caso de temas internacionales se tomó el telefoto o telefax."²⁴

²³ . PIEDRAHITA Del Toro, Manuel. Teleperiodismo. p. 37.

²⁴ . CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. pp. 83-84.

2.4 Periodismo y Televisión.

Sin embargo el *Noticiero* como tal nació hasta 1968, cuando la actividad reporteril, de redacción, investigación y demás funciones periodísticas fueron asumidas casi por completo por la televisión, separándose esta, de cierta manera, de la prensa escrita.

Pese a las características de la televisión como transmisora de noticias, la prensa no ha sido relegada de su importancia y función social, en realidad conserva ventajas que hacen que el periodismo escrito sea más profundo y exacto:

"La información en la radio y la televisión tiene horas fijas, mientras que en la prensa escrita permanece a disposición del lector. La televisión tiene un público más extenso, porque trata de complacer a todos. La prensa escrita en cambio puede mantener una línea de conducta, puede usar elementos de persuasión, o expresar su opinión."²⁵

Asimismo, como señala *Vicente Leñero*, la radio y la televisión tienen las ventajas de la rapidez y oportunidad con que se pueden transmitir las noticias; la televisión le añade el atractivo de las imágenes, con lo cual crea un atractivo mayor a sus servicios informativos. De esta forma, dice el autor, "en muchos casos lo que la televisión y la radio provocan es curiosidad e interés por determinados sucesos. Al día siguiente no es extraño que un sector del auditorio busque en los diarios la información

²⁵. *HANKARD, Maurice. La radio y la televisión en Europa.*
p. 29.

correspondiente para confirmar y comparar sus impresiones iniciales; para recordar, completar, analizar, y obtener una idea de conjunto respecto a lo que pasó."²⁶

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, 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 la noticia, brevedad, concisión y espectacularidad, son rasgos que definen el periodismo por televisión y le dan su especificidad.

²⁶. **LEÑERO, Vicente.** *op. cit.* p. 22.

2.5 Teatro, Literatura y Televisión.

En el apartado 2.2 abordamos los elementos que integran la parte visual de los mensajes audiovisuales, su complemento obvio es la parte sonora, más específicamente la narrativa textual, que se constituye por convenciones universales en el arte de contar historias de acuerdo a temas, personajes, situaciones, objetivos, etc; dichas normas proceden del teatro y la literatura, siendo desarrolladas desde la Grecia clásica.

Conviene indicar que aunque la naturaleza de la televisión es la transmisión de hechos y no la construcción de realidades, en ambos casos, se aplican las normas de construcción narrativa, pues en cualquier programa se utilizan los mismos mecanismos para atrapar la atención del espectador.

El teatro y la literatura poseen un estilo narrativo muy similar, diferenciado sobre todo en la manera como se manifiestan y reciben sus mensajes; así, mientras el teatro mueve a los sentimientos por medio de la representación escénica y el trabajo actoral, la literatura lo hace vía el lenguaje escrito. El primero se "vive" en una sala con decorados, iluminación, actuaciones, etc. y es un acto público, el segundo es íntimo pues su consumo se realiza en lugares diversos.

En la novela los personajes valen por sus opiniones, en el teatro por sus gestos, pero tanto uno como otro comparten estilos y esquemas de elaboración de mensajes que han sido adoptados por los medios de comunicación de masas para la construcción de sus productos.

Esta narrativa encuentra su fundamento en los llamados *géneros literarios*, o sea, normas que imponen la utilización de un modo predominante del idioma y criterios de composición específicos. Para Fernando Lázaro "los géneros literarios consisten en conjuntos perceptibles de procedimientos constructivos que forman una forma estructural subyacente a las obras concretas, por lo que su distinción y establecimiento han de ser históricas."²⁷

Tradicionalmente se han agrupado a los *géneros literarios* en tres grupos:²⁸

1. *LIRICOS*: Suponen el testimonio de los estados anímicos y actitudes vitales de sus autores; son el poema, la sátira, la elegía y el epitalamio.

2. *EPICOS*: También llamados "narrativos", y mediante los cuales el autor se hace testigo de lo existente y da cuenta de los grandes sectores de la realidad: la naturaleza, la historia y Dios. En esta categoría encontramos la epopeya, el poema épico, el cantar de gesta, la novela y el cuento.

²⁷. Fernando Lázaro, en ABAD, Francisco. Géneros Literarios. p. 20.

²⁸. *ibidem*.

3. **DRAMATICOS:** Llevan al límite el designio testifical del autor, quien se transfigura en personajes que actúan y expresan por sí mismos; aquí encontramos la tragedia, la comedia y el drama,

Las modalidades del género dramático han conocido variantes y concreciones históricas, dando origen al melodrama, el sainete y el vodevil.

En realidad, los medios de comunicación recurren prioritariamente al **género dramático** para la construcción de sus mensajes, pues es el que mejores elementos proporciona para despertar y mantener el interés del público, uno de ellos es el *suspense*, que despierta una expectativa por la siguiente escena (visual, sonora, audiovisual o textual) o capítulo.

En televisión el **género drama** activa el mecanismo psicológico de proyección-identificación en el televidente, pues lo involucra en un mundo ficticio que parte de la realidad, en este sentido, no es gratuito que el mayor porcentaje de programas televisivos producidos, y de mayor impacto, sean los que se ajustan a los lineamientos del melodrama y la comedia. El primero es un "drama popular que trata de conmover al auditorio por la violencia y el acusado sentimentalismo de las situaciones que presenta"; la comedia "supone que el contenido dramático de la acción es amable y divertido, mientras que el drama entrevera pasiones y

* El drama fue desarrollado por la cultura griega en el siglo VI a. C. con la finalidad de celebrar y festejar anualmente al dios de la vida silvestre, fue desarrollado después por la cultura romana. Cfr. ABAD, Francisco, op. cit. pp. 48-49.

elementos cómicos. Estas pasiones se hallan atenuadas respecto a como aparecen en la tragedia. El final puede suponer la muerte de algún personaje."¹⁹

Los demás *géneros* literarios tienen cabida en la televisión, si no de manera fundamental, al menos como complemento de otros; así por ejemplo, la poesía puede incluirse en algún programa de tipo cultural, la epopeya puede ser el punto de partida para una historia narrada en melodrama, el vodevil puede ser uno de los ingredientes de un programa cómico, etc.

Por otra parte, como indica Tomás López Pumarejo, "el modelo de representación dramática dominante en la comunicación de masas tiene su base en el naturalismo. La televisión habría de absorber, en el proceso de asentamiento como principal medio de comunicación social, las convenciones de dicha perceptiva, convenciones que habían evolucionado mediante el cine, la radio, el teatro de variedades y la narrativa melodramática/sensacionalista, transformándose en el tipo de representación dramática más popular, más decodificable, al menos en los lugares en donde se inicia la teledifusión."²⁰

¹⁹. *ibidem*. p. 49

²⁰. LOPEZ Pumarejo, Tomás. Aproximación a la telenovela. (Dallas, Dinastía, Falcon Crest). p. 57.

La representación dramática naturalista¹ en nuestro país, se encontraba arraigada en el público de alguna manera cuando la televisión surgió gracias al éxito de la novela de folletín de mediados del siglo XIX, de las obras teatrales, la radionovela, y la novela en general.

Hay que recordar que en los años cincuentas el televidente pertenecía a una élite social, pues sólo las familias con recursos económicos pudieron comprar un televisor, por lo que es fácil pensar que este primer público se encontraba predispuesto a dicho tipo de lecturas y espectáculos.

Por lo tanto, la televisión privilegió el modelo de representación dramática que procedía de las convenciones del teatro naturalista y del melodrama decimonónico, esto dio como resultado "una lectura lineal y episódica, organizada tanto en leyes de causa y efecto como en oposiciones entre el bien y el mal. Melodramáticamente, las oposiciones dentro de la linealidad obedecen a códigos ideológicos y morales que, asumiéndose como universales, buscan ser leídos como tales

¹ El teatro naturalista en un principio sólo presentaba escenas hogareñas donde los personajes miraban por las ventanas esperando que fuerzas extrañas le determinasen su destino. Pero con la Revolución Industrial dichas fuerzas se integran a la escena en una acción dramática indivisible (hogar privatizado y movable); asimismo la Revolución Industrial desplazó a la familia extendida y la fragmenta en familia nuclear (que se instala alrededor de los centros industriales). *ibidem.* p. 58.

(por ejemplo, el hijo rebelde pide finalmente perdón a sus padres, el malo recibe su merecido)."¹¹

En México este esquema narrativo fue asimilado de manera más o menos fácil e inmediata al repetirse los estilos de programas que la televisión norteamericana había experimentado. Al respecto, un artículo publicado en el *Boletín Mensual de Telesistema Mexicano* refiere que los programas dramáticos realizados en Televisión Mexicana seguían la "fórmula para el éxito" establecida en los Estados Unidos para la construcción de argumentos:¹²

1. Un protagonista interesante y simpático, con quien el público puede identificarse. Desde su punto de vista se desarrolla el melodrama.

2. Un problema urgente y difícil que enfrenta el protagonista al principio del drama. El protagonista intenta resolverlo durante todo el drama.

3. Complicaciones que surgen de los intentos del personaje central para resolver sus problemas y que ocasionan que la solución eventual sea más difícil.

4. Un punto de crisis en el cual resolver su problema; es en este momento cuando el drama tiene su máxima intensidad emocional.

5. Una solución lograda por los propios esfuerzos del protagonista, y por medio del cual devuelve el orden a su vida.

¹¹. *ibidem*. p. 60.

¹². "Una fórmula para el éxito", en *Televisión Mexicana. Boletín Mensual de Telesistema Mexicano*. No. 12, p. 10

Esta fórmula, según menciona el Boletín, había sido publicada en libros sobre cine y teatro, resultando ser una estrategia de bastante éxito para cientos de productores, tanto de Estados Unidos como de Europa, y seguía el camino trazado por *William Shakespeare*, en cuanto al estilo de narración literaria y teatral que él mismo denominó "El arte del vaivén", utilizada posteriormente por *Dumas, Fils, Sardou, Scribe*, entre otros.

Dentro de la cultura de masas este esquema fue explotado primero por el cine de *Hollywood*, consistía en lo siguiente:

"El "vaivén" básicamente no es más que un truco para crear suspenso... Debido a que crea suspenso, el "vaivén" es uno de los más importantes elementos en una buena obra de televisión; y es tan necesario en drama como en comedia. Es el secreto del suspenso bien desarrollado... de un público satisfecho... y de un patrocinador contento. ¿Cómo funciona?

Escoja un protagonista interesante. Déle un problema tan difícil y substancial que ponga en juego su fortuna, o su familia, o su vida misma. Ahora, observemos a este protagonista en una obra de televisión.

Su problema se empeora... la solución parece imposible; de repente, aparentemente, todo cambia...

Por los esfuerzos del protagonista, el problema parece mejorar; cuando intenta resolver su dilema, la situación se ve más clara; después, un problema nuevo surge y las perspectivas de nuestro héroe se oscurecen...

Baja su fortuna, sube su fortuna; ¡como un vaivén! Hasta que el protagonista llega a un punto en el cual - aparentemente - jamás podrá resolver su problema. No solamente ha llegado al borde del precipicio - sino que también se ha caído - Y vuelve el vaivén tan necesario en una buena obra de

televisión; aunque nuestro héroe ha caído, busca a su alrededor, encuentra unas raíces salvadoras - y por medio de sus propios esfuerzos -, se levanta de nuevo, vence su problema y pone orden a su vida..."

Esta fórmula de argumentos continúa practicándose realizando en nuestros días, en especial en los programas de corte dramático, aunque también han encontrado lugar en la transmisión de sucesos, o sea, en el relato informativo; al respecto afirma Jaime Barroso:

"El objeto y justificación del relato informativo es contar una historia que precedentemente ha tenido una existencia fenoménica en el mundo de lo real. La articulación y la estructura narrativa resulta obligada porque la esencia misma del relato informativo es la noticia: "tipo de mensaje, objeto cultural producido, que da a conocer un hecho, algo que existe, poseedor de un interés especial y relevante para su receptor."

Ahora bien, para que exista un relato, y por ello una estructura narrativa, se deben dar tres condiciones dentro de la noticia:¹⁵

1. Una situación de partida de un sujeto dado.
2. Un suceso o hecho que se produce y desestabiliza la situación afectando al sujeto directa o indirectamente.
3. Una situación de llegada o desenlace, final, del sujeto, y que ha sido provocada por el suceso.

¹¹. "El vaivén de muchos millones", en *TELEVICENTRO. Boletín Mensual de Telesistema Mexicano*. No. 13, p. 8

¹⁴. *BARROSO García, Jaime. Proceso de la información de actualidad en televisión*. pp. 249-250.

¹⁵. *ibidem*. pp. 249-250.

Para el mismo autor, el guión televisivo no es más que un relato novelístico porque condensa la descripción de las imágenes que va a presentar, informa lo que va a contar, el asunto o historia, la manera de hacerlo y los personajes que se hallarán. En este sentido, en el guión de televisión existe un relato, y por lo tanto una narración (por relato se entiende la expresión de una cadena de acontecimientos o hechos a los cuales se les ha dado un cierto orden que responde a criterios de narración, ésta será la propia acción de contar o referir lo sucedido).

Desde este punto de vista, todo el flujo televisivo (*programación*), queda sujeto a las normas de la narrativa literaria, ajustándose a las necesidades de cada medio, así por ejemplo, según Francisco Martínez Medellín, "la estructura dramática de un noticiario debe responder igualmente, en la televisión comercial, a los imperativos de la inserción publicitaria, y por ende del nivel de auditorio. La estructura del noticiario implica una entrada o *teaser* que enganche al telespectador para que no cambie de canal a la llegada de los comerciales. Posteriormente, la línea narrativa debe seguir una especie de estructura ondulada ascendente que alcanza su *climax* en el momento de los comerciales."¹⁶

¹⁶. MARTINEZ Medellín, Francisco. *op. cit.* pp. 263-264.

2.5 Teatro, Literatura y Televisión.

Por último, otra aportación de suma importancia que hicieron el teatro y la literatura a la televisión fue el **Teleteatro**. En sus orígenes, este **género televisivo** no era más que un teatro televisado, más pronto accedieron al medio audiovisual actores, productores, directores, etc. de extracción teatral a fin de realizar obras para su transmisión por televisión, con los recursos y limitantes de esta.

El éxito del **Teleteatro** fue inmediato y permanente, pues recreó las obras más importantes de la literatura universal, y fue tan impactante que con el tiempo este género engendró al formato más exitosos en la actualidad, la **Telenovela**.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

2.6 La Industria del Espectáculo, el Deporte y la Televisión.

El mundo del Espectáculo y el Deporte fueron dos industrias que encaminaron a la televisión en sus primeros pasos, pues por sus características, fueron soporte importante para la transmisión de los primeros programas, proporcionando "material" de fácil utilización por los pioneros del nuevo medio.

En este sentido, la dependencia de la televisión con estas industrias del entretenimiento se sintetiza en los dos puntos siguientes:

a) *La Transmisión en Directo de:*

1. *Espectáculos artísticos, cívicos y políticos.*
2. *Eventos deportivos.*

b) *La promoción de las estrellas.*

Al seguir el modelo norteamericano de televisión privada comercial, los concesionarios mexicanos respetaron también el objetivo de convertir al medio audiovisual en una industria del espectáculo que promoviera las diversas manifestaciones artísticas. De esta manera, la gran ventaja y atractivo que representaba la "pantalla chica" fue el presentar en la comodidad del hogar eventos que acontecían en lugares masivos, sin los riesgos que estos significan (adquirir entradas, aglomeraciones, imprevistos, etc.). Un anuncio

publicado en los inicios de la televisión mexicana da cuenta de este hecho:

"Los más famosos astros del deporte jugarán para usted y los suyos en su sala... Sus hijos gozarán, sin peligro alguno, de espectáculos especialmente planeados para ellos... Rodeada de todas las comodidades, la familia podrá asistir a los más grandes e interesantes eventos de la vida política y social de la gran urbe... Rutilantes estrellas del cine y del teatro actuarán en su propia sala... Las noticias que conmueven al mundo llegarán a usted con verismo, con una realidad jamás soñada antes..."¹⁷

Así, el nuevo medio autojustificaba su presencia social y hacía patentes sus usos y contenidos como una forma de motivar el interés del público; entre los satisfactores que ella misma promovía se encontraban: *televisión-espectáculo, televisión-cuida niños, televisión-realidad, televisión objetiva, televisión acontecimientos.*

Para Rómulo O'Farrill estaba claro cuál era el camino para crear una industria televisiva del espectáculo:

"El señor O'Farrill comprendió que la televisión era el medio publicitario más moderno y eficaz inventado hasta el momento, y así lo hace ver en su discurso ante la AMAP, dos días antes de la inauguración oficial de su emisora. El mismo señor O'Farrill no dejará de señalar también las posibilidades educativas y culturales de esta tecnología, pero, ante todo, desde su punto de vista, lo esencial de la televisión estribaba en ser una industria del espectáculo. Por ejemplo, en su discurso ante la AMAP, recuerda las dificultades que afrontó debido a la creencia de que la televisión iba a perjudicar a los deportes, al cine y al teatro, para citar algunos espectáculos; ante

¹⁷. Anuncio de la RCA Víctor Mexicana, en *ibidem*, p. 37.

esto, argumentaba que, en los Estados Unidos, la televisión comercial no había perjudicado a los otros espectáculos, sino que, por lo contrario, gracias a la publicidad por televisión, se impulsaban a otros «espectáculos más.»³⁸

La promoción del espectáculo se inició en la televisión mexicana de manera inmediata; la programación de agosto de 1950 revelaba los intereses de O'Farrill:

Desfile de Estrellas: Programa de canto, baile, y música popular y clásica. Con: Rosita Fornés, María Enriqueta, Elvira Codi, Francisco Amador, Trío Los Bucaneros, Graciela Castillo de Oro, Teresa Sevilla, Ballet de la Ciudad de México y maestros M. Lerdo de Tejada Jr. y Carlos de Córdova; maestros de ceremonia: Lotario Coli y Rafael Vidal.

La mamá de mi mujer: Comedia. Guión de G. de la Colina, dirección artística de Ragala Jr., escenario de A. Artis Gener, producción del ingeniero Figueredo.

A caza de un ídolo: Farsa musical. Guión, dirección y producción del ingeniero Figueredo.

La danza de la muerte: Revista Musical. Guión y producción de la señora Carmen R. de Figueredo; dirección y adaptación de Ragala Jr.

PROGRAMAS FIJOS:

A parte de películas cortas y largometrajes durante toda la semana, y del noticiero **Leyendo Novedades**, los siguientes:

Nago Frank. Magia.

Lucha Libre. Control Remoto.

Teatro de la Fantasía. Títeres.

Frontón. Control Remoto.

Toros. Control Remoto.

³⁸. *ibidem*. pp. 34-35.

2.6 La Industria del Espectáculo, el Deporte y la Televisión.

La creación de la *industria del espectáculo televisivo*, significó primeramente la promoción del mundo artístico y deportivo del momento, pues el nuevo medio aún no contaba con los recursos suficientes como para crear sus propios espectáculos, por lo que se alimentó de los que ya existían.

Con el tiempo la televisión pudo construir sus propios escenarios e incluso sus propias estrellas, sin dejar de recurrir a la transmisión de espectáculos y deportes, tanto nacionales como internacionales.

En cuanto al mundo del deporte, este se constituyó de inmediato en una de las transmisiones de mayor éxito por la gran audiencia e impacto que generaron, lo que atrajo a la vez mayores inversiones de anunciantes y, por lo tanto, mejores ganancias económicas para la empresa de televisión.

Así, en los años cincuentas los deportes de mayor atractivo eran: *box, lucha libre, beisbol, jai alai, frontón, futbol americano, corridas de toros y automovilismo*, por lo común se trataba de transmisiones a control remoto y se programaban en horarios estelares (nocturnos).

Sobre la importancia de este tipo de eventos señala *Francisco Martínez Medellín*:

"En los inicios incrementar la economía y reducir los costos de producción era primordial para los concesionarios mexicanos, por lo que las transmisiones de box y lucha libre, así como las de toros y futbol se incorporaron a las primeras

2.6 La Industria del Espectáculo, el Deporte y la Televisión.

programaciones. Este tipo de espectáculos resultó un soporte eficaz para los anuncios publicitarios.

Algunos anunciantes han patrocinado estas transmisiones a lo largo de la historia de la televisión en México; podemos, señalar como ejemplo ciertas marcas de cerveza en las transmisiones de toros, futbol y box, y más recientemente compañías de financiamiento y aseguradoras en el caso de los acontecimientos deportivos especiales."³⁹

Por la promoción que hizo de determinados deportes, la televisión legitimó un cierto tipo de eventos, aquéllos que mejor se adaptaron a los imperativos publicitarios, asimismo su relación con el mundo del deporte trascendió las meras transmisiones de la siguiente forma:

"Por la relación con los grupos ligados a la televisión comercial del país y por sus intereses económicos, pronto vieron las posibilidades de este campo y se expandieron a otras áreas de la industria. En este sentido, y por citar algunos ejemplos, Televisa es propietaria de varios equipos de futbol en México y los Estados Unidos, tienen intereses en el beisbol, así como en el Estadio Azteca; ha construido todo un aparato publicitario a fin de promover a sus preferidos y fortalecer la producción de estrellas del deporte nacional."⁴⁰

Por lo que se refiere a los contenidos de la televisión, el éxito de las transmisiones deportivas originó los primeros programas periodísticos (resúmenes noticiosos diarios o semanales), en especial los relacionados con los Juegos Olímpicos, la Copa Mundial de Futbol, los Juegos

³⁹. *ibidem*. pp. 261-262.

⁴⁰. *ibidem*. pp. 262-263.

Panamericanos, etc, con el tiempo estos programas formarían el *género Deportes*.

El segundo aspecto de la relación entre el Espectáculo y el Deporte con la Televisión tiene que ver con las "estrellas".

Las figuras o personajes de mayor éxito en los espectáculos artísticos y deportivos son elemento imprescindible dentro de la comunicación de masas, pues en ella se representan los valores y cualidades ideales que el hombre anhela: *destreza, habilidad, fuerza física, valor, personalidad e inteligencia*. Además, las estrellas de la cultura de masas crean estereotipos de comportamiento, modos de pensar y vivir que se convierten en arquetipos de la sociedad de masas.

Con la aparición de los medios masivos de comunicación el héros tradicional de las novelas de aventuras se materializó para convertirse en un héroe moderno o, como dice Edgar Morin, en un "dios olímpico":

"Las vedettes de la gran prensa, los modernos dioses olímpicos, se sitúan en el punto de contacto del empuje de lo imaginario hacia lo real y de lo real hacia lo imaginario. Estos dioses olímpicos no son solamente las estrellas de cine, sino también los campeones, príncipes, reyes, playboys, exploradores, artistas célebres (Picasso, Cocteau, Dalí, La Sagan). El olimpismo de unos nace de lo imaginario, es decir, de los papeles representados en las películas (estrellas), y el de los demás nace de su función sagrada (realeza, presidencia),

de sus trabajos heroicos (campeones, exploradores) o eróticos (playboys, distels)."⁴¹

En este sentido, fueron necesarios mecanismos que pusieran al alcance de la sociedad de masas la vida, amores y chismes de los *dioses olímpicos*, por lo que la televisión creó y promovió programas y secciones que rindieran culto a la personalidad de las estrellas que, finalmente, coadyuvaron a consolidar los estereotipos de la comunicación de masas; de esta forma surgieron **géneros** como el *Musical* y el de *Variedades*, por ejemplo.

Las primeras figuras que ingresaron a la televisión fueron: *actores de teatro y cine, cantantes, músicos, animadores y locutores*, siendo estos últimos una pieza fundamental para la creación de los primeros programas televisivos, pues la mayoría requería de una personalidad que llevara el ritmo y el desarrollo de la emisión.

Fue tan impactante la presencia del locutor en televisión que pronto lograron una identificación con el público, es decir, una *imagen*. Según Martínez Medellín, fue en la época de los años sesentas cuando se dio el momento de mayor éxito de los locutores:

"A principios de los años setenta se da el clímax de los promotores estrellas (entre ellos Raúl Velasco, Jacobo Zabludowsky, Jorge Saldaña, Pedro Ferriz y Joaquín López Dóriga); al mismo tiempo, la televisión mexicana se intelectualiza, y empieza a aparecer un nuevo tipo de locutores que,

⁴¹. MORIN, Edgar. El espíritu del tiempo. p. 130.

en el caso de la televisión comercial, podríamos calificar como "intelectuales del espectáculo".

El locutor se intelectualiza, pero no deja de tener también un papel de conductores de las relaciones públicas de las televisoras ante los telespectadores. Por otra parte, y en el mismo sentido, llegan al estrellato los comentaristas de noticias, por lo general periodistas o intelectuales, alguno de estos verdaderos conductores de opinión pública."⁴

En los comienzos del espectáculo televisado la principal fuente de creación de estrellas fueron los programas de *Concurso*, en estos la participación de los televidentes provocó que se descubrieran nuevos talentos para la música, el canto, la conducción, etc; de ser simples aficionados, los televidentes podrían convertirse en valores artísticos que la televisión se encargaría de explotar.

Hoy día la producción de estrellas es tan importante que la televisión se ha convertido en la plataforma más importante para lograr éxito y trascender a otros medios, incluso a nivel internacional, tanto del mundo artístico como del deportivo.

En efecto, también los deportistas se *vedetizan*, o sea, se convierten en héroes modernos que la televisión promueve, siempre dentro de los límites de la ley del mercado, esto es, refuerza la imagen de aquéllos deportes y deportistas más rentables (populares), para elevar los niveles de audiencia de las emisiones en las que se presenten.

⁴. MARTINEZ Medellín, Francisco. *op. cit.* pp. 257-258.

Por su carácter comercial y de industria del espectáculo, todos los productos de la televisión se convirtieron en sinónimo de entretenimiento, incluso la información noticiosa, surgió así lo que algunos autores han denominado la *Televisión Espectáculo*.

La televisión puede transmitir dos tipos de imágenes: las reales, es decir, las que proyectan los sucesos cotidianos de nuestro entorno, y las de ficción, o sea, aquéllas que se construyen con un contenido previamente determinado. Desde este punto de vista *Edgar Morin* señala que los medios de comunicación de masas se mueven dentro de un doble cauce: entre lo real y lo imaginario:

"En el seno de los mass-media se ha construido un doble sector: en toda sesión de cine, al lado de la gran película novelesca, existe una parte dedicada a noticiarios o documentales; los programas de televisión se configuran alternando lo informativo y lo imaginario, el documental y el espectáculo; la misma dualidad se da en la prensa (lo novelesco es minoritario en la prensa diaria y preponderante en la "prensa del corazón")."⁴¹

De este modo, en la televisión se dio énfasis a lo imaginario por sobre lo real, aunque en este último se condensaron elementos de aquél, originando la "espectacularización" de la información, es decir, lo que

⁴¹. MORIN, *Edgar*. op. cit. p. 121.

interesó ya no fue la noticia misma, sino su dramatismo, su sensacionalidad. Los *Noticieros* privilegiaron situaciones de intensa tragedia por encima de hechos quizá también importantes, pero con menor impacto visual.

Entonces la cultura de masas no hizo más que acentuar la *vedetización* de las noticias:

"En los sucesos el accidente, la catástrofe, el crimen, la pasión y los celos, rompen los pretilos de la vida normal. El universo de los sucesos tiene algo de común con lo imaginario, el sueño, la novela, la película, y este algo es que infringe el orden establecido de las cosas, viola todo tabú y lleva al límite la lógica de las pasiones. Tiene también algo de común con la tragedia, y es que soporta una implacable fatalidad. Y este universo de sueños vividos, tragedias vividas y de fatalidad, es el que enzalzan los diarios modernos del mundo occidental."

En conclusión, en los medios de comunicación masiva, la información y el espectáculo se entremezclaron a fin de consolidar un único modelo de entretenimiento en torno al cual el medio audiovisual elaboró una serie de mensajes dirigidos a una amplia gama de públicos.

La Televisión se nutrió del Espectáculo y el Deporte para crear sus propios contenidos, pero también los apoyó a

" . *ibidem.* p. 124.

2.6 La Industria del Espectáculo, el Deporte y la Televisión.

tal grado que extendió su presencia a un auditorio mucho más amplio y heterogéneo al que normalmente se dirigen, logrando, para las tres industrias, una fuente importante de ingresos debido a los grandes niveles de audiencia que por lo regular reportan este tipo de transmisiones, que por lo regular forman parte del rubro de programas denominados *eventos especiales*.

CAPITULO 3: LOS GENEROS TELEVISIVOS.

3.1 GENEROS PERIODISTICOS.

3.1.1 Noticiero.

El **Noticiero** 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, etc.

En este sentido el **género** no es más que la transmisión oportuna de noticias de mayor impacto o trascendencia social, utilizando los métodos y las técnicas del periodismo (adaptados al proceso de creación audiovisual).

A decir de Llorenc Soler el **Noticiero** ó **Telediario** es el programa estrella de los espacios informativos de las estaciones de televisión:

"Estos 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."¹

¹. SOLER, Llorenc. La Televisión: una metodología para su aprendizaje. p. 133.

El *Noticiero* es además el programa que mejor ilustra las especificidades de la televisión, pues permite la transmisión en *directo* de la noticia, potenciando la realidad con toda su crudeza y verismo, desde esta perspectiva el *Noticiero* le permite a la televisión cumplir con un papel y un objetivo social inherente en tanto medio de comunicación: la *difusión de información de interés público*.

En las sociedades actuales la búsqueda de noticias es una de las necesidades básicas, pues lo mismo coadyuva al reconocimiento del entorno que marca pautas de acción, por lo cual el *Noticiero* se convierte en uno es uno de los pilares principales en la transmisión de información, al respecto dice Jaime Barroso:

"La experiencia en el ámbito informativo de estos últimos años ha evidenciado a la televisión como el medio de mayor eficacia para la distribución de la información de todo tipo, pero muy especialmente para la denominada información de actualidad o información periodística, es decir, la información especializada en función de su actualidad.

Las organizaciones de radiodifusión de todo el mundo hubieron de enfrentarse a esta evidencia que, paralelamente a la casi total desaparición de los tradicionales noticieros cinematográficos, unida a la demanda creciente por parte del espectador de programas de información, convirtió a la televisión en el medio principal de transmisión de noticias y, principalmente portavoz de la información relativa a los asuntos de interés público (información internacional, nacional, local, cultural, deportiva, etc. sin por ello renunciar a su poder y eficacia para proveer espectáculos

(entretenimiento) y cultura (formación) en los mensajes."²

El *Noticiero*, como su nombre revela, es el escenario de la noticia, es decir, es un espacio donde la información redactada como nota informativa tiene prevalencia, su objetivo es enterar al televidente de los sucesos más importantes de las últimas horas.

La actividad periodística diversificó su campo de acción con el surgimiento de los medios masivos de comunicación; para cumplir esta función informativa, cada uno de ellos adaptó los procedimientos periodísticos a sus especificidades. De esta manera el periodismo se ramificó en escrito, cinematográfico, radiofónico y televisivo, compartiendo el mismo fin: la transmisión de información de actualidad.

Sin embargo ha sido la televisión quien mejor ha potenciado la actividad periodística debido a su posibilidad de transmitir en directo las noticias en imagen y sonido (la prensa ganó en profundidad, el cine en espectacularidad y la radio en penetración).

El programa noticioso tiene sus antecedentes en el *noticiero de actualidades del cine* y en *radiofónico*, del

². BARROSO, Jaime. Proceso de la información de actualidad en la televisión. p. 13.

primero tomó sus técnicas de composición de la imagen, más lo supero en instantaneidad y oportunidad (la cámara de televisión capta y transmite al momento, y cuenta con la sincronía de la imagen y el sonido de la que careció el cine en sus orígenes). De la radio compartió la transmisión en *directo*, pero al sonido le añadió la imagen.

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

La producción de *Noticieros* en la televisión mexicana se inició paralelamente al nacimiento del medio en nuestro país; la primera imagen en salir al aire fue la del 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, aquéllo de "*Leyendo Novedades*" empezó a inquietar a los telespectadores 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

3.1.1 Noticiero.

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 "Noticiario Novedades": allí tomaba un globo terráqueo, lo hacía girar y decía: "El mundo sigue su marcha y Novedades sigue la marcha del mundo."

Los primeros programas noticiosos consistieron en la lectura a cuadro de las noticias más importantes del día, extraídas de los periódicos de mayor circulación; visualmente estas emisiones se apoyaban de fotos fijas, imágenes filmadas, mapas, cuadros, dibujos, entre otros elementos, así como de controles remotos.

La mayoría de los primeros **Noticieros** fueron patrocinados por empresas periodísticas (**Noticiero Novedades**, **Noticiero Excelsior**, **Noticiero El Universal**), otros por armadoras de de automóviles (**Noticiero General Motors**) empresas refresqueras (**Noticiero Coca Cola**) y cerveceras (**Noticiero Moctezuma**), entre otras.

Cabe hacer notar que muchos de estos programas tuvieron una procedencia radiofónica, pues algunas de las compañías que patrocinaron los noticieros de la radio, al ver el buen resultado de estas emisiones, decidieron participar también en la televisión.

El desarrollo del **género Noticiero** estuvo íntimamente relacionado con la evolución de la televisión mexicana, como

¹. Gonzalo Castellot, en CASTELLOT De Ballín, Laura. **Historia de la televisión mexicana**. p. 34.

3.1.1 Noticiero.

señala *Gabino Carrandi*, antes de 1968 "había una raquítica sección de noticieros que poseía algunas cámaras silenciosas, unos cuantos camarógrafos, tal vez dos editores, un redactor o dos y los servicios de teletipo o cable de, también, una o dos de las agencias informativas de orden mundial. No había repóteres de televisión, no había corresponsales..."¹

Los patrocinadores eran quienes pagaban los servicios de producción y los periódicos recababan, seleccionaban y redactaban la información, en su realización "bastaba, o al menos así parecía, un texto y un locutor a cuadro. La televisión exigía imágenes. Lo primero que se tuvo a la mano fueron fotografías. En el caso de temas internacionales se tomó el telefoto o el telefax. Pero la televisión exigía más acción. Los productores de los noticieros aprendimos pronto que los sistemas de proyección de películas por televisión soportaban materiales de 16 milímetros y que las cámaras y telecines, que las captaban, podían recibir negativos y cambiarlos a positivos sin necesidad de la copia tradicional de una película. Esto ahorra tiempo en el proceso de revelado. Se llegaba nada más a la elaboración de un negativo. Ya había manera de ilustrar los noticieros, con el tiempo se logró otro adelanto: cámaras y películas que trabajaban con sonido directo en cinta magnética e incorporada al filo de la película..."²

¹. CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. p. 85.

². *ibidem*. pp. 83-84.

3.1.1 Noticiero.

La inexperiencia en el medio llevó a los primeros realizadores a musicalizar cada información, las notas de los corresponsales llegaban por teléfono (pero se carecía de la imagen) y las llamadas debían registrarse en cinta de 1/4 de pulgada. En cuanto a su duración, los primeros **Noticieros** eran muy cortos, entre 5 y 15 minutos al aire, pero poco a poco fue surgiendo la necesidad y las posibilidades de hacer servicios informativos más amplios.

En cuanto a su organización y contenido, el **Noticiero** mexicano siguió el modelo desarrollado por la NBC con el matutino **Hoy**; así, **Diario Nescafé** comenzó a mezclar la información con el entretenimiento, incluyendo entrevistas en el estudio o números musicales con los cantantes del momento. Este aspecto configuró la forma que adquirió el **género** después de 1969.

Según José Luis Gutiérrez, **Diario Nescafé** marcó un momento de transición en la realización de **Noticieros** porque fue el primero en apoyarse medularmente en sus propios reporteros, desplazando a otros programas de gran éxito (entre ellos el informativo **Día a Día**).⁶

⁶. José Luis Gutiérrez Espíndola, en TREJO Delabre, Raúl (coord.). Televisa el quinto poder. p. 67.

Con la creación de la *Dirección General de Noticieros de Telesistema Mexicano*, se dio un mayor impulso a la realización de *Noticieros*, contando con un equipo de reporteros y periodistas dedicados exclusivamente al periodismo por televisión. Según *Gabino Carrandi* el cambio se dio de la siguiente manera:

"Al nacer la Dirección de Noticieros se crearon las ordenes de camarógrafo de manera formal. A través de dos jefes de información se detectaban los acontecimientos y se destacaban los servicios de un camarógrafo y un ayudante. Comenzó a filmarse en película de color (que ya se usaba desde 1967)."⁷

También se compró e instaló un laboratorio para el revelado de películas, lo que significó un especial interés de la televisión con la actividad informativa, evolucionando poco a poco con la experiencia adquirida y el uso de nuevas tecnologías (satélites, fax, telex, computadoras, etc.).

Así, el *Noticiero* es hoy uno de los *géneros* más importantes de la televisión mundial, que involucra un vasto y complejo equipo, tanto en lo técnico como en lo económico y lo creativo, concentrado en los *departamentos de información* (también llamados *de servicios especiales*).

En el caso de la televisión mexicana, contamos con una extensa red de servicios informativos integrada de los siguientes elementos:

⁷. *CARRANDI Ortiz, Gabino. op. cit.*

1. *Noticieros.*
2. *Cápsulas informativas.*
3. *Sistemas informativos.*
4. *Transmisiones especiales.*
5. *Informes especiales.*

Los *Noticieros* constituyen el eje directriz de la actividad informativa por televisión, pues en torno a ellos se configuran el resto de los servicios informativos; de acuerdo a su horario de transmisión pueden ser: *matutinos*, *vespertinos* y *nocturnos*. El primero se caracteriza por la combinación del entretenimiento con la información, su duración va de los 120 a los 180 minutos, de lunes a viernes) y pone especial énfasis en cierto tipo de información como cotizaciones de la Bolsa de Valores, manifestaciones, desordenes públicos, contaminación, reportes viales y estado del tiempo (***A primera hora, Al Despertar***).

Los *matutinos* son por lo regular 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 puede complementar con información del *matutino*), tienen una duración de 30 a 60 minutos diarios (***24 Horas de la Tarde, Hechos al mediodía***).

Por último, 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 (*24 Horas, Hechos, Enlace*).

Ahora bien, de acuerdo a su contenido o área temática que abordan, tenemos los siguientes tipos de *Noticieros*:

1. *Económico y de Finanzas.*
2. *Cultural.*
3. *Espectáculos.*
4. *Otros.*

El *Noticiero Económico y de Finanzas* se ha convertido en nuestros días en un tipo de emisión necesaria para el público en general, aunque por sus características está dirigido especialmente a hombres de negocios; su finalidad es dar a conocer las noticias más recientes del mercado financiero internacional (bolsa de valores, industria bancaria, economía nacional e internacional, etc.), así como explicar diversos aspectos de interés social en estos temas, por lo que se dedican espacios al comentario y análisis a cargo de especialistas (*Al Despertar Finanzas*).

El *Noticiero Cultural* se enfoca a los diversos aspectos de las artes y la cultura, principalmente nacional: *cine, teatro, pintura, arquitectura, escultura, literatura, museos, exposiciones, conferencias, encuentros, concursos, etc.* Concentra la información en **géneros** como la *crónica, la reseña, la crítica, el reportaje, la entrevista y la nota.* (*Hoy en la cultura, Nueve Treinta*).

3.1.1 Noticiero

El *Noticiero* de *Espéctáculos* describe las actividades del ambiente artístico nacional e internacional: *música, televisión, cine, teatro, etc*, se le conoce también como *Revista* y desarrolla la *nota informativa, la entrevista y el reportaje (En medio del espectáculo, En el Foro con Talina)*.

Esta clasificación puede incluir cualquier otro programa noticioso que esté concentrado a un aspecto o temática, con lo cual pueden existir *Noticieros* sobre cine, política, industria, deportes, etc; por lo general, estas emisiones tienen una duración de 30 a 60 minutos diarios, programándose en horarios que dependen de los criterios y objetivos de las estaciones.

Las *Cápsulas Informativas* son resúmenes que se transmiten a lo largo del día (a partir de la tarde) con las noticias más importantes hasta ese momento; poseen una estructura propia: segmentos con identificación (por ejemplo *Nacionales, Internacionales, Espéctáculos y Deportes*), duración de 2 a 3 minutos cada hora, conductores-base, etc; pero al mismo tiempo se encuentran ligados al *Noticiero estelar*, por lo que se presentan como un avance en la información contenida en éste (*Notivisa Informa, Corte Informativo, Las siete del siete*).

Los *Servicios Informativos* se han multiplicado en la televisión mundial, por ellos entendemos canales o empresas

3.1.1 Noticiero.

dedicados exclusivamente a la transmisión de noticias las veinticuatro horas del día de los 365 días del año. Cuentan con su propio equipo de reporteros, redactores, periodistas, etc., encargados de suministrar información a diversas partes del mundo.

En México estos sistemas son *ECO* (*Empresa de Comunicaciones Orbitales*), filial de *Televisa*, y *Telenoticias* de *CNI*, *Canal 40*; por su gran complejidad, los *Servicios Informativos* son unidades independientes dentro de la actividad periodística en televisión, generando en muchas ocasiones la información noticiosa que integra a los *Noticieros* y las *Cápsulas*.

Las *Transmisiones Especiales* son coberturas que realiza el equipo de los noticieros o los *sistemas informativos* sobre eventos internacionales o noticias de gran magnitud: *procesos electorales*, *giras presidenciales*, *informes de gobierno*, *desfiles militares*, *visitas de jefes de Estado*, *conflictos bélicos*, etc. Su realización queda a cargo de un equipo de reporteros y corresponsales especialmente dedicado a cubrir la noticia; su periodicidad y tiempo de transmisión al aire depende de la importancia del suceso, por ello cubren espacios prioritarios dentro de la programación.

Por último, los *Informes Especiales* son "avisos" informativos sobre noticias de verdadera importancia que obligan a interrumpir la programación normal para informar

3.1.1 Noticiero.

sobre un hecho esperado o imprevisto: resultados de procesos electorales, asesinatos a personalidades, catástrofes naturales, discursos, declaraciones oficiales, etc.). Su mayor característica es la transmisión en directo desde el lugar que ocurre la noticia, se apoyan de corresponsales, enviados especiales, enlaces terrestres y vía satélite, etc.

Por lo que se refiere a la estructura del **Noticiero**, comporta las siguientes reglas: un conductor y/o co-conductores, una escenografía sencilla compuesta por un escritorio para la lectura de noticias, sillas, utilería (plantas de ornato o naturales, monitores, dibujos, mapas, etc.); son espacios en realidad pequeños, justos para la presentación de los conductores y el manejo de las cámaras.

Asimismo, cuenta con un equipo de reporteros, investigadores y especialistas encargados de recopilar, seleccionar y redactar las noticias (de manera audiovisual); un director o jefe de información (que en muchas ocasiones funge como conductor institucional de los noticiarios), así como un amplio staff humano y un complejo equipo tecnológico que incluye todos los elementos indispensables para la difusión de la información: computadoras, teléfonos, faxes, enlaces terrestres y vía satélite, gráficos, efectos visuales, etc.

A continuación describiremos los elementos que caracterizan al **Noticiero**:

EQUIPO HUMANO: Bajo este concepto incluimos a aquéllos profesionales del periodismo televisivo que se caracterizan por el uso de las técnicas e instrumentos del medio audiovisual: *sencillez, brevedad, inmediatez, consición, 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, etc.*

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

Conductor: como en todo programa de televisión es el *coordinador general* de cada uno de los segmentos que integran el **Noticiero**, pero su papel no se restringe a la simple lectura de noticias o a la presentación de la información, sino que adquiere una importancia tal que en algunas ocasiones se convierte en un *líder de opinión*, que expresa el punto de vista de la empresa para la cual trabaja; en este sentido, se trata de un periodista con experiencia en el medio y dominio de las técnicas e instrumentos del periodismo.

3.1.1 Noticiero.

Reportero: es el personaje fundamental para la realización de la noticia, en él recae la responsabilidad de cubrir los diversos hechos noticiosos. En la actualidad los **Noticieros** cuentan con su propio equipo de reporteros para cubrir las diversas fuentes informativas (en ocasiones forma parte de varios **Noticieros** o *servicios informativos* de la empresa en la cual labora).

La característica esencial del reportero de televisión es que construye la información pensando en la imagen y el sonido, por lo que trabaja conjuntamente con un camarógrafo y un sonidista.

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. La imprevisibilidad de la noticia condiciona a estas figuras a tener mayor tiempo en pantalla y a desarrollar determinados estilos informativos (*crónica, reportaje y entrevista*) a fin de dar "color" a la noticia.

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.

3.1.1 Noticiero.

EQUIPO TECNICO Y TECNOLOGICO: El *Noticiero* 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 télex, el teletipo o el teléfono.

Existe un instrumento de suma importancia para el *Noticiero*, el *Teleprompter*, 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.

Existen varios tipos de *Teleprompter*, según Ivor Yorke "el sistema más avanzado tiene las palabras reflejadas en un espejo que encaja en la parte frontal de la cámara sin tapar los lentes. El presentador mira directamente hacia ese espejo - y por tanto hacia la audiencia - mientras habla. Normalmente el resto de los sistemas consisten en una cámara de televisión pequeña, manejada por un miembro del equipo de cámaras en una esquina del estudio. La cámara muestra el guión, el cual se coloca bajo esta, página por página, y amplía las palabras. Una variante es que el guión puede ser reescrito sobre un rollo de papel estrecho que el operador va

pasando para que cace según la velocidad de lectura del presentador."¹

Hay también sistemas portátiles para ser utilizados por los reporteros durante la transmisión en *directo*, o bien para grabar el texto en el lugar de la noticia. De cualquier forma, el *Teleprompter* es un instrumento auxiliar de los lectores de noticias que puede fallar en el momento menos esperado, por eso es aconsejable apoyarse del texto escrito e incluso leer algunas partes en él, como dice Yorke, el truco consiste en mirar hacia abajo y leer, después volver la vista arriba y continuar la lectura en el *Teleprompter*.

Otro de los aparatos que ha cobrado auge e importancia en los *Noticieros* 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 hechos.

Un reportero y un camarógrafo junto con el piloto tienen la tarea de informar sobre los diversos problemas urbanos que se generan día con día: *contaminación ambiental, reportes viales, manifestaciones, accidentes, etc*; sin embargo, pese a sus posibilidades informativas la transmisión de noticias por medio del *helicóptero* aún tiene fallas en cuanto al enlace

¹. YORKE, Ivor. Principios básicos del reportaje televisivo. p.118.

vía microondas, originando una menor calidad de la imagen e interrupciones constantes.

Hablaremos ahora de la estructura del *género*; en primer lugar, el *Noticiero* inicia con un *Sumario* o *Teasser*, o sea, un índice o resumen general de la información que se abordará en la emisión. El conductor, a *cuadro* o en *off*, realiza la lectura de lo que podemos considerar el titular de cada nota, enseguida viene la presentación de las noticias, integradas en *Secciones* o *Bloques Informativos* (*Nacionales, Internacionales, Deportes, Espectáculos, etc.*); en la mayoría de los casos, el *Noticiero* cierra con un *Sumario* para reforzar la percepción del mensaje en el televidente.

Ahora bien, en cuanto al diseño de la información (forma como se presenta) encontramos dos factores: *técnicos* y de *redacción*; los primeros son los aspectos visuales de apoyo en la realización y presentación de cada noticia (*cortinilla* de entrada y salida a comerciales) y de la emisión en general, es decir, los efectos de video que dan ritmo a cada uno de los segmentos, a la información y al programa: *superimposiciones, transiciones, wipes, chroma key, estadísticas, dibujos, forografías, etc.*

Por lo que respecta a los factores de *redacción*, estos son los *géneros periodísticos* que en la televisión

3.1.1 Noticiero.

conformaron un tipo de mensajes periodístico-audiovisuales, que poseen las mismas características, objetivos y funciones que en la prensa, pero estructurados de acuerdo a las especificidades de la televisión (*brevedad, sencillez, claridad, concordancia entre lo visual y lo sonoro*).

Cabe señalar que los principios de los *géneros periodísticos audiovisuales* son válidos para otro tipo de programas en donde se utilicen los métodos y técnicas del periodismo.

La *Nota Informativa* es característica del *Noticiero*, a pesar de su brevedad (1 a 3 minutos) tiene la ventaja de contener el doble de información al ser un mensaje en video y en sonido; su realización queda a cargo del reportero y su presentación del conductor.

La *Entrevista* es poco utilizada en el *Noticiero* pues implica un mayor tiempo en pantalla, su valor informativo consiste en su carácter de técnica de obtención de información y/o fuente noticiosa, por lo que se integra a la nota y al reportaje.

Dentro del *Noticiero* la *Entrevista* puede llegar a tener una duración de 3 a 5 minutos, en otros *géneros* se extiende según los criterios y características de la producción. Su fin es conocer puntos de vista sobre hechos importantes, quedando a cargo del reportero (cuando es grabada) o del conductor (cuando es *en vivo*), puede complementarse de

3.1.1 Noticiero.

elementos visuales generados en el estudio o por medio de la edición previa (fotografías, videotapes, cuadros estadísticos, etc.).

El *Reportaje* es empleado escasamente en los *Noticieros*, su finalidad es profundizar en hechos de interés social para realizar una crítica, una denuncia o simplemente dar una explicación del asunto abordado. Cuando se incluye en los programas informativos, debe constreñirse a un espacio que va de los 3 a los 5 minutos como máximo, en otro tipo de emisiones el *Reportaje* tiene una mayor duración, incluso puede realizarse un *gran reportaje* que abarque el tiempo total del programa, en este caso el tema es tratado con mayor profundidad, intercalándose comentarios del conductor, el reportero o el analista.

La *Crónica* es una nota de color, es decir, una noticia matizada que resume los eventos, circunstancias y puntos medulares de un hecho noticioso, por lo regular se enfoca a cuestiones urbanas, literarias, cinematográficas, deportivas, de ciencia, arte o espectáculos.

Dentro del *Noticiero* la *Crónica* está a cargo del corresponsal o el 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 3 minutos. Gracias al lenguaje audiovisual la *Crónica* permite la visualización (descripción) de ambientes,

3.1.1 Noticiero.

reacciones, emociones, personajes, etc. reforzados con un estilo literario personal y coloquial del cronista.

El *Artículo de opinión* adquiere en televisión el nombre de *Comentario o Crítica*, se trata de la expresión de juicios de valor de especialistas, autoridades o personalidades en algún tema o materia para explicar y profundizar sobre algún hecho de actualidad. En el *Noticiero* el *Artículo* tiene cabida en secciones especiales destinadas a los invitados y a los analistas, diferenciándose de lo estrictamente informativo; tiene una duración promedio de 3 a 5 minutos (en informativos de larga duración llega a extenderse a los 10 minutos).

En cuanto a su construcción audiovisual, el *Comentario* elude las imágenes que reduzcan o nulifiquen el valor de lo expresado, por lo cual se apoya mínimamente de fotografías, cuadros, videotapes, etc.

Por último el *Editorial* es el *género* menos utilizado en los *Noticieros* y en la televisión en general, pues por su carácter de medio masivo, está condicionada a tener control sobre los criterios personales expresados en ella para no confundirlos con la información estrictamente noticiosa.

Así, el *Editorial* es manejado como juicio institucional de la empresa frente a determinados hechos en circunstancias estrictamente necesarias y oportunas; en el *Noticiero* queda a cargo del titular de la emisión, quien después de presentar

3.1.1 Noticiero.

la noticia, realiza un comentario valorativo acerca del problema, mirando directamente hacia la cámara y sin ningún apoyo visual; su duración es de 1 a 2 minutos.

En conclusión, estas son las características que definen al **género Noticiero**:

1. Es el escenario de la noticia, pues es un resumen informativo que presenta el mayor número de hechos posibles.

2. Su técnica de realización está basado en el periodismo televisivo (reunión de elementos visuales y sonoros junto con los del periodismo).

3. Es el programa que mejor ilustra la mayor característica de la televisión, o sea, la transmisión en directo.

4. Es un trabajo de equipo en cada una de sus etapas.

5. Su contenido es breve, sencillo y conciso.

6. Programa unitario, de periodicidad diaria.

7. Su origen está en la prensa, el noticiero radiofónico y el cinematográfico.

3.1.2 De Investigación.

El **género De Investigación** es aquél que aborda los hechos de actualidad para profundizar en sus causas y consecuencias a fin de explicar al público su complejidad; es una extensión del **Noticiero**, 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, etc.*

Por lo tanto, este **género** también depende 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.

Podemos decir que el programa **De Investigación** es para la televisión lo que las secciones de opinión y reportajes son para la prensa, mientras el **Noticiero** es lo que las primeras planas para los periódicos.

Los primeros programas **De Investigación** fueron realizados por la televisión mexicana desde sus inicios, paralelamente a la producción de **Noticieros**, ante la falta

3.1.2 De Investigación.

del **videotape** bastaba organizar algunas entrevistas *en vivo* y complementar la información con fotografías, dibujos, mapas, imágenes filmadas (reportajes o documentales), etc.

Hoy día el **género** puede transmitirse *en vivo* y *diferido*, pero de cualquier manera implica la grabación previa de algunos de sus elementos (entrevistas, reportajes, crónicas, etc.), que requieren un proceso de producción paralelo (recopilación de la información, redacción y diseño del mensaje en imágenes y sonidos).

La realización del programa **De Investigación** se apega principalmente al proceso de investigación periodística, así como a los objetivos planteados por el equipo de producción; los temas abordados de cada emisión están a cargo de un cuerpo de reporteros encabezados por un periodista (director o jefe de información) que asume el rol de conductor del programa.

Ahora bien, según el tipo de material que prevalezca encontramos las siguientes variantes del **género**:

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

3.1.2 De Investigación.

interés social (política, salud, conflictos laborales, medio ambiente, etc.), por lo que son emisiones que invitan a la reflexión del ciudadano (**60 Minutos, Expediente 132230**).

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; puede auxiliarse de breves reportajes o cápsulas sobre el entrevistado (**Hablemos claro, Aquí nos tocó vivir**).

3. *Crónicas y Reseñas:* Constituyen dos variantes poco comunes dentro de la televisión, pues se enfocan a temas culturales, científicos y artísticos para divulgar obras y personajes (**Libros y Autores, Los que hacen nuestro cine**).

4. *Sensacionalista:* Presenta asuntos de nota roja, casos raros y curiosos, desarrollados como periodismo amarillista: temas crudos y escenas

3.1.2 De Investigación,

violentas (delitos, accidentes, catástrofes naturales, etc.); se integran por reportajes y notas, así como por la reconstrucción de casos a partir de grabaciones aportadas por videoaficionados o por el propio equipo de producción, conllevan la denuncia indirecta de los problemas que abordan (**Cerezo Rojo, A través del video**).

5. **Mixto:** Aquél integrado por la combinación de las variantes anteriores.

Sea cual sea su carácter, los programas **De Investigación** ponen un mayor énfasis en la realización de los materiales grabados (reflejo de lo real) más que en los recursos de estudio; en realidad estos son sencillos, basta un pequeño escenario decorado con unos cuantos elementos para que el conductor realice las funciones de presentador, entrevistador y comentarista.

En seguida describiremos los elementos fundamentales del **género:**

3.1.2 De Investigación.

1. *Conductor*: En él recae la responsabilidad de la información y la organización del programa, por lo que, como figura central, debe ser una persona con experiencia en el medio (principalmente en el aspecto periodístico) para utilizar con eficiencia las técnicas y métodos del periodismo. Tiene la capacidad de reflexionar y cuestionar los temas abordados desde una óptica social, es decir, de la conveniencia y trascendencia social.

El conductor es además el coordinador general del programa, tanto a cámara como en la etapa de preproducción, y funge también con otros roles: *presentador, entrevistador* e incluso *reportero*; en efecto, no sólo tiene funciones organizativas y de conducción dentro del estudio, sino también participa del proceso de investigación y realización de los materiales (sobre todo en investigaciones especiales sobre temas de gran trascendencia).

El conductor es un comentarista que narra y contextualiza los temas de la serie, amplía datos, hechos y circunstancias que no fueron abordados en los reportajes o entrevistas; es también un enlace entre el televidente y su problemática social, a la que trata de dar respuesta al convertirse el programa en un foro de denuncia de hechos delictivos o problemas intrafamiliares (informa o canaliza a centros y lugares de atención ciudadana). Así, el conductor motiva la participación del público invitándolo a mandar

cartas y hacer llamadas en donde exprese sus opiniones, sugerencias, dudas o denuncias.

2. *Los Temas:* El programa *De Investigación* puede constituir una unidad temática por su contenido, o bien enfocarse a una variedad de aspectos, de cualquier manera su característica es que nace y se nutre de hechos verídicos y cotidianos, de impacto o repercusión social (delitos, violaciones, fraudes, crímenes, etc.) para hacer una llamada de atención a las autoridades correspondientes.

Las fuentes de selección de los temas surgen de los *Noticieros* de televisión y de la actividad periodística en general, así como de las sugerencias y denuncias que hacen los televidentes al programa.

En ocasiones también puede referirse a temas poco conocidos que merecen ser divulgados ya sea por su novedad, rareza o interés social (por ejemplo reportajes y entrevistas sobre centros de atención ciudadana, escuelas especializadas para enfermos mentales y discapacitados, terapias para niños con problemas cerebrales, aspectos ecológicos como la protección de las ballenas, las tortugas o las mariposas monarca, etc.).

3. *Los géneros periodísticos:* Junto con el *Noticiero* el programa *De Investigación* es de los *géneros televisivos* que mayor dependencia tiene con el periodismo, por lo que sus características esenciales encuentran su fundamento en los principios rectores de dicha actividad.

Sin embargo son dos los *géneros* periodísticos a los que recurre prioritariamente: la *entrevista* y el *reportaje*, su técnica en televisión implica reglas de construcción gramatical y sintácticas tanto a nivel imagen como a nivel sonido, aspectos que ya hemos definido en el *género Noticiero*.

Lo que es importante destacar en este apartado son las especificidades que asumen la *entrevista* y el *reportaje* dentro del programa *De Investigación*. En primer lugar, su realización es responsabilidad del equipo de investigación de la serie, integrado por reporteros, camarógrafos e investigadores/periodistas, que a veces participan como conductores, co-conductores o comentaristas.

La *entrevista* no sólo es la técnica básica de recopilación de información, tampoco se limita a ser una herramienta del *reportaje*, su importancia como *género* radica en la forma, tratamiento y objetivos particulares que tiene, llevando a la elaboración de un programa también con determinadas características.

Así, la *entrevista* es un material fundamental para abordar y presentar el contenido del programa, su objetivo es conocer puntos de vista, opiniones y críticas sobre algún tema en particular, en este sentido puede ser: *De opinión* (juicios, críticas, posición frente a un hecho), *De semblanza* (retrato de una personalidad) o *Noticiosa* (rastreo de información, fuentes y datos). En cualquiera de los tres casos la entrevista puede realizarse en el estudio o en exteriores, *en vivo* o grabada.

Los programas desarrollados con *entrevistas* deben ser lo suficientemente ágiles y amenos a fin de no aburrir al televidente con el tratamiento de temas poco interesantes, divagaciones de los participantes o intrascendencia de las opiniones. El entrevistador debe tener la suficiente capacidad para dialogar con el entrevistado, sin restarle presencia, y reflexionar sobre las respuestas de este a fin de rescatar puntos de verdadero interés para el espectador, no olvidemos que la *entrevista* debe informar prioritariamente al público, no al conductor.

Por su parte el *reportaje* continúa siendo dentro del periodismo electrónico el *género* mayor, sus características permiten la contextualización y descripción más o menos detallada del tema tratado (en este sentido tiene una papel

3.1.2 De Investigación.

introdutorio dentro del programa para dar antecedentes que justifiquen la importancia del hecho planteado).

El *reportaje* 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, videotapes, dramatizaciones (reconstrucción de hechos), gráficas, estadísticas, etc.* Tiene como finalidad abordar un asunto de interés general para explicarlo con objetividad e invitar a la reflexión; se complementa por comentarios e información adicional en el estudio por parte del conductor, los especialistas o el reportero investigador, sirviendo de nexo entre las distintas partes de una *gran reportaje*, o sea, de varios bloques referidos a un sólo hecho y transmitidos a lo largo de la emisión.

4. *Elementos de apoyo:* Se trata de materiales que igual pueden integrarse en reportajes o entrevistas que tener una importancia individual dentro de la emisión, se utilizan para reforzar el contenido informativo, son los siguientes:

3.1.2 De Investigación.

a) *Dramatizaciones*: Son escenificaciones de los hechos (especialmente delictivos) para reconstruir lo más fielmente posible una realidad (suelen denominarse "docudramas"). Se recurre a la grabación de los casos por parte de actores y/o personas involucradas en ellos, se complementan con escenas o material verídico (*documentos, fotografías, videgrabaciones, etc.*).

b) *Videotapes*: Grabaciones realizadas por aficionados al video con su propia cámara portátil, o por los reporteros de la serie, que captan casualmente asuntos curiosos, impactantes, o de interés social (accidentes, fenómenos naturales, actos delictivos, etc.).

c) *Elementos de participación*: Son los tradicionales mecanismos de interacción con el público a fin de conocer sus dudas y sugerencias para determinar el contenido de futuras transmisiones (*cartas, llamadas, faxes, etc.*).

d) *Documentos, Fotografías e Imágenes de archivo*: Es un tipo de material utilizado para demostrar la autenticidad de los hechos transmitidos.

e) *Mecanismos de canalización y orientación*: Información sobre lugares o personas donde el televidente puede acudir para presentar alguna denuncia o solicitar apoyo (*organismos gubernamentales y privados: hospitales, procuradurías, escuelas, centros, etc.*).

En resumen, estas son las características fundamentales del **género De Investigación**:

3.1.2 De Investigación.

1. Se basa en los procedimientos de la investigación periodística, en particular las técnicas de la entrevista y el reportaje.

2. Su objetivo es profundizar en hechos noticiosos y asuntos de interés colectivo para explicar sus causas y consecuencias.

3. Es un foro de denuncia de problemas sociales e intrafamiliares, que puede orientar sobre sus posibles soluciones para canalizarlos a instituciones y organismos especiales.

4. Es un foro de enlace entre las autoridades y los ciudadanos a fin de exigir soluciones a los conflictos de la sociedad.

5. Programa de corte unitario, transmitido diaria o semanalmente.

6. Género surgido del Noticiero de televisión.

3.1.3 Deportes.

El *género Deportes* informa sobre los acontecimientos más relevantes del mundo deportivo desarrollados durante la semana, tanto a nivel nacional como internacional, tiene como objetivo explicar y profundizar sobre los diversos aspectos que existen en torno a las actividades deportivas, destacando asuntos de trascendencia por su novedad o por el interés que generan en los aficionados; en este sentido, el formato se integra por información, interpretación y opinión.

Para el *género Deportes* su finalidad principal no es el entretenimiento (como si lo es para las *transmisiones deportivas*) sino informar, explicar y cuestionar sobre los hechos importantes acontecidos en una jornada deportiva. Su origen se encuentra en el *Noticiero*, en donde continúa integrándose como sección fija, aunque con un sentido estrictamente informativo, sin embargo, también debe su creación a las *transmisiones deportivas*.

En efecto, el formato surgió de la necesidad de promover los eventos deportivos más destacados del momento para obtener altos niveles de audiencia (y por supuesto económicos) por el gran interés que despiertan estos espectáculos masivos, incentivando un modelo de entretenimiento auspiciado por firmas comerciales

3.1.3 Deportes.

relacionadas de alguna manera con estos espectáculos (cigarros, cervezas, vinos, botanas, artículos deportivos, etc.).

Los primeros programas deportivos en México fueron realizados por *Telesistema Mexicano* a principios de la década de los sesentas para resumir las jornadas diarias de los *Juegos Olímpicos de Japón* en 1960. Este servicio consistió en la grabación de los *Juegos* en videotape por un equipo especializado en control remoto a cargo del ingeniero Roberto Kenny, quien fungía entonces como director de *Eventos Especiales* de dicha empresa.

Al final de cada jornada el ingeniero Kenny elegía personalmente las mejores tomas para regrabarlas en una nueva cinta de video que contenía el resumen de los eventos más sobresalientes y emocionantes de las competencias. Esta cinta era enviada inmediatamente a México por medio de transportes especialmente seleccionados para dicho fin, así se pudieron ver en nuestro país los mejores eventos de la *Olimpiada de Tokio* veinticuatro horas después de ocurridos.

Estas transmisiones se realizaron durante quince días continuos con una hora de duración, a partir de 1965, y durante los siguientes tres años, la *Dirección de Eventos Especiales de Telesistema Mexicano*, programó semanalmente, durante una hora, una selección de deportes mexicanos

3.1.3 Deportes.

(esgrima, water polo, basquetbol, entre otros), como preparativos para la *Olimpiada México '68.*"

De esta manera, el programa deportivo tomó del *Noticiero* las técnicas y los métodos de información por televisión, y de las *transmisiones especiales* las fuentes y los hechos en sí mismos, es decir, las imágenes, extrayendo de cada evento lo más destacado para presentarlo en la emisión de la semana.

Hablemos ahora de las características del **género Deportes**; en primer lugar, los responsables del contenido de la emisión son personas versadas en una o más ramas deportivas, con amplia experiencia y trayectoria en el área, que les permite consolidar una imagen confiable frente al público.

En muchas ocasiones el programa queda bajo la conducción del *director de eventos especiales o deportivos* de las estaciones de televisión, cumpliendo con funciones como la de cronista o analista en las transmisiones especiales, se acompaña además por los comentaristas de los encuentros y de las secciones deportivas de los *Noticieros*.

' La Televisión impulsará los deportes en México, en Televisión. Boletín Mensual de Telesistema Mexicano. Junio 1964. No. 17, p. 9.

3.1.3 Deportes.

En cuanto a su producción, el **género Deportes** sigue los lineamientos impuestos por el programa noticioso, pues hace uso de las reglas periodísticas de selección y jerarquización de la información, presentación noticiosa, secciones, equipo humano (reporteros), etc.

Su periodicidad es semanal, ya que se nutre de los juegos acontecidos a lo largo de una semana, permitiéndole una mayor selección de temas, desde este punto de vista, el mejor día para su transmisión es el domingo, en horario vespertino o nocturno, más aún cuando su público cautivo es prioritariamente masculino.

Los programas deportivos son por lo general emisiones en vivo, patrocinados por firmas relacionadas de alguna manera con el deporte y el entretenimiento (*Corona, Martí, Adidas, Sabritas, Tecate, Marlboro, Boots, etc.*); su producción requiere sólo de una escenografía sencilla y pequeña: un escritorio para el conductor y comentaristas, utilería ad hoc (balones, uniformes, emblemas, etc.), así como pantallas o monitores para presentar las imágenes y realizar enlaces especiales.

Al tratarse de programas en directo, la serie deportiva integra información ocurrida en las últimas horas o incluso minutos, por lo que implica un ágil proceso de selección, elaboración y edición de los materiales.

Existen tres variantes del **género**:

3.1.3 Deportes.

a) *De Información General*: Son los que cumplen con el objetivo principal de presentar un resumen de las actividades más destacadas de la semana, complementándose con comentarios y opiniones de los protagonistas, tiene una duración promedio de 1 a 2 horas. (***Acción, Deportv***).

b) *De Opinión*: Aquéllos enfocados al debate, la polémica y la discusión sobre aspectos destacados en alguna rama deportiva, tanto a nivel nacional como internacional. Su finalidad es reflexionar y profundizar sobre la problemática que rodea a los deportes, deportistas o aficionados, tienen una duración de las 2 a 4 horas continuas. (***En caliente, En la Jugada***).

c) *Especial*: Es un programa de carácter mixto que involucra elementos de las anteriores variantes, diseñado para reforzar las transmisiones de eventos internacionales especiales como los *Juegos Olímpicos* y el *Campeonato Mundial de Fútbol*, principalmente (***Los Protagonistas, Lo mejor del Mundial***).

3.1.3 Deportes.

Sea cual sea su variante, el programa **Deportes** se integra de los siguientes elementos:

1. **RESUMEN.** El **género** se caracteriza por ser un extracto de las transmisiones deportivas, por lo que siempre cuenta con un resumen de los eventos más destacados, principalmente aquéllos que generan mayor interés en los espectadores, ya sea por su tradición nacional (*Box, Lucha Libre y Fútbol Soccer*, en México), o su relevancia internacional (*Juegos Panamericanos, Juegos Olímpicos de Invierno*, etc.).

Asimismo, el resumen implica la selección de los momentos más significativos de alguna jornada para ser comentados en el estudio; después, se jerarquiza cada deporte elegido de acuerdo a los gustos y preferencias de los televidentes (se dejan para el último momento los deportes o eventos que causan mayor expectativa en el público como forma de engancharlo durante toda la emisión).

Ahora bien, el resumen no sólo es el relato verbal de lo acontecido, sino, lo más importante, el rescate visual de los hechos, o sea, la retransmisión de las escenas más significativas, narradas en el estudio por el comentarista, con el sonido original de la imagen en segundo plano.

Las transmisiones son la fuente de información (imágenes) que tienen los programas deportivos, pueden ser obtenidas de dos formas: por medio de la grabación directa de la estación en el lugar del evento, o por la compra de los

derechos de transmisión a las cadenas de televisión que las grabaron.

Las imágenes deportivas se convierten así en el documento más veraz y revelador con que cuentan los comentaristas y especialistas para expresar sus opiniones, también pueden ser utilizadas como soporte de entrevistas, reportajes, cortinillas, musicales, o discusiones en el estudio; por lo tanto, el resumen implica información e interpretación, pues parte de un recuento de los hechos para pasar a una valoración de los mismos.

2. Análisis: Es una valorización de los eventos deportivos, realizada por especialistas en la materia (conductor, comentaristas o invitados especiales), para explicar el porqué y las consecuencias o posibles soluciones de esos hechos, es un razonamiento fundamentado en imágenes.

Los adelantos tecnológicos en materia audiovisual permiten hoy en día una visión más exacta de los encuentros para explicarlos con mayor exactitud, así por ejemplo, tradicionalmente se cuenta con la *repetición instantánea* y la *cámara lenta*, que dejan ver nuevamente y seguir cuadro a cuadro un momento significativo, respectivamente.

Pero también, la televisión mexicana ha empezado a recurrir a dos sofisticados aparatos para realizar una

observación más detallada de las jugadas: el *Touch Screen* y el *Telebeam*, utilizados primero en la televisión de Estados Unidos para seguir los partidos de Fútbol Americano y Basquetbol.

En nuestro país, Televisa inició la utilización de estos sistemas en los programas especiales sobre el Campeonato Mundial de Fútbol Estados Unidos '94, para después ponerlos en práctica en la Liga Nacional de Fútbol Soccer.

El *Touch Screen* es un "pizarrón electrónico sobre la pantalla de televisión que utiliza un lápiz para remarcar a algún jugador, la trayectoria del balón o el desarrollo de los jugadores..."¹⁰, permite un análisis sobre la imagen original, congelada o en cámara lenta: el analista explica los errores o las posibilidades de jugadas que existieron y marca o subraya con color amarillo o azul las acciones.

"En cuanto al *Telebeam*, se utiliza cuando existe alguna jugada controvertida que sea considerada para su análisis. Consiste en que esta computadora toma la imagen real y transforma a los jugadores en animación a fin de medir la trayectoria del balón, su velocidad y distancia respecto la portería, pudiendo obtener varias tomas (vista superior, detrás de la portería, frente a la portería, lateral, etc.).

Al tratarse de una computadora, tiene la capacidad de posicionarse como si cada jugador tuviera su propia cámara y se refleja como vista panorámica.

La calidad de los movimientos no es tan exacta, pero sí lo más nítida posible por tratarse de una imagen real que se transforma en digital, se trata pues de una

¹⁰ El Sol de México. Sección E, p. 11. 6 de julio de 1994

señal computarizada para calcular parámetros que personalmente no se pueden realizar"¹¹.

3. **Polémica o Debate:** Es la confrontación de puntos de vista sobre algún tema relacionado con el deporte, a fin de profundizar en la problemática que lo rodea; es una discusión encauzada a revelar aspectos desconocidos que subyacen en el deporte, quedando a cargo de expertos e invitados especiales, adquiere forma de sección fija y se complementa con reportajes, entrevistas grabadas e imágenes controversiales.

4. **Elementos Humanos:** En los programas deportivos existen varios roles que pueden asumirse, a saber: *Conductor, Comentarista, Cronista, Especialista, Invitado Especial*, sus características esenciales son las impuestas en el periodismo televisivo, habiendo un uso mayor de los siguientes **géneros periodísticos:** *nota informativa, entrevista, reportaje, crónica, artículo de opinión y editorial*)

Dentro del **género Deportes**, el *Conductor* tiene también las funciones de *presentador* (secciones, invitados, participantes, etc.) y *moderador* (en de la sección de debate).

El *Comentarista* tiene a su cargo la *crónica* y el comentario de los aspectos deportivos seleccionados; por lo general conoce varias áreas del deporte, y tiene bajo su

¹¹. *ibidem*.

3.1.3 Deportes.

responsabilidad la información de una o más secciones dentro del programa (gimnasia, basquetbol, futbol, box, etc.).

El *Crítico* es un especialista en un determinado rubro, tiene bajo su responsabilidad el análisis de temas o jugadas controversiales, es una persona que integra el equipo de la serie, no un invitado.

Los *Invitados* son personalidades del mundo deportivo, nacional o internacional, participan especialmente en el programa para dar su opinión sobre algún tema en particular, o simplemente para ser motivo de una entrevista en el estudio (puede ser un deportista o una autoridad del deporte).

5. **Secciones:** La información del programa suele desarrollarse de acuerdo a *secciones*, es decir, segmentos específicos que tienen características particulares de tiempo, contenido y forma de presentación, quedando a cargo de los comentaristas. Algunas secciones se identifican sólo por la temática particular que abordan ("*Atletismo*", "*Basquetbol*", "*Futbol*", etc.), pero la mayoría son identificadas por la utilización de nombres, logotipos, colores, cortinillas, etc. ("*En la línea de fuego*" - **Deportv** - , "*Telebeam*", "*Touch Screen*" - **Lo mejor del mundial** -).

Existe una sección básica dentro del programa de **Deportes**, la de *Estadísticas*, que suele tener un papel importante en la información sobre el Futbol, al ser el

deporte de mayor impacto en nuestro país, ocasionalmente se incluyen en otros eventos, sobre todo cuando se trata de encuentros internacionales.

Los cuadros estadísticos reflejan el nivel de competición de los equipos y jugadores en números, además, revelan hechos desapercibidos a primera vista y generan reflexión (¿cuál es la verdadera situación del equipo favorito frente a los rivales?, ¿cuántos puntos necesita para calificar?, ¿cuántas oportunidades tuvo para anotar goles?, etc).

En los programas deportivos existen por regla general los siguientes cuadros estadísticos:

1. *Puntos de cada equipo por grupo.*
2. *Goleo individual.*
3. *Goleo por equipo.*
4. *Posición en la tabla general.*

Hay también cuadros más precisos y curiosos:

1. *Cuadro comparativo de los dos mejores jugadores de algún partido de la jornada.*
2. *Tabla de goleadores, que incluye: líder de goles anotados con el pie, líder de goles como equipo local, líder de goleo como visitante, peores porcentajes, etc.*

3.1.3 Deportes.

Existe otra sección que ha cobrado verdadero auge dentro del **género**, la de *Humor*, que puede ser manejado de tres maneras:

1. **Cápsulas:** Son squetches o gags sobre algún hecho relacionado con el deporte, se identifican por la presencia de un personaje cómico, que puede proceder de los programas cómicos, o bien, ser diseñados exprefeso para la serie deportiva (de donde pueden partir hacia las series cómicas).

Así, tenemos el ejemplo de los personajes **Al Derecho y al Derbez**, de Eugenio Derbez (*Superportero*, Julio Esteban, Alberto Palaez, entre otros) ; **Humorcito Corazón**, de Víctor Trujillo (*La Beba Galván*, *Estetoscopio*, *Brozo*), y **El güiri güiri** de Andrés Bustamante (*El Doctor Chunga*, *Ponchito*), encargados de la sección humorística de los especiales deportivos en torno al **Campeonato Mundial de Futbol Estados Unidos '94: Lo mejor del Mundial y Los Protagonistas**.

Estas cápsulas humorísticas se realizan conservando la psicología del personaje cómico, enfrentado a una situación deportiva, o bien, involucrando a los aficionados a la comicidad por medio de entrevistas chuscas o de doble sentido o en las que la gente de la calle participa espontáneamente, a veces sin percatarse que se trata de un squetch.

3.1.3 Deportes.

2. **Videos:** Musicales realizados por medio de un collage de imágenes seleccionados de grabaciones de video (aficionados) o televisión (profesionales), sobre hechos deportivos graciosos.

3. **Caricaturas y Dibujos animados:** Los primeros combinan la crítica y la sátira, tienen las características de la caricatura política, por lo que hace mofa y reflexiona sobre un tema de actualidad. Los dibujos animados son pequeñas cápsulas donde algunos personajes infantiles (*Don Gato y su Pandilla, El Oso Yogui, Los Picapiedra*), abordan con humor y en forma de comentario un asunto deportivo.

Por último, otra sección importante dentro del **género Deportes** es la de *Sorteos y Concursos*, llevados a cabo dentro del programa a fin de premiar los conocimientos y la suerte de los aficionados, indirectamente, es una fórmula para atraer el interés del público.

Los Concursos y Sorteos pueden ser organizados por la empresa de televisión o por otro organismo o institución, pública o privada, y no son más que los tradicionales juegos de la lotería. Los premios van desde dinero en efectivo (cuya cantidad varía dependiendo del monto acumulado), artículos deportivos (que pudieron pertenecer a algún astro del

3.1.3 Deportes.

deporte), televisores, automóviles y hasta viajes (así por ejemplo, dentro del programa *Deportv* se realizan los sorteos *Melate* y *Tris*, de la Lotería Nacional).

También se organizan sorteos en los programas especiales sobre eventos internacionales, en este caso, tanto *Los Protagonistas* de Televisión Azteca como *Lo mejor del mundial de Televisa*, llevaron a cabo concursos cuyo premio era un viaje, con todos los gastos pagados a alguna sede del *Campeonato de Fútbol Estados Unidos '94* para disfrutar un partido en un estadio mundialista, o bien la rifa de automóviles, televisores, videocaseteras, etc. respectivamente ("*Trivia Tecate*" y "*Un golpe de vista puede ser tu golpe de suerte*").

Para concluir, a continuación rescatamos las características esenciales del **género Deportes**:

1. Es un programa de información, opinión e interpretación para conocer, valorar y profundizar en los eventos deportivos, nacionales e internacionales.
2. Tiene un carácter unitario y semanal, porque su importancia está relacionada con el tiempo de ocio del público masculino, su principal receptor.

3.1.3 Deportes.

3. Su materia básica son las transmisiones deportivas, pues se nutre de su información (imágenes).

4. Es un escaparate de promoción del mundo deportivo del momento, y promotor de un deporte en particular (de importancia nacional).

5. Es un canal publicitario directo de firmas comerciales relacionadas con el deporte y el entretenimiento.

6. Es un programa que mezcla la información y el entretenimiento.

7. Nació del **Noticiero** de televisión y las transmisiones deportivas.

3.1.4 Mesa Redonda y Debate.

En principio, el **Debate** y la **Mesa Redonda** son dos técnicas de exposición utilizadas en las salas de conferencias y auditorios escolares para rescatar información que permita profundizar sobre algún tema de interés actual.

Aunque muy similares en su estructura y desarrollo expositivo, el **Debate** es una discusión acalorada entre personas que defienden distintos criterios, es una confrontación de ideas a fin de tratar de convencer a los interlocutores y oyentes; en cambio, en la **Mesa Redonda** no hay un interés de debatir un punto de vista o una idea, sino de explicar un tema mediante el intercambio de opiniones, es una especie de conversación informal entre los participantes para llegar a un fin común: profundizar en un hecho o problemática.

Ahora bien, los programas de televisión de **Mesa Redonda** y **Debate**, tienen características y objetivos muy similares: ambos tienen el interés de generar la reflexión del televidente sobre asuntos que de una u otra manera le afectan, por esta razón los desarrollaremos como un sólo género.

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

En la producción televisiva la *Mesa Redonda* y el *Debate* asumen un carácter educativo porque explican aspectos sobre diversos problemas sociales que inciden en áreas como la política o la economía, principalmente, tanto nacional como internacional (*El lavado de dinero, La democracia en Perú, La CIA y su papel en Latinoamérica, El campo mexicano frente al ajuste económico, Elecciones en Guanajuato, La perspectiva del trabajo en México, La industrialización y la democracia, Japón actual, etc.*); tienen el objetivo de profundizar en las causas, prever consecuencias y aportar soluciones a los hechos abordados, más aún cuando estos son de repercusión colectiva.

Como productos de la televisión, esta clase de emisiones 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.

En términos generales, ambos *géneros* se estructuran a partir de un diálogo razonado y argumentado entre varios participantes para exponer su punto de vista a un auditorio (en este caso el televidente), siendo dirigidos por un *moderador* o *conductor* del programa.

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

Este **género**, puede transmitirse en vivo o *grabado*, aunque en este último caso se puede dudar de la libertad de expresión existente alrededor del tema, asimismo impide la participación directa del televidente. De cualquier forma, ocupan espacios menores de los canales (matutinos o nocturnos), pues los hábitos de consumo del público están centrados prioritariamente en las series de entretenimiento más que en los de corte educativo o didáctico (por lo tanto, suelen programarse en canales culturales).

Los programas de **Debate** y **Mesa Redonda** son transmitidos semanalmente, con duración promedio de una hora; su realización requiere sólo de un pequeño espacio dentro de un foro de grabación, o algún otro lugar acondicionado, en donde el elemento principal es la mesa para la discusión. La escenografía se construye con unos cuantos adornos de utilería (plantas, murales, pinturas, fotografías, etc.), aunque en términos generales la imagen del fondo es de color oscuro o iluminado con las luces del estudio (no existe un interés en el diseño de un ambiente, pues lo verdaderamente importante es lo que dicen los expositores).

Ambos **formatos** se desarrollan a partir de temas genéricos o de preguntas expresas sobre un hecho previamente seleccionado por el conductor de la serie, desde este punto de vista, existen dos figuras principales en estos programas:

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

el moderador y los panelistas; el primero es el conductor de la emisión, por lo común un periodista con experiencia y conocimientos en diversas áreas, que goza de prestigio en el medio en que trabaja.

En tanto moderador, el conductor asume una serie de responsabilidades, en primer lugar funge como presentador del tema (para justificar con hechos y cifras, nunca con opiniones,) y los invitados (para dar a conocer sus cargos, funciones, estudios, etc., que avalen sus opiniones posteriores).

El moderador no emite opiniones ni críticas sobre el tema o los invitados, sólo coordina el programa para cederles la palabra y formular preguntas expresas que inicien o continúen la conversación del grupo, asimismo controla que la emisión no salga de los límites temáticos previamente definidos, encauzándolo sobre el punto central cuando alguno de los participantes se enfoca a otro asunto secundario o de menor importancia.

Por ello el moderador divide previamente el tema en *ítems* para la discusión, fijando tiempos límites para la participación de cada uno de los integrantes de la Mesa (por regla general se establecen de dos a tres minutos).

El moderador realiza también preguntas aclaratorias sobre conceptos, ideas o posturas indefinidas o confusas expresadas por los invitados con el fin de lograr un mejor

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

entendimiento para los televidentes. Debe tener la capacidad de escuchar y reflexionar en el momento para realizar preguntas pertinentes; finalmente tiene a su cargo la presentación de entrevistas, (grabadas o realizadas en el estudio), reportajes e información y datos oficiales que complementan las opiniones de los participantes.

Por su parte, los invitados o Panel, son especialistas en el tema presentado en el programa, o personas involucradas de una u otra manera en él a fin de exponer su testimonio (analistas políticos o militares, investigadores, servidores públicos, periodistas, etc.); generalmente el número de participantes es de tres a cinco en cada emisión.

Por regla lógica, se seleccionan a personas con distintos puntos de vista para generar una exposición nutrida de diversos criterios, credos o posturas ideológicas que enriquezcan el programa (debe procurarse no situar juntos panelistas que no compartan la misma opinión, sino frente a frente para que se establezca el diálogo o la discusión).

Los panelistas sí emiten abiertamente sus juicios, pero deben ser lo suficientemente argumentados como para convencer al auditorio, por eso es oportuno 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. Otra de sus obligaciones es respetar el tiempo asignado a la participación de cada invitado, así como hablar

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

sólo del asunto que se ha establecido previamente. Nunca debe intentar monopolizar la conversación, pues el programa vale en la medida que es un foro de expresión de varios puntos de vista y no de uno solo.

Por último, hay que decir que existen ciertos invitados que sin ser panelistas, expresan una opinión o testimonio, se trata de personas entrevistadas previamente (imagen grabada), o en el estudio, mediante enlace telefónico o vía satélite para reforzar el tema planteado.

Un elemento más que caracteriza a los programas de **Debate** y de **Mesa Redonda** son los *materiales grabados*, por lo común, son reportajes y entrevistas que complementan el contenido de la emisión. En principio, dichos elementos tienen un papel introductorio, es decir, se utilizan para presentar y justificar la importancia del tema, exponiendo casos (hechos noticiosos), cifras y aspectos diversos sobre un asunto en particular que causa inquietud o controversia.

Es común que después de la bienvenida y presentación del problema a que se referirá la emisión, el moderador presente un reportaje que defina el tema, explicando sus antecedentes e impacto actual, es decir, es un reportaje que invita a la reflexión y sugiere el marco bajo el cual se desarrollará la serie.

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

Asimismo se presentan otros reportajes y entrevistas a lo largo del programa; un equipo especial de investigación tiene a su cargo la búsqueda de cifras, datos, fuentes y la realización misma de los materiales grabados, quedando esta información debidamente fundamentada en estadísticas, hechos noticiosos, versiones oficiales, etc., dando credibilidad al asunto.

Por lo general las entrevistas son segmentos grabados transmitidas en partes durante la serie, son conversaciones u opiniones de especialistas en el tema o testimoniales, muy escasamente se realizan en presencia de los panelistas.

El **género Debate y Mesa Redonda** también se construye con **Apoyos Visuales**, como los siguientes:

1. **Cuadros estadísticos, Documentos e Informaciones Oficiales:** Es material impreso que se presenta a cuadro para apoyar las informaciones del moderador o los panelistas, es como la prueba que avala la veracidad de los juicios.

2. **Cápsulas:** Son pequeños bloques de breves segundos (cinco a diez segundos a cuadro) que proporciona información textual en forma de cortinilla, entre cada corte comercial; expresan hechos, cifras y opiniones de especialistas o personalidades.

3. **Foto fija, Videotapes e Imágenes de archivo:** Complementan los comentarios de los invitados y dan vida al programa a fin de que el televidente no se canse al ver sólo la imagen del panelista, exponen

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

visualmente la realidad de los hechos o, simplemente adornan la escenografía del estudio.

4. *Enlaces Vía Satélite:* Utilizados para realizar conversaciones con personajes que se encuentran en cualquier parte del mundo. Son testimoniales u opiniones sobre el tema abordado, que pueden ser o no tomadas en cuenta por los panelistas para continuar la discusión.

5. *Movimientos de cámara:* Como el elemento principal de los programas de *Debate y Mesa Redonda* es el grupo de panelistas, la serie de imágenes vistas por el televidente durante toda la emisión es muy plana y monótona (tomas al moderador y los invitados), por ello ágiles y constantes movimientos de cámara desde los más diversos e inimaginables emplazamientos que dan un toque original y llamativo a la serie.

En este sentido, el director de cámaras y los camarógrafos deben ser los suficientemente perceptivos y creativos para diseñar un atractivo juego de imágenes que logren mantener la atención del televidente el mayor tiempo posible.

El cambio de tomas permite además conocer las reacciones y gestos de los interlocutores en el momento en que uno de los invitados está expresando una opinión, en este sentido, una imagen dice más que mil palabras.

Para concluir con el *género Mesa Redonda y Debate*, a continuación resumimos sus características:

1. *Son programas de opinión cuya finalidad es profundizar en algún aspecto o hecho de actualidad (generalmente están enfocados a cuestiones políticas y económicas) para conocer diversos*

3.1.4 Mesa Redonda y debate.

puntos y opiniones que permitan una visión más amplia del problema tratado.

2. Indirectamente tienen un carácter educativo y educativo.

3. Se integran por un grupo de panelistas expertos en el problema presentado y un moderador.

4. Son programas de producción sencilla, escasos recursos y presupuesto limitado, concentrándose en canales de orientación cultural, y en horarios poco recorridos por los televidentes.

5. Series unitarias de transmisión diaria o semanal.

6. Se originaron de las series radiofónicas de discusión.

3.2 GENEROS DRAMATICOS

3.2.1 Teleteatro.

El **Teleteatro** es un programa unitario de corte dramático cuya finalidad es la representación de los sentimientos y las emociones de unos personajes que se enfrentan a un conflicto (intriga, amor, pasión, odio, crimen, venganza, etc.), su estilo narrativo se desarrolla de acuerdo a las normas de los **géneros** literarios, especialmente del drama, el melodrama, la comedia, la farsa y el vodevil.

En esencia, el **Teleteatro** es una adaptación de obras originalmente escritas para el teatro o la literatura que la televisión recoge para adaptarlo según sus propios procedimientos (cuestiones que tienen que ver con el manejo de los elementos audiovisuales).

El **Teleteatro** no es un programa de "teatro por televisión" o "teatro televisado", ya que no es una simple transmisión en directo o una retransmisión de una obra presentada en una sala, es un **género televisivo** surgido directamente de la representación teatral, que se ajusta a las determinaciones del medio: inserción publicitaria, tiempo de transmisión determinado (independientemente de la extensión de la obra original), horarios de programación, etc.

3.2.1 Teleteatro.

Así, este formato logra tener una doble función para el espectador: por una lado, es un programa de entretenimiento, pero por otro, divulga las obras de la literatura universal, así como a sus autores, promoviendo la cultura literaria.

El **Teleteatro** fue uno de los primeros **géneros televisivos** en constituirse como tal, pues recordemos que el teatro y la literatura fueron dos de las fuentes principales en la realización de los primeros programas de televisión; sin embargo, la tradición de presentar masivamente obras literarias provino de la prensa de finales del siglo XIX, con la aparición de la *Novela de folletín*, que difundía las composiciones importantes de la literatura mundial, posteriormente fue retomada por la radio, que dio vida a los **Radioteatros**.

El **Radioteatro**, surgido en la década de los treinta, no sólo implicó el acceso del teatro al medio electrónico, sino también su adaptación a los imperativos de éste, definidos por la prevalencia del sonido (voz, música, efectos sonoros y silencios).

Este hecho aparentemente lógico, no lo fue tanto para los pioneros de **Radioteatros**, pues lo que presentaron en los primeros años fue en realidad una transmisión de teatro, ya que no tomaron en consideración los aspectos expresivos que impone el medio radiofónico (manejo de planos, efectos, descripción, narración, etc).

Poco a poco el Radioteatro aprendió sus propias reglas hasta convertirse en un **género** radiofónico, que, posteriormente, dio origen a otro muy importante, la Radionovela; la televisión siguió un proceso similar en la realización de los **Teleteatros**.

El **Teleteatro** había comprobado su éxito en las televisoras extranjeras que antecedieron al nacimiento de la televisión en México, en este, su hermano mayor, el Radioteatro, estaba consolidado como uno de los programas de mayor impacto, de este modo, el interés en la producción de **Teleteatros** no tardó en manifestarse.

La realización de los primeros programas de este **género** a principios de la década de los cincuentas, requirió la utilización de pocos elementos de producción, pero la inexperiencia en el medio condicionó a adoptar otros aspectos provenientes de diversos medios. Así accedieron a la televisión actores, directores, escritores, escenógrafos, etc, de extracción teatral, junto con obras y personajes, al respecto, *Armando De María y Campos* señala que, en los inicios de la televisión en nuestro país, el Canal 4 transmitía **Teleteatros** dos veces por semana:

"... necesariamente ha tenido que recurrir a obras del repertorio comercial común y corriente, reduciéndolas, cuando es preciso, y a adaptaciones propicias al nuevo género. De Usigli ha transmitido la breve pieza "Vacaciones" y su traducción de "El Oso" de Chejov, tantas veces transmitida por el Teatro del Aire de la XEFO, y también "Petición de

mano", de este mismo autor, traducción de Villaurrutia y Lazo.

De Villaurrutia transmitió "Ha llegado el momento"..., de María Luz Perea, "El Estigma"; de O'Neill, "¿Dónde está la cruz?"; de Shaw y Cot, "Sumergidos"; de George Kelly, "Si encuentras guarda..."

"Los primeros actores de teatro por televisión proceden en su mayoría de los grupos experimentales, con la sola excepción de los que abandonan momentáneamente el cine para asomarse en la pantallita innumerable: Luis Aragón, Emilio Posadas, Jesús Cervantes, Julio Taboada, Francico Müller, Adalberto Ramírez, Joaquín Cordero, Ricardo Merino, Aurora Izquierdo, Magda Monsón..."

"Empiezan a aparecer los directores: Rafael Bernal, Enrique Ruelas; los escenógrafos: Avelino Artís Gener, y los técnicos mezcladores de imágenes y sonidos, verdaderos magos del novísimo espectáculo, entre los que destaca Jorge Hurtado..."¹²

El éxito del *Teleteatro* en la televisión mexicana fue inmediato, tanto que su producción fue constante y se programaron en los horarios estelares; las estaciones encontraron un buen camino para lograr la atención del público por el nuevo medio, por lo que pronto se enfrascaron en una abierta competencia que contribuyó a la evolución del *género*.

Algunas de las series de *Teleteatro* más famosas fueron: *Teatro Ford del Aire*, *Teatro Bon Soir*, *Telecomedia de Nanclo Fábregas*, *Teatro Fantástico*, *Teatro de Fernando Soler*, *Teatro de Enrique Rambal*, etc. que transmitían de lunes a viernes

¹². MARIA y Campos, Armando De. El Teleteatro en México. pp. 10-11.

3.2.1 Teleteatro.

una obra diferente cada día, o una por semana (también existieron *Teleteatros* sabatinos y dominicales).

El primer *Teleteatro* que se presentó en televisión fue dirigido y producido por *Manolo Fábregas* en 1952, realizado en una bodega del periódico *Novedades*, acondicionado después como estudio de televisión, al respecto señala el propio *Fábregas*:

"Yo dirigía y producía el programa; la compañía publicitaria era "Augusto Elías", el locutor Gonzalo Castellot y los patrocinadores fueron "Lotería Nacional" y "Bonos del Ahorro Nacional". Fue una temporada ininterrumpida de tres años y medio, con una obra por semana; como no había una estricta limitación del tiempo, porque no había exceso de publicidad ni de programas a tiempo y horarios precisos, y como yo era un niño mimado de la televisión, me permitían extralimitarme de tiempo y por lo tanto las obras pasaban casi completas; una obra en su duración normal, en un escenario, duraba entre una hora y media y dos horas, yo hacía esa misma obra en una hora veinte, hora veinticinco, muchas veces una hora quince."¹³

Según *Manolo Fábregas*, los ensayos para la transmisión de los *Teleteatros* (que se hacía en vivo porque aún no llegaba el videotape) se realizaba durante siete días, cuatro horas diarias y sin apuntador; las escenografías se montaban en pequeños espacios (para hacer exteriores se

¹³. *Manolo Fábregas*, en CASTELLOT De Ballín, Laura. op. cit. p. 129.

recurría a la técnica de los *giseros*, es decir, a los escenógrafos que dibujaban los decorados con gis).

Así, el *Teleteatro* fue uno de los programas de mayor éxito durante la década de los cincuenta y parte de los sesenta; la gente disfrutaba de ver a los grandes actores frente a su televisor, a la vez que conocía las más importantes obras del teatro y la literatura.

Además, el *género* fue tan importante en la producción y evolución de la televisión, que aportó experiencia, conocimientos y elementos para la conformación de otros *formatos*, como el *Dramático*, el *Cómico* y la *Telenovela*; sin embargo, con el auge de esta última, los *Teleteatros* decayeron paulatinamente hasta convertirse en programas de escasa realización en la televisión, retransmitiéndose antiguas series.

A partir de 1992, *Televisa* dio un nuevo impulso a la realización de nuevos *Teleteatros* con un proyecto bajo el cual quedó *Luis de Llano Palmer*, pionero de la televisión mexicana y productor de amplia experiencia y trayectoria en el medio, pero al mismo tiempo, fueron seleccionados otros productores de renombre, tanto de televisión como de teatro, para la producción de programas de acuerdo a un *género* o temática particular (drama, melodrama, misterio, amor, cosa juzgada, comedia, vodevil, etc.), entre ellos *Silvia Pinal*, *Roberto Gómez Bolaños*, *Miguel Sabido*, *Humberto Zurita*, *Christian Bach*, *Jorge Ortiz de Pinedo*, *Jorge Lozano* y *Mauricio Herrera*.

La dirección de escena quedó encomendada a figuras como Sergio Jiménez, Lorenzo de Rodas y Raúl Araiza, y la adaptación a escritores como Luis Eduardo Reyes y Vicente Leñero.

El esquema denominado Videoteatros y Televiteatros, abarcó la grabación de aproximadamente 240 series, donde, según Rafael Martínez, participaron más de 450 elementos profesionales, entre actores y técnicos, dentro de foros, y casi 300 para los trabajos exteriores:

"Se busca calidad interpretativa no utilizando apuntadores electrónicos. Cada actor se ha compenetrado en su papel, memorizando cada línea, por lo que las representaciones llegarán más espontáneas hasta el televidente. Se percibirá la frescura del ambiente teatral, que es la actividad artística por excelencia."¹⁴

De esta manera la producción del Teletatro volvió a ser una de las más importantes de la televisión nacional, tanto por su costo, como por la involucración de un numeroso equipo de realización en cada uno de ellos, pues para cada programa se requiere de un permanente trabajo para el diseño de ambientes, escenografías, contratación de actores, vestuario, utilería, etc, transmitiéndose semanalmente (sábado y domingo), en horario nocturno, son grabados, y tienen una duración de noventa minutos.

Hay que señalar también que aunque la esencia del Teletatro es la adaptación de alguna obra literaria, también

¹⁴. MARTINEZ, Rafael, en *TELEGUJA*, Enero 1993.

3.2.1 Teleteatro.

pueden ser escritas especialmente para su transmisión por televisión, conservando, de cualquier manera, las reglas que rigen al *género*, enseguida desarrollaremos este último punto.

El *Teleteatro* es uno de los *géneros* mayores de la televisión, pues en él se fundamentan algunas reglas que rigen a los programas dramáticos, estos "suponen la existencia de una base literaria (o guión), exigen un trabajo minucioso de preparación que supone, además de los aspectos de ambientación, decorado y vestuario, los ensayos de interpretación con los actores y actrices, imprescindibles en el buen logro de la obra.

"Un programa de ficción puede adquirir la forma de una serie (con un número determinado de capítulos) o bien constituir un espectáculo único, al modo de una obra teatral o cinematográfica. En los dramáticos, la relación cámara-intérprete es fundamental, pues permite una aproximación al gesto del actor, capaz de desmenuzar hasta límites increíbles todo el trabajo interpretativo."¹⁵

El *Teleteatro* surgió de las obras originalmente escritas para la literatura o el teatro, por ello se procede a una adaptación que implica la condensación de la historia a un tiempo específico (frecuentemente más corto en su transmisión

¹⁵. SOLER, Llorenc. op. cit. p.137.

3.2.1 Teleteatro.

televisiva), así como a los requerimientos del medio audiovisual.

La adaptación permite seleccionar los momentos y personajes más importantes de la obra para prescindir de lo superfluo o accesorio, respetando en la medida de lo posible el orden, el estilo de la narración, el perfil de los personajes y sus diálogos, por lo que el **Teleteatro** posee un ritmo más lento que el resto de los programas, pues se organiza en base a escenas largas con pocos personajes.

Además, la adaptación debe considerar que la narración televisiva no es lineal, es decir, se condiciona por las necesidades comerciales del medio, que obliga a realizar interrupciones dentro de la estructura original del relato para insertar anuncios publicitarios.

De esta manera el **Teleteatro** presenta una serie de bloques de acción en donde cada uno de ellos depende del siguiente y a la vez posee su propia unidad; para mantener la atención del televidente se recurre a recursos dramáticos como el *clímax* y el *suspense*, que actúan de la siguiente manera:

Cada bloque narrativo debe concluir en un momento importante de la historia a fin de despertar el interés del auditorio para descubrir cómo se resolverá aquella situación, es en este momento cuando se insertan los cortes comerciales, dejando al televidente en una expectativa que se aclarará cuando, después del corte, continúe la acción, y así sucesivamente hasta llegar al momento determinante de la

trama, es decir, el final. El *clímax* es el momento más importante dentro de todo el desarrollo dramático, pues en él se concentra el más alto grado de suspenso.

Otro de los elementos del *Teleteatro* es el estilo de actuación que desarrollan los actores, pues suele ser distinta al resto de los programas; se trata de un modelo de actuación que trata de conservar las reglas de la representación escénica, orientándose a lo formal, es decir, al arte tradicional escénico. Por ello, generalmente el *Teleteatro* no hace uso del apuntador electrónico, como en la mayoría de los programas de televisión, ya que le resta fuerza y naturalidad al trabajo actoral.

En este mismo sentido, los diálogos están contruidos con una composición narrativa única en la producción televisiva. aquí no importa la utilización de un lenguaje uniforme para un receptor masivo, sino respetar lo más posible la originalidad de la obra para divulgar el trabajo artístico, literario o teatral.

Ahora bien, en cuanto a los elementos propios de la televisión que se integran a este *género*, tenemos en primer lugar la *cámara*, que es al *Teleteatro* lo que el auditorio es a la obra de teatro; sin embargo, las posibilidades expresivas del movimiento, emplazamiento y tomas, hacen de la cámara un elemento de importancia en la representación televisada.

3.2.1 Teleteatro.

En efecto, en televisión la cámara es una especie de personaje, que nos permite acercarnos (como espectadores) al escenario, a los otros personajes e incluso a las expresiones y reacciones de estos, gracias a la utilización de los planos, estos, como en la mayoría de los programas, son medios y cortos, pues recordemos que la televisión se dirige hacia lo interno, es decir, hacia el rostro de los actores para reconocer sus gestos, emociones y sentimientos.

Los movimientos escénicos se ven limitados por factores técnicos de producción: cuidar las áreas de iluminación, o el cableado y las conexiones, etc, por lo que los personajes viven más por lo que dicen que por lo sus actos.

Por otra parte, en el **Teleteatro** las posibilidades de recreación de las historias son más amplias que en el foro escénico, donde se cuenta con un espacio único con pocas posibilidades de cambio en los decorados. En cambio, la técnica televisiva permite la construcción de una gran variedad de sets, que representen lo más fielmente posible los escenarios planteados en la obra original, incluso puede disponer de locaciones para dar mayor credibilidad a la historia.

En conclusión, las particularidades del **Teleteatro** son las siguientes:

1. Es un programa unitario que desarrolla cualesquiera de los géneros literarios dramáticos: el melodrama, la comedia, la tragedia, la farsa, la tragicomedia o el vodevil.

3.2.1 Teleteatro.

2. Es la dramatización de un conflicto que vive(n) un(os) personaje(s).

3. Es un programa de ficción que surge directamente de las obras especialmente escritas para el Teatro y la Literatura, aunque, en menor grado, depende también de obras especialmente escritas para el género.

4. Es un "género mayor", pues sienta las bases de los demás géneros dramáticos televisivos.

5. Su calidad interpretativa es mejor en comparación con el resto de los programas debido a que respeta, en la medida de lo posible, la construcción narrativa y retórica de las obras originales.

La actuación tiende a ejecutarse como en el teatro, por lo que es más natural y expresiva; tiene un ritmo narrativo televisivo más lento que la mayoría de los programas.

6. Indirectamente promueve la cultura artística literaria.

7. Es una producción costosa pues implica la inversión y renovación permanente de la mayoría de sus elementos: vestuario, escenografía, actores, etc.

8. Su periodicidad es semanal, se programa en horarios nocturnos.

9. Se origina en el teatro y la literatura, así como del Radioteatro.

3.2.2 Dramático.

El término drama se refiere a uno de los principales géneros de la literatura, por sus características ha sido tomado por otros medios para la elaboración de algunos de sus mensajes (aquéllos contruidos sobre la base de lo ficticio); en esencia, es la dinámica de una situación conflictiva, prescindiendo de figuras superfluas y de episodios laterales:

"No se trata del transcurrir de unos hechos en un marco empapado de verismo; la acción aparece potenciada y subrayada por la dinámica de un conflicto: enfréntanse... los personajes que hacen falta para el propósito último y se establece entre ellos una tensión que sin desvíos, conduce hasta el conflicto. La vida, pues, está representada como crisis y agonía (en el sentido etimológico de la palabra: lucha), es decir, como una "dialéctica"; naturalmente los contenidos que se organizan según tal esquema o fuerza subyacente pueden ser trágicos o cómicos, o también aparecer entremezclados."¹⁶

Frecuentemente se concibe como drama aquél mensaje elaborado con elementos narrativos que llevan a la angustia, al dolor o al sufrimiento, y, en efecto, esta es una de sus características; sin embargo, también significa acción, es decir vida, por lo cual puede manifestarse de muy diversas maneras de acuerdo al fin que persiga.

¹⁶. ABAD, Francisco. Los géneros literarios. pp. 48-49.

En televisión el **género Dramático** es aquél programa de ficción que retrata los hechos y sentimientos humanos, es decir, es la representación de temas y casos de la vida diaria a cargo de personajes que exponen los pensamientos, la sensibilidad, los defectos y virtudes del hombre común y corriente (está más relacionado con hechos verídicos).

A la vez, este **género** es un formato intermedio entre el **Teleteatro** y la **Telenovela**, por lo que sus características específicas tienen que ver con la integración de los elementos de estos más que a aspectos únicos. Por esta razón, en este apartado sólo nos referiremos al programa dramático muy escasamente, pues la mayor parte de sus reglas se encuentran definidas en los apartados correspondientes a los formatos mencionados.

Del **Teleteatro** tomó sus normas de composición narrativa televisiva y su carácter unitario, pero elabora conflictos y personajes relacionados con hechos reales; con la **Telenovela** comparte su sentido melodramático y su técnica de "matar sets".

En cuanto a su producción, en realidad este formato se realiza muy poco en comparación con la **Telenovela** y los programas cómicos; de cualquier forma, el **género Dramático** tiene una duración promedio de 30 minutos, es de transmisión semanal y se programa en horarios estelares; dependiendo de su presupuesto puede realizarse en foro y/o locación. Su

desarrollo narrativo surge de un conflicto que debe(n) enfrentar un(os) personaje(s), que lo lleva(n) a un final que no necesariamente es feliz; sin embargo, tiene un sentido aleccionador y moralista, pues expresa, directa o indirectamente, una moraleja o un juicio sobre la conducta del personaje principal.

Otra de las características del programa **Dramático** es que tiene una base inalterable durante todo un ciclo, independientemente de sus temas, actores, escenarios, etc; es decir, es una serie que presenta historias que, aunque poseen su propia unidad temática, se encuentran unidas por el objetivo moral que persiguen: orientar para lograr una mejor forma de convivencia social y familiar.

Un rasgo más es proporcionar canales de orientación a los ciudadanos para resolver sus problemas, pues informan (dentro del desarrollo argumental o expresamente por parte del presentador) acerca de centros, instituciones y servicios a los que se pueden acudir en determinado momento; así por ejemplo, **Mujer: casos de la vida real**, se enfoca a relatar la problemática a la que se enfrenta la mujer de hoy, en cualquiera de sus etapas o roles sociales (adolescente, madre, hija, esposa, ama de casa, profesionista, etc.), en algunas emisiones se informa sobre centros de atención, hospitales, albergues, instituciones públicas, etc. a donde puede acudir la mujer en caso de necesitarlo.

3.2.1 Dramático.

Como los programas **Dramáticos** se concentran en torno a una anécdota única, el número de escenas y personajes que involucra son escasos (por lo general no mayor de diez), pero implica una permanente renovación de ambientes, actores, vestuario, etc. en cada emisión.

Los temas que refleja surgen en ocasiones de los hechos noticiosos de actualidad (especialmente de nota roja) o de vivencias que los televidentes manifiestan al programa por medio de cartas al estudio (adaptadas por los guionistas de la serie); de cualquier manera, su característica temática consiste en la exposición de asuntos sentimentales y emocionales del individuo en sus relaciones intra y extrafamiliares.

Las historias pueden convertirse en un mecanismo de denuncia indirecta de la problemática que aqueja a los ciudadanos de las grandes urbes, ya que puede referirse a robos, violaciones, fraudes, secuestros, abuso sexual, maltrato infantil, drogadicción, etc; inclusive las personas afectadas pueden llegar a utilizar al programa como un foro donde solicitar ayuda a las autoridades competentes o al público en general (esto sucede, por ejemplo, en la serie **Mujer: casos de la vida real**, en donde se ha apoyado a familias para encontrar a algunos pequeños que han sido secuestrados o que se han extraviado).

En los programas **Dramáticos** es importante la figura del presentador del programa, pues no solo tiene a su cargo la

3.2.1 Dramático.

introducción (antecedentes) del problema (historia) a tratar, sino también invita a la reflexión del televidente evidenciándole datos o información que complementa la trama.

Además, el presentador juega un papel moral dentro del programa, pues de manera directa o indirecta, censura los actos de los personajes y expone la moraleja de la emisión; es también un punto de enlace entre el programa y el televidente, pues lo invita a participar por medio de cartas en donde expongan o sugieran algún caso interesante.

En conclusión, el programa **Dramático** es una serie que, desarrollada en tono melodramático, permite la recreación de una gran variedad de historias y personajes (a diferencia de la telenovela), los cuales tienen que ver, la mayoría de las veces, con hechos verídicos; sus particularidades como **género** son:

1. Programa de corte melodramático que retrata el conflicto de unos personajes en torno a asuntos y problemas reales.
2. Su temática surge de hechos noticiosos de actualidad o preocupaciones sociales latentes (sugerencias del público), por lo que sus historias giran en torno a asuntos y problemas reales.
3. Tiene un fin moralizador, por lo que casi siempre expone, al menos de manera indirecta, un juicio o una moraleja sobre la conducta del personaje principal.
4. Surgió del Radioteatro y el **Teleteatro**.

3.2.3 Cómico.

En principio, la Comedia es un concepto derivado de la palabra griega *Komedia*, según Patrice Pavis el "komos" era el desfile y la canción ritual en honor a Dionisios: por ello la comedia no puede renegar de sus orígenes religiosos y orgiásticos", " tradicionalmente está definida en oposición a la tragedia, se fundamenta en tres criterios principales:

1. Los personajes son de condición inferior.
2. Su desenlace es feliz.
3. Su finalidad es provocar la risa del espectador.

"La comedia, al ser una imitación de hombres de calidad inferior, no se nutre del fondo histórico o mitológico. Se consagra a la realidad cotidiana y prosaica de la gente simple: de ahí su facultad de adaptación a todas las sociedades, la diversidad infinita de sus manifestaciones y la dificultad de deducir de ella una teoría coherente.

En cuanto al desenlace, no sólo podría dejar desencantados a cadáveres o víctimas, sino que casi siempre desemboca en una conclusión optimista (matrimonio, reconciliación, reconocimiento).

La risa del espectador a veces es de complicidad, otras de superioridad: ella lo protege contra la angustia trágica al procurarle una especie de "anestesia afectiva". El público se siente protegido por un sentimiento de superioridad ante los mecanismos de exageración, contraste o sorpresa."¹⁷

En cuanto al género televisivo, el programa Cómico, es aquél cuyo objetivo es lograr la diversión del público

¹⁷. PAVIS, Patrice. *Diccionario de Teatro*. p. 66

¹⁸. *ibidem*. pp. 66-67.

mediante la utilización de los recursos de la comedia, que se encuentran encauzados a provocar la risa del espectador; es una serie humorística dirigida al entretenimiento familiar, pues su contenido es, la mayoría de las veces, apto para todo público. Se integra por personajes, situaciones y hechos de la vida diaria frente a los cuales el actor responde de manera imprevisible para sorprender y provocar la carcajada en el televidente.

El *formato Cómico* proviene del *género* literario dramático del mismo nombre, surgido en España en el *siglo XV*, y es utilizado en muchas áreas, al respecto señala Pavis:

"Lo cómico es un fenómeno que podemos aprehender desde diferentes ángulos y campos: como fenómeno antropológico, responde al instinto del juego, al gusto del hombre por la broma y por la risa, a su facultad de percibir aspectos insólitos y ridículos de la realidad física y social. Como arma social, ofrece al ironista los medios para criticar su entorno, para ocultar su posición a través del ingenio o de una farsa grotesca.

Como género dramático, centra la acción en torno a conflictos y peripecias que testimonian la inventiva y el optimismo humanos ante la adversidad."¹⁹

Además, lo cómico también surge de una dimensión psicológica individual basada en dos aspectos: la superioridad del observador y la liberación y el alivio, en el primer caso la risa nace de la sensación de sentirnos superiores al personaje cómico, que reúne una serie de cualidades de carácter inferior (torpeza, ingenuidad,

¹⁹. *ibidem*. p. 76.

3.2.3 Cómico.

inocencia extrema, etc.), con las cuales tratamos de distanciarnos.

Desde este punto de vista, lo *cómico* provoca una liberación psíquica que permite reirnos de nosotros mismos a través de los rasgos que estereotipan al personaje *humorístico*, y que son, en alguna medida, semejantes a los nuestros.

La *Comedia* llegó a la televisión mexicana casi de manera inmediata gracias al *Teleteatro* que entre sus obras estaban las de tipo cómico; asimismo, el programa de *Variedades* dio oportunidad a comediantes y humoristas de presentar sus números en a la *pantalla chica*.

Los comediantes de la televisión provinieron de la *Carpa* y el *Circo*, así como del *Teatro de revista* y el *Centro Nocturno*, pero debieron adaptar sus chistes y rutinas humorísticas a esquemas aptos para toda la familia. Con el tiempo, otros comediantes nacerían en la televisión, de donde trascenderían a otros medios de entretenimiento.

El *género Cómico* es de los de mayor producción en la televisión mexicana, pues por lo general reportan grandes niveles de audiencia, moldeando en cierta forma la conducta de los televidentes (los personajes cómicos imponen "modas" en el habla, el vestir, etc.). Por lo tanto, son emisiones que ocupan espacios estelares dentro de la barra de programación de los canales, transmitidos diariamente (por lo

común un programa por día), aunque también los hay en horarios sabatinos (generalmente series de repetición).

Comúnmente el *formato* es de treinta minutos y pertenece al tipo de programas unitarios y grabados (aunque es fresco, pues permite la improvisación de los actores), implica una constante renovación de su contenido a fin de no cansar al televidente con chistes, anécdotas y situaciones conocidas, por esta razón una de sus características fundamentales es que cuenta con un *equipo de escritores* en permanente búsqueda de nuevos elementos cómicos.

Ahora bien, igual que cualquier otro programa de televisión, la realización del *género Cómico* implica un minucioso trabajo de *preproducción* en donde deben considerarse detalladamente cada uno de los elementos indispensables para su éxito; así por ejemplo, según *Eugenio Derbez* los pasos que se toman en cuenta para la grabación de cada emisión son los siguientes:

"1. Primero que nada hay que tener la idea de hacer humor con cualquier cosa.

2. Una vez elegido el tema, me reúno con el equipo de escritores - 6 a 8 personas - para desarrollar una pequeña historia.

3. Después de que fue aceptado el libreto, hay que contactar con la gente que nos va a apoyar con su participación especial.

4. Si queremos incluir una canción de catálogo, pero con la letra cambiada, tenemos que tramitar las autorizaciones necesarias.

5. La escenografía también es un rollo, porque a veces puede resultar muy cara y ser rechazado el proyecto. Nosotros buscamos prever esa situación y tener opciones viables.

6. Luego, ya seleccionado el vestuario y con toda la infraestructura lista, iniciamos los ensayos hasta que todo queda a pedir de boca. Desde

3.2.3 Cómico.

que se escribe hasta que la gente lo ve en su pantalla, transcurre alrededor de mes y medio."¹⁰

Las variaciones de la forma de trabajo de un programa Cómico, dependen del presupuesto asignado a cada serie, así como del tipo de Comedia que se desarrolle, pues existen dos formas típicas:

1. *De Conflicto o Enredo*: Son programas unitarios que tienen como fin una conclusión optimista de la vida, un consejo o una moraleja, "el enredo es una situación o intriga inextricable y confusa que impide a los personajes (y a los espectadores) percibir sus posiciones respectivas en el tablero estratégico de la obra. Esta es la situación habitual del vodevil o de la comedia de intriga."¹¹

En este sentido, los programas Cómicos de enredo surgen en torno a una serie de equívocos, errores e imprevistos a los cuales se enfrenta el personaje, la idea general de la obra supone el desequilibrio de una situación común que afecta al personaje y lo sorprende a tal grado que lo lleva a alterar el ritmo normal de su vida a fin de restablecer el orden (happy end o moraleja de la historia).

¹⁰. "A Eugenio Derbez el éxito sí lo ha cambiado", en *Teleguía*. No. 2163, 22 al 28 de Enero de 1994.

¹¹. PAVIS, Patrice. op. cit. p. 167.

2. *De Sketches*: Son programas integrados por una serie de números cómicos cortos con independencia propia en su contenido respecto los demás bloques.

Sketch es una palabra inglesa que significa *esbozo*, y se trata de "una pieza mínima que presenta generalmente una situación cómica, representada por un número pequeño de actores, sin preocuparse por caracterizar de una manera profunda, o por una intriga de resurgimiento de la acción, y que insiste en los momentos cómicos y subversivos."¹¹

Asimismo, el *gag*, palabra norteamericana que significa *broma* o *efecto burlesco*, es un efecto visual o verbal repentino y cómico,¹² que junto con el *sketch* permite el desarrollo de una gran variedad de escenas cómicas, así como la aparición de infinidad de personajes y chistes.

Otra característica de este tipo de emisiones son los estereotipos, o sea, personajes con una imagen y características psicológicas perfectamente definidas, que poseen espacios más o menos fijos dentro de las emisiones. Dichos personajes quedan a cargo de los *comediantes* centrales del programa (*anfitriones*), quienes logran penetrar en el gusto del público, por ingenio y gracia; así por ejemplo, Eugenio Derbez (*Al Derecho y Al Derbez*), personifica entre otros a *Superportero*, Julio Esteban y Armando Hoyos; Víctor Trujillo (*Humorcito Corazón*) da vida a *La Beba Galván*,

¹¹. *ibidem*. p. 461.

¹². *ibidem*. p. 233.

3.2.3 Cómico.

Estetoscopio, y *Brozo*, mientras que Roberto Gómez Bolaños (*Chespirito*) al *Chómpiras*, *El Chavo del Ocho* o *El Chapulín Colorado*.

Por último, los programas de *sketches* se integran de un cuadro de actores que en ocasiones también crean personajes que se ganan el gusto del público, y auxilian al comediante principal (por ejemplo, *Florinda Meza* y *Edgar Vivar*, con sus personajes de *La Chimoltrufia* y *El Botija*, respectivamente, son compañeros inseparables de *El Chómpiras* en el programa *Chespirito*). Estas series también suelen incluir invitados especiales para hacer humor alrededor de su oficio o profesión (figuras del espectáculo; futbolistas, conductores, cantantes, actores, etc.).

Habría que decir también sobre los tipos de comedia desarrollados en la televisión, que en cierta medida se ajustan a las características de la Comedia Alta y la Comedia Baja, pues la primera centra lo cómico en el uso del lenguaje, alusiones, juego de palabras y situaciones "intelectualmente agudas", mientras que la segunda se vale de la farsa y de los procedimientos cómicos visuales, como el gag.⁴

A continuación describiremos los elementos más importantes que integran al **género Cómico**:

⁴. *ibidem*. p. 68.

3.2.3 Cómico.

1. *El Personaje:* El cómico es una estrella del espectáculo, una persona especializada en el arte de hacer reír, con pleno conocimiento del manejo de los recursos humorísticos y, por lo tanto, con una trayectoria amplia y reconocida, aunque en ocasiones el formato es una plataforma de lanzamiento de nuevos valores.

En toda serie cómica los personajes se perfilan como estereotipos que condensan y representan una o más características, físicas o morales, de la sociedad, exageradas a fin de resaltar los defectos de las personas, pasando de la cotidianidad a la rareza, la originalidad y la gracia. El estereotipo es una especie de caricatura del ser humano, un conjunto de rasgos o cualidades tipificadas, o incluso una serie de situaciones emblemáticas de las que se conoce su desarrollo y, por tanto, se prevé su fin; es decir, es un esquema conocido y repetitivos acciones y reacciones mecánicas.

Desde este punto de vista, el personaje cómico facilita la identificación de nuestra cotidianidad a partir de conductas, perfiles y hechos claramente conocidos, representados con humor, por esta razón los estereotipos cómicos surgen de cualquier cosa que nos rodea: el vecino, el taxista, el profesor, las personalidades de la televisión, o incluso de los mismos programas.

Ahora bien, el estereotipo del personaje cómico puede constituirse con uno o más de los siguientes elementos:

a) **El Lenguaje:** Es uno de los elementos principales del humor, pues es la manifestación verbal del chiste, representa la forma de ser y pensar del personaje, su modo específico de comunicarse; se compone por:

- ♦ *Frasas y palabras de uso común.*
- ♦ *Muletillas, Expresiones y Frases inventadas por el personaje, convirtiéndolas en modismos (por ejemplo: "¡Pa'qué te digo que no si sí!" - La Chimiltrufia - "Prau prau" - Brozo -, "¡Tranquilo mi chavo!" - Superportero.).*
- ♦ *Caló, pleonasmos, anglicismos y ambigüedades en el lenguaje popular.*
- ♦ *Sentido figurado, doble sentido y albur.*

b) **Acciones y Vestuario:** Los personajes poseen una identidad a nivel visual que se mantiene inalterable durante toda la serie cómica, sus acciones y su forma de vestir revelan su condición social así como sus expectativas frente a la vida, así por ejemplo, **Superportero (Al Derecho y al Derbez)** es un director de escena de un programa de televisión, impide que sean grabadas todas aquellas palabras que se relacionen con el nombre de alguna marca comercial, obligando a los actores a cambiar los diálogos originales por expresiones que disimulen el nombre del producto (se usa el slogan publicitario del artículo nombrado).

Su vestimenta consiste en un uniforme de portero (estilo **Jorge Campos**), con una red de portería en la espalda y antifaz en forma de tijeras, sus frases características son: "¡Córtale!", "¡Tranquilo(a) mi chavo(a)!", "¡No te pongas difícil!".

c) **Nombres:** La imagen e identificación del personaje cómico también se construye con la utilización de nombres, apodos o sobrenombres que refuerzan su forma de ser y pensar; el nombre debe ser humorístico y original, para lograrlo se puede recurrir al juego de palabras, modismos, parodias, etc; por ejemplo, **El Botija**, **El Licenciado Morales**, **El Sargento Pasquato (Chespíritu)**, **Brozo**, **Estetoscopio**, **La Beba Galván (Humorcito Corazón)**, **Cándido Pérez**, **(Doctor Cándido Pérez)**.

2. *Recursos de comicidad*: El humor puede manifestarse en una serie cómica por medio de varios mecanismos, que en su mayoría son los recursos tradicionales de la *comedia*:

a. *Sketch*. Es el elemento principal de la comedia televisiva, ya que permite la esceneificación de una gran diversidad de temas y situaciones en una sola emisión, por lo mismo, permite un desarrollo espacio-temporal ágil, con decorados y ambientes sencillos y variables. Asimismo, exige la participación de un número pequeño de actores y un ritmo dinámico de las acciones, lo que conduce a la naturalidad e improvisación de los actores.

b. *Gag*. También permite el desarrollo de escenas cómicas en unos cuantos segundos, a veces sin necesidad de recursos escenográficos y verbales.

c. *Chiste*. Es la materia de la comicidad, una especie de relato verbal humorístico cuyo final sorpresivo causa risa, es el recurso más sencillo con que cuenta el comediante, sin embargo pierde vigencia fácilmente en el gusto del público, por lo que debe ser renovado constantemente.

El chiste nace de los más pequeños detalles de la vida diaria, de la situación económica o política, de los asuntos familiares, de los defectos de las personalidades, etc.

d. *Sátira e Ironía*: Constituyen formas de expresión de los personajes con un humorismo malintencionado y burlón, a veces con desprecio hacia otros personajes; tiene que ver más con el estereotipo del personaje que con la actitud del comediante.

e. *Parodia e Imitación*: Son recursos por medio de los cuales se transmutan modelos originales (personas, cosas o situaciones) a otros diseñados caricaturescamente a fin de provocar la risa.

La parodia es una obra que transforma irónicamente un texto anterior mofándose de éste mediante todo tipo de efectos cómicos, es decir, se hace burla de la forma de ser y/o pensar de lo parodiado mediante la creación de un modelo en el que se resaltan sus defectos o sus matices chuscos.

La imitación supone la reproducción de un modelo original, rescatando poses, ademanes, forma de hablar, etc. de figuras reconocidas, se puede auxiliar de elementos de caracterización (vestuario, pelucas, maquillaje, accesorios, etc.).

En términos generales, los personajes y los recursos de comicidad son los dos elementos centrales que configuran al formato Cómico, pues su modo de realización está conducido por las reglas fundamentales que rigen la actividad televisiva. Para finalizar ennumeramos a continuación sus especificidades:

1. Es un programa unitario cuya finalidad es provocar la risa del espectador.

2. Se sujeta a las reglas e instrumentos de la comedia tradicional, pues es heredero del género dramático literario del mismo nombre.

3. Su contenido queda a cargo de un equipo de escritores.

4. Es una fuente de descarga psicológica del televidente

5. Es un programa fresco (se utiliza mucho la improvisación) y en permanente evolución..

6. Generalmente enfocado al consumo familiar.

7. Sus elementos proceden del Teleteatro, así como en los espectáculos populares como el Circo, La Carpa, el Teatro de Revista y el centro Nocturno

3.2.4 Telenovela.

El concepto **Telenovela** es un término en español adoptado del *Soap Opera* norteamericano, que surgió para referirse peyorativamente a aquellos programas de radio dirigidos a las amas de casa, con un alto grado de sentimentalismo y patrocinados por empresas productoras de jabones y detergentes (*soap* significa jabón o detergente, y *opera* se relaciona con el **género** musical melodramático del mismo nombre).

Pero además, la **Telenovela** es sinónimo de **Melodrama** (de "melos", música y "drama", acción), pues se trata de una narración escrita en estilo melodramático, esto es, presenta la lucha entre fuerzas antagónicas: el bien contra el mal, los sentimientos y las pasiones humanas; en esencia es el conflicto de una pareja para consolidar su amor:

"Generalmente se ha dicho que la telenovela es un melodrama. El melodrama presenta situaciones límite y personajes cuyas conductas, por general, aparecen polarizadas, lo cual es justamente una característica propia de la telenovela que estamos acostumbrados a ver en la televisión mexicana.

Más precisamente se ha apuntado que la telenovela es representación y dramatización de la vida cotidiana que implica una multiplicidad de objetos, comportamientos, resolución y planteamiento de situaciones comunes y conflictivas, pero de cualquier manera cercanas a sus públicos."¹⁵

¹⁵. José Luis Gutiérrez Espíndola. La industrialización del melodrama (Historia y estructura de la telenovela mexicana) en TREJO Delabre, Raúl (coord.) Las redes de televisa. p. 78.

3.2.4 Telenovela.

En efecto, la **Telenovela** toma personajes, conductas y situaciones que pertenecen a la vida diaria, entremezcladas con hechos y acciones estereotipadas que, melodramáticamente, tienden a acentuarse entre lo bueno y lo malo, lo verosímil y lo inverosímil.

El origen de la **Telenovela** en México se encuentra en la *Novela de folletín*, la *Radionovela*, el *Cine mexicano de los años 40's*, el **Teleteatro** y el programa **Dramático**,. todas estas influencias hicieron del **género** el más importante en la historia de la televisión nacional, e incluso a nivel latinoamericano.

La prensa del *siglo XIX* estableció la tradición de publicar las obras de la literatura universal para mantener el interés del público por conocer la continuación de la historia al día siguiente. Esta costumbre fue recogida por la radio y el cine nacional al recrear temas de corte melodramático, obteniendo un éxito inmediato y permanente.

Pero la **Telenovela** también surgió del **Teleteatro** y el programa **Dramático**; el primero impuso algunas reglas de realización en los programas de ficción, mientras que el segundo desarrolló argumentos más cercanos a la problemática del televidente.

La producción de **Telenovelas** propiamente dicha se inició en el año de 1957, una vez que estuvieron dadas ciertas condiciones, entre ellas el *Videotape*. Antes de esta fecha, como indica Gabino Carrandi, pensar en hacer una **Telenovela**

resultaba impráctico porque la escenografía tendría que permanecer instalada para el día siguiente, con las incomodidades relativas a la realización de otros programas en el mismo estudio:

"Con la inclusión del videotape ya podían enlatarse los capítulos adelantados y producir dos o más episodios, o grabar tan continuamente como fuera posible, aprovechando de mejor manera una escenografía instalada, sin esperar el día o la semana siguiente para seguir la producción de la historia suspendida.

Por la llegada del videotape hubo que aprender a acomodar los horarios en los usos de los estudios y los equipos técnicos y humanos. El tráfico de los mismos tenían que manejar su utilización en la programación viva, acostumbrados por años, y las grabaciones de uno y otro programa, de una y otra telenovela, que así ofrecían mejores condiciones de producirlas.

Podía trabajarse fuera de las horas que los canales permanecían al aire y, más importante, laborar paralelamente en circuito cerrado tanto como lo permitiera el número de equipo y de horas en el día. Aumentó, consiguientemente, el personal necesario."²⁶

La primera Telenovela realizada fue *Senda Prohibida*, original de Fernanda Villeli, con las actuaciones de Silvia Derbez, María Idalia, Augusto Benedico y Luis Beristain, entre otros, según José Luis Gutiérrez Espíndola, la empresa Colgate Palmolive fue quien dio un fuerte impulso a la producción de Telenovelas, tratando de alcanzar el mismo éxito que en las Radionovelas:

"Fue la empresa la que a través de su director de publicidad, Jesús González Obregón, encargó por esos años a Fernanda Villeli escribir una historia

²⁶.CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. p. 173.

completa de 50 capítulos para ser transmitida en televisión. "Senda Prohibida" fue programada dentro de la serie "Su telenovela Colgate" y se transmitió de lunes a viernes por Canal 4 en capítulos de 30 minutos cada uno y en un horario vespertino."

Así, Colgate Palmolive se convirtió en la promotora por excelencia de las series dramáticas, tanto de radio como de televisión, pues encontró en ellas el medio ideal para vender sus productos, dirigidos principalmente a las amas de casa. Poco a poco las agencias de publicidad se interesaron en las **Telenovelas** a exigencias de los patrocinadores, que veían cómo iba creciendo día a día el éxito de estos programas, incluso a nivel internacional (Telesistema Mexicano inició la venta de **Telenovelas** al mercado latinoamericano, por medio de su filial Teleprogramas Acapulco, posteriormente Productora de Televisión).

La producción de **Telenovelas** es hoy en día la principal actividad de la televisión comercial debido a su éxito económico, por lo que ocupa los horarios principales dentro de la barra de programación de las estaciones.

En términos generales, el **género** se integra de 120 a 150 capítulos de 30 o 60 minutos diarios, puede transmitirse en horario matutino, vespertino o nocturno (aunque definitivamente éste último es considerado el mejor por los altos niveles de audiencia que atrapa), manteniéndose al aire entre 3 y 6 meses (hay casos en que debido a su gran éxito, la

" GUTIERREZ Espíndola, José Luis. op. cit. pp. 91-92.

3.2.4 Telenovela.

Telenovela se extiende más allá de los 200 capítulos diarios, transmitiéndose durante más de diez meses).

Los argumentos de las **Telenovelas** pueden surgir de diversas fuentes, aunque, como señala la escritora **Fernanda Villeli**, "hay muy pocas historias originales, creo que son 36, desde los griegos, que dijeron y escribieron todo: las situaciones, las tragedias, todas las complicaciones del mundo. Y de las 36 sobresale una misma historia: la de *La Cenicienta*, que se repite una y otra vez, y la gente no se cansa de verla."¹¹

De cualquier manera, los temas de la **Telenovela** pueden generarse a partir de:

*Obras originales.

*Obras adaptadas del cine, la radio, la fotonovela, la literatura, e incluso de anteriores telenovelas ("remakes").

La barra de **Telenovelas** en la televisión mexicana se integra por producciones nacionales y extranjeras, entre las primeras, la mayoría son producidas por *Televisa*, aunque en los últimos años otras empiezan a ser realizadas por empresas independientes (*O'Farrill y Asociados*, *Argos* o *Burns Producciones*).

Por lo que se refiere a las **Telenovelas** extranjeras, estas provienen de países latinoamericanos que gozan de

¹¹. **VILLELI, Fernanda**. *Las telenovelas: una misma historia de amor que la gente no se cansa de ver*. en *Proceso*. No. 830, p. 49.

prestigio en cuanto a la producción de este género, como Brasil, Venezuela, Argentina y Colombia, aunque también ha empezado a cobrar importancia la realización de *Telenovelas* en los Estados Unidos, en idioma español y actores latinos.

En cuanto a sus técnicas de producción, dos son los elementos imprescindibles: el videotape y el apuntador electrónico, que permiten superar errores y fallas técnicas, así como agilizar su realización. Dentro de la *Telenovela* el Videotape originó la técnica conocida como "Matar Sets", para aprovechar mejor los recursos al permitir grabar varios bloques de acción de la historia en un sólo día de trabajo:

"Se establece cuáles son los sets principales, cuántas veces es absolutamente necesario que aparezcan en su totalidad (por lo general se requieren cuatro o cinco veces, por lo que se graban todas las escenas juntas aunque pertenezcan a capítulos distintos, que luego serán ordenados en la edición). El resto de las escenas de los diversos sets regularmente sólo necesitan o se pueden reproducir con un ángulo identificativo."²⁹

Por lo que se refiere al apuntador electrónico, consiste en un pequeño "chícharo" que se coloca en el oído del actor, y está conectado a una diminuta caja escondida entre sus ropas; este invento mexicano de los hermanos Loya (1957), facilitó la grabación rápida de escenas y capítulos, pues hizo que los actores prescindieran de su memoria para sacar

²⁹. GUTIERREZ, Espíndola, José Luis. op. cit. pp. 79-80.

adelante cada uno de los diálogos que le corresponderían dentro de la acción.

Una voz en cabina (Apuntador) lee los diálogos de las escenas a grabar, sin entonaciones, ni inflexiones con la que deben expresarse, tampoco indica todos los movimientos y reacciones de los actores - esto es ensayado previamente con la supervisión del director de escena -, además todos los actores que se encuentran grabando una misma escena escuchan los diálogos de sus compañeros, por lo cual deben estar concentrados para actuar en el momento justo y de la manera adecuada.

Por otra parte, a decir del productor José Rendón, el proceso de producción de una **Telenovela** consta de las siguientes etapas:

"Todo comienza por el argumento. La idea principal generalmente es dada por el escritor, pero hay veces que el productor pide algo especial para un actor o actriz en particular. Así, el escritor prepara una sinopsis en donde se desarrolla la idea general, que posteriormente será discutida con el productor. Si éste está de acuerdo se inicia la elaboración de los libretos...

...Normalmente se piensa en una historia con un principio y un final, es decir, una anécdota con un final feliz, pero nunca se sabe de qué manera se va a llegar a ese final. Los personajes a lo largo del curso de la historia van tomando vida propia y van llevando al escritor en función de lo que más conviene a la historia.

Cuando se tiene un buen número de capítulos, donde la psicología o modo de ser de los personajes está bien clara, se realiza la elección de actores, pensando en las características de los personajes y las posibilidades físicas y profesionales de cada

actor. En esta elección intervienen el productor, el escritor y el director."³⁰

Posteriormente se inicia la preparación de cada una de las áreas y departamentos que intervendrán en el proceso de grabación: escenografía, utilería, vestuario, efectos especiales, servicios, equipo de producción, staff, etc.

La realización de la **Telenovela** puede llevarse a cabo en foro y/o locación, aunque en realidad predomina el primer sistema, pues la técnica de matar sets optimiza los recursos y agiliza la grabación, lo cual no sucede cuando se graba en exterior debido a la serie de imprevistos que dificultan el trabajo.

Sin embargo, en fechas recientes las empresas independientes han comenzado a realizar **Telenovelas** con un proceso diferente; en primer lugar, se graban exclusivamente en escenarios naturales (a semejanza de las producciones brasileñas y colombianas), logrando una mayor fuerza en las imágenes. Otra innovación consiste en el rechazo al apuntador electrónico a fin de explotar la capacidad actoral del reparto, permitiendo una mayor naturalidad e improvisación en sus reacciones y diálogos (*El peñón del amaranto*, *A flor de piel*, *Con toda el alma* o *Nada personal*).

La producción de **Telenovelas** en Televisa se ajusta al esquema tradicional: la mayor parte de las escenas se graban

³⁰. RENDON, José. La fórmula de la telenovela. José Rendón comparte su experiencia. en *Teleguía*. No. 1657, 12 al 18 de mayo de 1984.

en foro, completándose diariamente hasta más de 20 escenas, en un trabajo extenuante que pasa de 10 horas, frecuentemente se arman entre dos y tres sets que son utilizados en uno o dos días de grabación.

A mediados de 1995 Televisa comenzó a aplicar un proceso de producción simultáneo que consiste en la grabación de dos **Telenovelas** en un mismo foro, es decir, mientras una de ellas graba en locación, la otra lo hace en el estudio y viceversa, con lo cual hay un ahorro considerable de recursos y tiempos de grabación. Otra innovación ha sido la realización de **Telenovelas** en inglés para su venta en el mercado anglosajón, con los propios recursos de la empresa (técnicos, equipo de producción, actores, etc.) evitando los subtítulos y el doblaje. Estas **Telenovelas** son remakes de historias producidas en español, por ejemplo, **Imperio de Cristal** es en inglés **Empire of Crystal**, **Acapulco**, **Cuerpo y Alma** es **Only You**, o **La Sombra del Otro** se titula **The Shadow**.

Aunque la anécdota que da vida a cada **Telenovela** es prácticamente la misma (una pareja que lucha por su amor), existen un sin fin de tratamientos que dan cierto toque de originalidad a cada producto, en este sentido podemos encontrar algunas variantes del **género**:

1. **Rosa**: Es el melodrama clásico, la historia de **La Cenicienta**, con un tono romántico muy acentuado (la muchacha pobre que se enamora del joven millonario): **Los ricos también lloran**, **María la del barrio**, **María Mercedes**, etc.

2. *Histórica*: Es una variante nacida en nuestro país, retrata los hechos históricos de la vida de México, reforzada con anécdotas ficticias de amor y conflictos humanos.

Reconstruye lo más fielmente posible lugares, eventos y personajes históricos, por lo que implica un complejo y arduo proceso de producción que puede durar años.

Según *Gutiérrez Espíndola* sus antecedentes se encuentran en las *Telenovelas* de los años sesentas, *Morelos, México 1900* y *Maximiliano y Carlota*, que dieron pie a producciones más importantes a cargo de *Miguel Alemán Velasco, Ernesto Alonso* y *Miguel Sabido*.³¹

Las *Telenovelas* históricas, producidas por *Televisa* en coordinación con algunas instituciones públicas como el *Instituto Mexicano del Seguro Social*, la *Lotería Nacional*, la *Secretaría de la Defensa Nacional*, el *Colegio Militar* y diversos gobiernos de los estados del país, han sido las siguientes:

TELENOVELA	AÑO DE TRANSMISION	ETAPA QUE COMPRENDE
La Tormenta	1967	1857 a 1921
Los Caudillos	1969	1810 a 1847
La Constitución	1971	1803 a 1917
El Carruaje	1972	1863 a 1864
Senda de Gloria	1986	1917 a 1938
El vuelo del Águila	1994	1830 a 1915
La antorcha encendida	1996	1785 a 1820

3. *De Época*: Como la histórica, la trama se desarrolla en ambientes y lugares de épocas anteriores, pero su argumento se basa en una historia ficticia. Retrata la vida, moda y costumbres de otros años, por lo que también requiere un trabajo arduo de preparación y

³¹. *GUTIERREZ Espíndola, José Luis. op. cit. pp. 96-97.*

realización (por ejemplo *Alondra* y *Corazón Salvaje*, ubicadas a principios del siglo XX, *Si Dios me quita la vida* y *La pasión de Isabela*, transcurrieron durante las décadas de los treinta y cuarentas).

4. *Juvenil*: Dirigida a espectadores jóvenes, por lo cual muestra frecuentemente historias frescas y cotidianas que reflejen la conducta, inquietudes y problemática de la juventud (*Confidente de secundaria*, *Pobre juventud*, *Quinceañera*, etc.).

5. *Musical*: Tiene la misma temática que la anterior, sólo que su argumento se desarrolla en torno a la problemática de unos muchachos que desean sobresalir en el terreno musical.

Su estrella principal es un cantante o grupo de moda que, indirectamente, promueven su disco (*Agujetas de color de rosa*, *Alcanzar una estrella*, *Canción de amor* o *Baila Conmigo*).

6. *Policíaca*: Empezó a desarrollarse a mediados de los ochentas como una fórmula para la renovación del **género** y la búsqueda de nuevos públicos, particularmente el masculino. Mezcla los conflictos amorosos con intrigas y crímenes, existiendo una alta dosis de violencia (*Cuna de Lobos*, *Imperio de Cristal*, *Morir dos veces*, *Nada personal*, entre otras).

7. *De Contenido Social*: Fueron realizadas por Televisa en los años setentas en colaboración con instituciones gubernamentales (*Secretaría de Educación Pública*, *Secretaría de Salud*, *Desarrollo Integral para la Familia*, etc.).

Tuvieron como objetivo reforzar los valores sociales y orientar al público sobre temas de interés social como el control natal, la sexualidad o la educación para adultos, estas fueron:

TELENOVELA	AÑO DE TRANSMISIÓN	TEMA
Ven conmigo	1975 - 1976	Educación para adultos.
Acompáñame	1977 - 1978	Armonía familiar.
Vamos juntos	1979 - 1980	Desarrollo integral del niño a través de la paternidad responsable.
El combate	1980	Educación para adultos.
Caminemos	1981	Educación sexual para adolescentes y planificación familiar.

8. *Infantil*: Dirigidas a este sector de televidentes. Su trama principal gira alrededor de la vida y "problemática" de los niños, por lo cual sus protagonistas son actores infantiles que logran una fuerte identificación con su público (*Mundo de Jugete, Carrusel, Cadena de las Américas, El Abuelo y yo*).

9. *Mixtas*: Son *Telenovelas* que se construyen con una mezcla de elementos de otras variantes; así por ejemplo, una historia de época también puede ser musical (*Baila Conmigo*) o rosa (*Alondra*).

Desde otro punto de vista, según Tomás López Pumarejo,¹² el *género Telenovela* tiene tres variantes, a saber:

1. *Telenovela Clásica*: No incluye tomas de exterior (este debe ser imaginado por el televidente), la hilación narrativa transcurre en interiores debido a razones económicas y a la prescripción del *género*, pues el reino de la conversación debe ubicarse en el interior; el protagonista

¹². LOPEZ Pumarejo, Tomás. *Aproximación a la telenovela*. p. 93.

3.2.4 Telenovela.

no es una pareja, sino una comunidad o una familia, donde se manifiestan conflictos de clase y movilidad social (los personajes y los lugares de la acción se renuevan constantemente), por lo que puede durar años (característica del soap opera norteamericano).

2. **Telenovela Latinoamericana:** Centra su anécdota en la historia de una pareja, rodeada de personajes y ambientes estables; tiene un fin más predecible que la anterior.

3. **Telenovela Transnacionalizada:** Es aquella producida en Estados Unidos para exportarla a los países latinoamericanos, y se integra de los elementos de las anteriores (*Dinastía, Dallas, Falcon Crest*).

La construcción del mensaje telenovelístico está basado en reglas de tipo narrativo que comparte con los otros **géneros dramáticos**, pero es en la **Telenovela** donde más se explotan algunas características principales de la televisión. En primer lugar, se trata de una historia ubicada en interiores, pues "no importan tanto los hechos, sino las consecuencias, y estas salen a relucir mediante conversaciones íntimas. Por tal razón la diégesis telenovelesca descansa sobremanera en el plano medio y en el primer plano, estrategia que procura mantener la atención de la teleaudiencia casi exclusivamente en la expresión facial y

en la posición que los conversantes mantienen entre sí en escena."³³

Además, esta selección de los planos cortos permite una mayor involucración (identificación) del público con la historia (personajes), pues psicológicamente mueve sus sentimientos y emociones; asimismo, obedece a razones de carácter técnico para la utilización de los recursos con que dispone la producción de la *Telenovela* (cámaras, sets, equipo técnico y de producción, etc.).

Por otra parte, la mayor característica de la *Telenovela* es su estilo *melodramático*; según el departamento de Recursos Literarios de Televisa, el *melodrama* es un *género dramático* que busca despertar emociones:

"El melodrama se caracteriza por su concepción anecdótica, es decir, la organización del material dramático gira en torno a una anécdota completa y rica en peripecias (no alrededor de un tema ni de una serie de ideas aisladas)."³⁴

El *melodrama* es también representación de los conflictos y las pasiones del hombre, que sin ser reproducción fidedigna de la realidad, se basa en situaciones, conductas y valores de la vida diaria para construir su propio mundo (los sucesos de la acción son posibles - no probables - por lo cual se pide un cierto grado de verosimilitud, no de realismo).

³³. *ibidem*. p. 93

³⁴. RIVERA, Héctor, en *Proceso*. op. cit. p.49.

"En el melodrama se busca que la anécdota provoque en el espectador una gama de emociones, incluyendo el llanto, a través de su identificación con los personajes; se trata de obtener la complicidad del público, con el fin de mantenerlo interesado en el desarrollo de la trama."³⁵

Por lo tanto, la Telenovela parte de un conflicto central invariable: la relación amorosa de una pareja enfrentada a una serie de obstáculos que tratan de impedir su felicidad, así, la línea amorosa es el centro de la acción, sus características ideales son:

"Debe plantearse claramente desde el principio y mantenerse fuerte hasta el final... Debe relacionarse con otros conflictos, pero no debe verse opacada por las intrigas de las subtramas, ni por conflictos sociales o morales que surjan alrededor de la trama... Debe desarrollarse a partir de un conflicto amoroso intenso que incluya a los protagonistas; la línea amorosa es buena cuando hay una serie de obstáculos que los protagonistas tienen que vencer para realizar su amor... Debe utilizarse el recurso del suspenso para mantener el interés."³⁶

La Telenovela representa una lucha entre el bien y el mal (estereotipos y situaciones límite que acentúan los defectos, cualidades y valores humanos), donde los personajes son esencias, entidades abstractas); por lo regular este conflicto se simboliza como una lucha de clases (ricos vs. pobres) en donde el final es casi siempre feliz, exigiendo la recompensa de los protagonistas (felicidad) y el castigo de

³⁵. *ibidem*. p. 49.

³⁶. *ibidem*. p. 49.

los antagonistas (cárcel, muerte, locura, soledad, enfermedad, etc.).

Según el modelo que maneja *Televisa*,¹⁷ el esquema básico de la *Telenovela* es el siguiente:

- 1) A y B se aman
- 2) C ama a A
- 3) C odia a B
- 4) D ama a B
- 5) D odia a A
- 6) C y D se unen contra la pareja A - B

Otra característica de la *Telenovela* es su maleabilidad narrativa, es decir, su argumento cambia con relativa facilidad según los imperativos del mercado (éxito o fracaso que lleva a alargar o acortar las historias), o circunstancias laterales (por ejemplo, la renuncia o muerte de un actor principal, para cambiar un línea argumental basta inventar algo que estaba oculto.

Cada capítulo de la historia queda unido con el anterior por medio del manejo del suspenso, dejando algo inconcluso a fin de que la audiencia vea el siguiente episodio; para *Televisa* el suspenso es un recurso dramático que crea una expectativa en el público hacia las posibles resoluciones de la acción, suspendida por la falta de un dato.

El suspenso es tan importante en una *Telenovela*, que algunos escritores prefieren incluir elementos inquietantes en cada corte comercial a fin de lograr la permanencia del

¹⁷. *ibidem*. p. 49.

televidente después de la pausa publicitaria, al respecto señala Carlos Olmos:

"Un buen libretista... se mide por la capacidad para lograr que el público espere en cada corte comercial y, sobre todo, que vuelva a encender el aparato para saber cómo se desenlaza la escena elegida para terminar un capítulo...

...en televisión debemos interrumpir la acción cada 22 minutos y lograr que el nivel de audiencia aumente cada vez a medida que la telenovela se transmite. La regla de oro es "hazlos reir, hazlos llorar, pero sobre todo, hazlos esperar."³⁸

Como señalamos con anterioridad, una *Telenovela* es una obra inagotable, por lo que para no cansar al espectador se maneja lo que López Pumarejo denomina *redundancia interepisódica* y *redundancia intraepisódica*. En la primera, "su funcionalidad radica por un lado en la necesidad de mantener al día al espectador asiduo que pierde algún capítulo. Asimismo, el texto fluye bajo la tensión de querer prolongar las líneas argumentales lo más posible sin llegar a provocar el aburrimiento de la audiencia."³⁹

La *redundancia intraepisódica* remite a la historia en sí misma, manteniendo al día los conflictos que la integran y permiten al televidente mantener al día una correcta relación de hechos y personajes.

³⁸. OLMOS, Carlos. *Aburrimiento, lugares comunes, cursilería y malos actores subsisten en las telenovelas: Carlos Olmos. en Unomasuno, 2da. y última parte.*

³⁹. LOPEZ Pumarejo, Tomás. *op. cit. p. 98.*

3.2.4 Telenovela.

Por último, encontramos dentro de la estructura del género un elemento que si bien parece secundario, en realidad es muy importante: la música, utilizada no sólo para ambientar la historia, sino también para caracterizar una situación (suspenso, drama, revelación, etc.) o personaje por medio del manejo de melodías específicas que fungen como elemento reiterativo (sonoro) de la acción. En este sentido la música actúa como indicador de algo importante que está por suceder o de la presencia o referencia a alguien (un héroe o un villano).

Los temas musicales de la *Telenovela* pueden ser compuestos especialmente para esa historia, o bien, proceder de otras fuentes (música popular, clásica, ópera, etc.).

Para finalizar con la descripción de los rasgos que particularizan a la *Telenovela*, según Carlos Olmos las características generales de su argumento son:

"Un libreto de telenovela debe durar 22 minutos, tener 11 y media cuartillas divididas en las respectivas columnas de audio y video, 14 escenas cuando menos, tres o cuatro subtramas enlazadas; debe privilegiar la trama central, manejar 10 o 12 personajes, equilibrar la presencia de protagonistas y antagonistas, adaptar el ritmo narrativo a cuatro tiempos (o actos); distribuir el suspenso para que coincida con cada corte comercial, aumentar la tensión dramática al finalizar el programa, sobre todo si es capítulo de viernes.

Los diálogos deben ser cortos - no más de cinco líneas - y los personajes perfectamente delineados, siguiendo el esquema de la novela decimonónica: nombre y apellido, situación social,

historia personal, familia, herencia, carácter y una psicología coherente con el destino dramático impuesto. Esto es un libreto.

Una telenovela exige como mínimo 1200 libretos, de 1500 cuartillas de literatura desechable; dos años de trabajo continuo, solitario y, en ocasiones, delirante... Literatura sin lectores convertida en imagen para más de 50 millones de televidentes."⁴⁰

En conclusión, las características del *género* son las siguientes:

1. Es una historia de estilo melodramático que relata el conflicto de una pareja para ver consumado su amor.
2. Es una obra abierta e inagotable que se expresa por medio de capítulos diarios.
3. Se integra por una anécdota central y varias subtramas que giran alrededor de esta.
4. Su producción se basa en la técnica de "matar sets".
5. Debe su origen a la Novela de Folletín, la Radionovela y el Teleteatro.

⁴⁰. OLMOS, Carlos. op. cit.

3.3 GÉNEROS DE ESPECTÁCULO.

3.3.1 Variedades.

El **género Variedades** es un programa de tipo mixto construido en base al espectáculo artístico y musical, es la presentación de una gran variedad de números: musica, humor, actos de magia, circo, teatro, etc. mezclados con elementos informativos como entrevistas, reportajes o documentales.

Debido al abanico de posibilidades de entretenimiento que integra en una sola emisión, el **programa de Variedades** está enfocado al divertimento familiar, es escaparate del espectáculo nacional e internacional, por lo tanto, el canal de difusión y promoción más importante que tienen las figuras del entretenimiento para llegar a millones de televidentes, en el mismo sentido, constituyen la plataforma para la presentación de nuevos valores.

Asimismo, es promotor de las diversas actividades sociales, culturales y recreativas del país: fiestas locales y nacionales, lugares turísticos, museos, arquitectura, pintura, exposiciones, festivales, etc. y sienta las bases del **género Musical**.

El origen del **programa de Variedades** lo encontramos en el **Siglo XIX** en el **Teatro de Revista**, (derivado de la **Opera**), que presentaba varios números en un sólo espectáculo, su éxito lo fue convirtiendo en un entretenimiento popular.

3.3.1 Variedades.

En el mismo sentido surgieron los *Café cantantes*, lugares amenizados con música en vivo y otros actos (cantantes, bailarinas y orquestas), evolucionando en los años cuarentas al *Centro Nocturno* y el *Cabaret*; con el apogeo de los medios electrónicos, la orientación de este tipo de espectáculos se volvió más familiar.

Con estos antecedentes, el formato de *Variedades* como tal surgió en la radio, de donde pasó a la televisión, como uno de los programas de mayor éxito.

Al ser el un canal difusor del mundo artístico, el programa de *Variedades* la producción del *género* implica la búsqueda de ambientes propicios para la actuación de los artistas, lo cual puede hacerse con la construcción de escenarios o, simplemente, con el manejo de la iluminación y los efectos visuales.

En efecto, la mayor posibilidad de expresión de estas series, se concentra en el juego de luces con las que se disponga, así como en la creatividad de los realizadores; de la misma manera, se requiere un cuidadoso manejo de cámaras para dar variedad y colorido a las imágenes.

Ahora bien, el programa de *Variedades* se desarrolla en torno a dos lineamientos principales, el entretenimiento y la información, por lo que necesita también de espacios para la presentación de los elementos informativos (en este último

caso se puede representar una sala, una estancia, una cocina, etc.).

Por lo regular el **género** se transmite en vivo, con participación del público en el estudio, existen dos variantes:

a. **Maratónicos**: Aquéllos que tienen una duración prolongada, que puede ir de cuatro a siete horas de transmisión continua o más; son programas semanales (**En Vivo, Siempre en Domingo**).

b. **Diarios**: Se transmiten de lunes a viernes, en horarios más diversificados (matutinos, vespertinos o nocturnos), y su tiempo de transmisión es más corto que los anteriores: una hora treinta a dos horas en promedio (**Hoy con Daniela, Un nuevo día**).

Las series de **Variedades** son también escenarios donde se llevan a cabo eventos especiales, relacionados de una u otra manera con el espectáculo: certámenes de belleza, concursos musicales, festivales, homenajes, etc; en cualquier caso, el **género** conserva sus características y elementos principales, (incluso es realizado por el mismo equipo de producción). Por lo general estas transmisiones son grabadas y se organizan en lugares específicos, como teatros, auditorios, playas, discotecas, hoteles o incluso el mismo estudio de televisión, adaptado especialmente para la ocasión.

3.3.1 Variedades.

A continuación describiremos los elementos característicos del **género**:

1. **Música:** Es el elemento más importante e imprescindible de los *programas de Variedades*, e implica tanto al intérprete o grupo, como al compositor y la orquesta. En realidad, el número musical no es sino parte de un concierto del artista, el cual puede realizar de dos maneras:

a. Mediante la interpretación del *en vivo*, puede auxiliarse por una pista sonora que contiene la música tal y como se escucha en el disco, o bien por su propio grupo (que también toca en el estudio).

Sin embargo, en la mayoría de los programas no se interpreta *en vivo*, ya que implica un complicado trabajo de ecualización de instrumentos para de obtener un sonido óptimo en su transmisión por televisión. Por esta razón se prefiere el siguiente recurso:

b. Interpretación con *play back*, es decir, la simulación de estar cantando y/o tocando *en vivo* por medio de la pista grabada (voz y música); esta forma resulta más frecuente y sencilla de realizar porque ofrece resultados excelentes en la reproducción del sonido, más aún cuando se presentan varios artistas en una emisión.

En cualquiera de los dos casos mencionados, actualmente se utiliza con mayor frecuencia el *sonido estéreo* durante las

3.3.1 Variedades.

grabaciones y transmisiones, lo cual logra una mejor calidad acústica.

Ahora bien, en el terreno de la música, el **género Variedades** también ofrece un amplio abanico de posibilidades, particularmente en los programas maratónicos, el elenco se integra por intérpretes y ritmos variados, tanto nacionales como extranjeros: solistas, grupos, duetos, tríos, bandas, salsa, tropical, balada, merengue, ópera, tex mex, onda grupera, etc. Para su actuación los cantantes cuentan con los siguientes apoyos:

- ♦ **Músicos:** Orquesta o grupo que acompaña al artista y ameniza el programa en los intermedios entre los números y/o secciones, y los cortes comerciales.
- ♦ **Coreografías:** A cargo del ballet del programa o el grupo de bailarines del artista.
- ♦ **Efectos de video:** Efectos electrónicos y de animación que ayudan a crear imágenes ágiles y atractivas, "vistiendo" las canciones por medio de alteraciones en la pantalla: de color a blanco y negro o viceversa, wipes, recuadros de tomas instantáneas, cámara lenta, etc.
- ♦ **Movimientos de cámara:** También "visten" las melodías con emplazamientos y tomas diversas, rompiendo las reglas tradicionales de composición de la imagen.

3.3.1 Variedades.

♦ *Iluminación y Escenografía:* Por medio del juego de luces, pueden realizarse efectos visuales a ritmo de la melodía: estrellas girando sobre el piso, teclas de piano, notas musicales, etc. La escenografía permite al artista un espacio para su desenvolvimiento adornando visualmente su presentación.

♦ *Videoclips:* Fungen como mecanismo de promoción del éxito musical del artista, o como sustituto de su presentación en vivo., también puede alternarse con tomas de la actuación del intérprete en el estudio.

♦ *Videotapes:* Tienen un papel semejante a los videoclips, sólo que se trata de musicales grabados por el equipo de televisión, (no filmados por un grupo especial), frecuentemente en locaciones. Llegan a formar "semblanzas musicales" del intérprete, alternando bloques grabados en distintos momentos.

2. *Elementos Periodísticos:* La información es presentada bajo dos rubros periodísticos principalmente: el reportaje y la entrevista, cuyo objetivo es la presentación de temas de interés actual (culturales, sociales, económicos, etc.) por ejemplo, atracciones turísticas de Acapulco, Michoacán, Santuario de tortugas, Surfing en Puerto Escondido, Sor

3.3.1 Variedades.

Juana Inés de la Cruz, Chabela Vargas, Rubén Fuentes, La isla de los niños (obra de teatro), Elaboración del chicle, Baja California Sur, etc.

Dentro del programa de *Variedades* la información puede además reforzar el contenido artístico de la emisión, sobre todo cuando se trata de eventos especiales (se elaboran reportajes o publireportajes para promocionar un evento, lugares turísticos o los productos patrocinadores); asimismo, suelen utilizarse para difundir y promover las costumbres, el folklore y la cultura nacional.

En ocasiones, tanto las entrevistas como los reportajes, constituyen secciones específicas dentro del programa, su realización queda a cargo de un equipo de investigación y un especialista que comenta el tema; algunas veces se utilizan como introducción y enlace de otras secciones (salud, sexualidad, medicina, etc.), o como complemento de entrevistas realizadas en el estudio.

3. *Humor*: Es un espacio dedicado a la comicidad, puede presentarse mediante actos *en vivo* o *grabados*. Lo cómico se manifiesta mediante chistes, imitaciones, parodias, personajes, sketches, etc.; en ocasiones el comediante se auxilia de otro comediante o del conductor, público o invitados.

4. *Consejos, Comentarios e Información General*: Es otra parte informativa de la emisión que surge de las preguntas y sugerencias del público hacia determinado tema (relacionado frecuentemente con aspectos familiares.). Este tipo de información se organiza en secciones fijas (*Economía Doméstica, Sexualidad, Libros, Cocina, etc.*) y se apoya de especialistas en la materia que dan respuesta y/o canalizan las preguntas del público.

Los comentarios tienen que ver con cuestiones sociales como la seguridad personal, las relaciones familiares, la escuela, etc; es una especie de orientación o exposición de puntos de vista de problemas o situaciones cotidianas.

5. *El Animador*: Es el anfitrión del programa y un líder de opinión, pues él mismo crea una imagen de confianza y credibilidad ante el televidente; en este sentido, es una especie de amigo del público, preocupado no sólo en ofrecerle entretenimiento, sino también información.

El animador es además el *presentador* de cada sección, el comentarista de diversos temas y en ocasiones se le llega a considerar el promotor de nuevas estrellas por el impulso que da a los nuevos valores en su emisión; a veces funge también como *entretenedor* al realizar números de humor o música (por ejemplo César Costa en *Un Nuevo día*, o Daniela Romo en *Hoy con Daniela* o Paco Stanley en *Pácatelas*).

Existen también co-conductores, pero su responsabilidad se concentra en la presentación de secciones especiales,

aunque, como el animador, también se forman una imagen frente al público.

6. *Bailes y danzas regionales*: Son números de ballet que responden a la necesidad de promover las fiestas regionales de los estados de la república, así como difundir diversos aspectos culturales de nuestro país; en ocasiones se promueven los bailes y danzas de otros países (sobre todo cuando se organiza un evento especial alrededor de alguna nación).

Desde este punto de vista, este elemento refuerza la información cultural transmitida por medio de entrevistas o reportajes, para despertar conciencia de las raíces y tradiciones mexicanas, así como enaltecer el orgullo nacional; se complementa en lo visual con trajes regionales, cápsulas y escenografías que ambientan el estudio.

7. *Magia, Circo y Teatro*: Son elementos menos frecuentes en las emisiones de *Variedades*, pues dependen de la presentación de este tipo de espectáculos en el país (salas, arenas, auditorios, etc.).

Los trucos de magia por televisión tienen la particularidad de que cada movimiento del mago o ilusionista, puede ser visto con lujo de gracias a los planos cortos. También entran en esta categoría los números de escapismo, ilusionismo e hipnotismo, que para hacerlos creíbles se invita a participar al público en el estudio.

3.3.1 Variedades.

Los espectáculos circenses, nacionales y extranjeros, suelen presentar los números más atractivos de la función, incluyendo en la emisión animales, acróbatas, payasos, malabaristas, etc. Igual sucede con el teatro, que rescata algunos números centrales de la obra (sobre todo de comedias musicales), escenificados en vivo o por medio del videotape.

8. *Eventos Especiales:* Al ser el programa de **Variedades** el mejor vehículo de promoción del espectáculo, hay un interés de productores, patrocinadores, organizadores, etc. por realizar eventos especiales dentro de la serie; dependiendo de la naturaleza y los recursos con que se disponga, puede llevarse a cabo en estudio o locación (hoteles, playas, auditorios, etc.).

El tipo de eventos organizados comúnmente son:

a) *Homenajes:* Programas dedicados a exaltar la figura de algún(os) personaje(s), ya sea por su trayectoria artística o por celebrarse alguna fecha importante; pueden ser cantantes, compositores, humoristas, etc.

En estos programas se resalta durante toda la emisión los éxitos del artista; los reportajes y entrevistas se realizan en forma de testimoniales de compañeros, familiares y amigos del homenajeado, o incluso de él mismo. La emisión se completa con

3.3.1 Variedades

números artísticos relacionados de una u otra manera con el invitado (videos, musicales, sketches, etc.).

b) *Premiaciones*: Eventos organizados por un equipo particular con el apoyo de los miembros de la producción del programa de *Variedades* que lo transmite; son premiaciones musicales, de televisión, teatro, cine, etc. o sea, ceremonias especiales anuales para reconocer el talento y el trabajo de los artistas del mundo del espectáculo (*Premios Eres, Premio TV y Novelas, Los Heraldos, El Ariel, etc.*).

c) *Concursos de talento y belleza*: Son organizados durante meses por el equipo de producción del programa, en patrocinio con marcas interesadas en promover el evento (hoteles, líneas aéreas, artículos de belleza, productos de nutrición, etc.).

Pueden constar de varias etapas transmitidas en bloques durante varias semanas, o bien en una sola emisión, alternados por otros números e información. Por lo común son certámenes realizados en centros turísticos, por lo que de manera indirecta promueven el turismo nacional (*Señorita*

México, Nuestra Belleza México, La Chica Cosmo, La Modelo del año, La Chica Tv, etc.).

d) *Concursos y Festivales musicales*: Son los eventos más frecuentes en la televisión y tienen como finalidad impulsar el talento joven, así como difundir los valores artísticos nacionales y extranjeros.

También suelen desarrollarse por etapas o eliminatorias semanales; son apoyados por programas especiales, realizados por el equipo de producción de la serie de *Variedades* y patrocinados por empresas interesadas en ellas (*Festival Valores Bacardí y Compañía, Juguemos a Cantar, Festival Acapulco, Festival Viña del mar, etc.*).

Resumiendo, las características del género *Variedades*

son:

1. *Es un programa unitario que promueve el espectáculo artístico del momento.*
2. *Se integra por una gran diversidad de números de entretenimiento e información.*
3. *Por sus características, es una serie de consumo familiar.*
4. *Es promotor indirecto de la cultura nacional.*
5. *Nació de los espectáculos masivos (música, teatro, circo, danza, etc.)*

3.3.2 Musical.

El *género Musical* tiene como objetivo la promoción y difusión de la música en general, es decir, de los cantantes y su trabajo artístico (discos, giras, presentaciones, etc.).

En efecto, en el programa *Musical* se manifiestan los más disímolos estilos interpretativos, aunque en términos reales, en la televisión comercial funciona mejor la música de moda (popular), mientras que en la televisión cultural hay un interés mayor por la música selecta (ópera, zarzuela, sinfónica, jazz, etc.) Es además el *género* que permite una mayor intervención de la capacidad creativa del realizador y sus colaboradores más inmediatos:

"Son programas que apelan directamente a la imaginación del equipo creador, partiendo del diseño de unos decorados originales, de la utilización de unas soluciones luminotécnicas vistosas (más allá de las iluminaciones funcionales de otros programas), del uso de efectos especiales en la escena, del empleo de recursos electrónicos de mesa, de la posición y originalidad de los encuadres, del juego de las cámaras en movimiento, etc."⁴¹

Como *género televisivo*, el *Musical* se diferencia de los *especiales musicales* en que estos son espectáculos diseñados con independencia de la televisión, realizados en lugares específicos (auditorios, teatros, salas, etc.), a los que se les incluye ciertos elementos para su transmisión por la

⁴¹. SOLER, Llorenç. La televisión: una metodología para su aprendizaje. p. 70.

3.3.2 Musical.

pantalla chica (conductor encargado de realizar la presentación, comentarios y despedida del programa, cápsulas de entrevistas con el cantante o grupo, efectos de video, etc.).

Los *especiales musicales* son transmisiones que resúmen el espectáculo del artista, en cambio, el *programa Musical* nace de una idea preconcebida (guión) y es realizado por un equipo de producción televisivo, dependiente de las condiciones del medio (estudio, iluminación, sonido, etc.).

Existe también cierta relación entre el *género Variedades* y el *Musical*, ambos poseen la misma función: la promoción del espectáculo, sólo que el primero se refiere a toda clase de eventos, mientras que el segundo, obviamente, a la música. Otra diferencia radica en su modo de producción, pues el *programa de Variedades*, por lo general, se realiza *en vivo*, mientras que el *Musical* siempre es grabado.

Ahora bien, por lo que se refiere al origen, de las emisiones musicales, Raúl Durá señala lo siguiente:

"Desde los comienzos de la televisión ha variado muy sustancialmente las formas de presentar las actuaciones. En un principio la puesta en escena obedecía, en la mayoría de los casos, a unas limitaciones espacio-temporales más propias del teatro que de un medio audiovisual moderno. A menudo aparecía el cantante en un escenario casi vacío y ante un telón compuesto simplemente por cortinas. En un espacio marginal, pero claramente

visible, se situaban cartelones publicitarios de los programas patrocinadores."⁴²

Uno de los principales problemas que enfrentaron los primeros programas *Musicales* fue la calidad del sonido, ya que para lograr los niveles de los materiales discográficos, era necesaria una técnica de grabación que permitiera una reproducción casi idéntica. Así surgió el *play back*, que consiste en repetir los gestos propios de una actuación en vivo mientras el sonido que se escucha es el del disco grabado con la voz y la música; esta técnica se logra mediante la reproducción del sonido, enviado al estudio a través de un sistema de amplificación.

Según Durá, la técnica del *play back* permitió que los intérpretes dejaran de preocuparse por la calidad del sonido y se concentraran en los aspectos visuales del show por televisión.

Otras manifestaciones de los primeros programas musicales fueron:

- 1) Actuación en directo de los grupos de rock.
- 2) Filmación de las actuaciones para su transmisión por televisión en cualquier momento.
3. Películas promocionales, filmadas sin dirección y de manera improvisada (utilizadas como sucedáneo del concierto).

⁴². DURÁ Raúl. Los videoclips. Precedentes, orígenes y características. p. 72.

3.3.2 Musical.

La producción del *Musical* varía de acuerdo al presupuesto asignado a cada emisión, este valor está en estrecha relación con la importancia del artista y la etapa de producción por la que atraviese la empresa de televisión, pues hay momentos en que este producto parece no interesar a los realizadores y por lo tanto se llena la barra musical con eventos especiales.

Existen tres variantes del *género*:

1. *Concierto musical.*
2. *Historia Musical.*
3. *Videoclips.*

El programa de *concierto musical* es tan sólo una imitación de las transmisiones en directo, pues significa la presentación del cantante o grupo frente a un público en vivo, dentro de un espacio (estudio de televisión), acondicionado para tal fin. Su producción implica pocos recursos, pues lo más importante es resaltar el show del artista (músicos, coros, bailarines, etc.); para obtener niveles óptimos en la calidad del sonido se puede hacer uso de la técnica del *play back*.

La *Historia Musical* es la realización de un argumento planeado en base a una idea general, que nace de las letras de cada canción del intérprete o del contenido general de su disco; así, los números musicales se presentan como pequeñas escenas que forman parte de una historia común, su producción

3.3.2 Musical.

requiere de la construcción de ambientes (estudio y/o locación), personajes, vestuario, etc.

Estos programas se integran también por escenas dramatizadas (actuadas) por el artista (que se representa a él mismo o a un personaje) y un cuadro de actores, por lo cual esta variante puede adquirir un tono de comedia musical o drama musicalizado.

Por último, los programas de *Videoclips*¹ son aquéllos realizados para promover los éxitos musicales, mismos que los artistas han filmado o grabado, a decir de *Llorenc Soler*², son la visualización de una grabación musical, de una canción de moda, y pueden ser de dos tipos:

1. Aquéllos que recogen la herencia de cierta narrativa tradicionalmente cinematográfica y buscan su expresividad en la potenciación del argumento. Se valoran recursos argumentales, así como de escenografía, iluminación, ambientación y de interpretación.

2. Los que constituyen meros juegos visuales a propósito de una melodía o canción. Lo más importante es el acceso de los *computers graphics*

¹El videoclip surgió en relación a unas realizaciones de carácter interno, que las productoras estadounidenses difundían entre las distribuidoras de todo el país para informarles de los éxitos inminentes. Se trataba primordialmente de conciertos en vivo que eran agrupados en cintas de video. Paulatinamente muchos de ellos se fueron diversificando merced a la aplicación de efectos especiales y a la inclusión de simulacros narrativos. *DURÁ Rafael, op. cit. p. 17.*

². *SOLER, Llorenc. op. cit. p. 138*

3.3.2 Musical.

más sofisticados y a la tecnología electrónica más compleja.

Los programas *Musicales* de videoclips, son emisiones dirigidas a las jóvenes, por lo que adquieren características de dinamismo y frescura, se ambientan en escenarios atractivos y modernos, a tono con el público mayoritario, donde se informa y comenta sobre las actividades de los cantantes y grupos.

Sea cual sea la variante que adopte el programa *Musical*, es un *género* transmitido en diferido y se programa sobre todo los fines de semana (excepto las emisiones de videoclips, que suelen ser diarias); es un programa unitario, y sus elementos característicos tienen que ver más con diseños escenográficos (ambientación e iluminación) para crear una atmósfera que resalte el glamour de las estrellas del disco así como su espectáculo.

En este sentido, muchos de sus rasgos los comparte con el *género Variedades*, siendo uno de los principales el manejo de cámaras para construir imágenes a tono con el ritmo que imponen las melodías; por ello es imprescindible un ágil juego de emplazamientos y movimientos de cámara para orientar lo visual hacia el terreno de lo acústico, inclusive es oportuno el rompimiento de los esquemas tradicionales de planos y ángulos para crear tomas atractivas y originales.

Así, el *Musical* es el campo ideal para la utilización de todo tipo de cámaras: de pedestal, grúas, portátiles, sky

3.3.2 Musical.

cams, steady cams, etc; por esto su realización depende de un personal altamente creativo para explotar al máximo las posibilidades expresivas de las tomas (complementadas en la fase de *post producción* con efectos de video).

Otro de los elementos imprescindibles en el *género* es el *registro del sonido*, pues, como dice Soler, "la técnica de grabación de sonido tiene sus requerimientos propios, sus exigencias, si se quieren alcanzar esos altos estándares de calidad a que nos tienen acostumbrados los estudios discográficos. Es por ello que se utilizan registros de sonido pregrabados como soporte de algunas actuaciones de los artistas."⁴

Por otra parte, juega también un papel importante la figura del *presentador*, este es un conductor(es) que funge(n) como anfitrión(es) del evento y al mismo tiempo como comentarista del espectáculo; tiene a su cargo ahondar sobre el artista y su trabajo, su carrera, sus éxitos, etc. y en ocasiones realizar bloques de entrevistas (grabadas previamente) con el intérprete.

Por último, un elemento rescatable en los *programas Musicales* es el *videotape*, que presenta dos características:

⁴. *ibidem*.

3.3.2 Musical.

1) Son musicales grabados previamente a la transmisión del programa, que contienen una actuación del artista (en estudio o locación), a partir de un variado juego de luces, tomas y emplazamientos de cámara.

2) Varios musicales pueden integrar una "secuencia" o "semblanza" del artista para resumir su carrera musical, se pueden completar con imágenes de archivo (entrevistas, escenas de películas y/o programas de televisión, etc.) y videoclips.

Como vemos, muchas de las características del **género Musical** son compartidas por el programa de **Variedades**, pero algunas de sus especificidades son:

1. Es un programa de carácter unitario que tiene como finalidad la promoción del espectáculo musical.

2. Su producción implica una gran capacidad creativa del realizador y su equipo en lo que se refiere a la construcción de la imagen.

3. Permite la utilización de una gran variedad de elementos artísticos y técnicos, como cámaras, efectos, luces, decorados, etc.

4. Rompe las reglas tradicionales de composición de la imagen en lo que se refiere a planos y ángulos, al crear perspectivas novedosas y originales.

5. Requiere de un buen registro del sonido para lograr niveles óptimos en su transmisión, por lo que es común la utilización del play back.

6. Depende de las transmisiones musicales y los programas de Variedades.

3.3.3 Concurso.

Los *programas de Concurso* son series dedicadas a la participación y el entretenimiento directo del televidente, cuya finalidad es la exhibición de las habilidades, destrezas y/o conocimientos de los participantes en juegos cuya meta es la obtención de un premio.

Este *género* se convierte así en el punto de reunión entre el *Emisor* y el *Receptor*, que permitiendo el reconocimiento inmediato del grado de interés (*rating*) que la estación de televisión es logra frente a la audiencia; en este sentido, constituye un factor de retroalimentación del medio, para crear, mantener o fortalecer una imagen positiva de empresa.

El origen de los *programas de Concurso* lo encontramos en la radio de los años treinta y cuarenta, en donde se realizaron las primeras emisiones destinadas a promover el entretenimiento de los radioescuchas organizando juegos que incentivaran su espíritu de competencia y, a la vez, le proporcionararan un espacio para su diversión.

De esta manera, como muchos otros programas, las series de *Concurso* llegaron inmediatamente a la televisión adaptando sólo algunos elementos al nuevo medio, ya que su producción en realidad era muy sencilla y se centraba principalmente en el manejo de cámaras e iluminación (en la radio existía la participación del público en los teatro-estudios).

3.3.3 Concurso.

El formato *Concurso* (primero en radio y luego en televisión), fue patrocinado desde el principio por tiendas de autoservicio, mueblerías y aparatos electrodomésticos, ya que significaba un espacio oportuno para presentar sus productos y motivar a la gente a obtenerlos, si no comprándolos, al menos tratando de ganárselos por medio de su participación en el programa.

De esta manera, la figura del patrocinador se hizo imprescindible desde el primer momento, fungiendo tanto como anunciante como proveedor de los premios otorgados en las emisiones, desde este punto de vista, el *género Concurso* es el *programa publicitario* por excelencia dentro de la televisión.

Por otra parte, las series de *Concurso* nacieron a partir de los juegos y pasatiempos infantiles, así como de algunos elementos del deporte moderno (por ejemplo, *La Rueda de la Fortuna* no es más que el tradicional juego del ahorcado, con algunas adaptaciones), al respecto Mark Goodson, productor de televisión en *Estados Unidos*, señala lo siguiente:

"...los programas de juegos eran esencialmente equivalentes a los concursos de preguntas de la escuela. El maestro (o en este caso el conductor) hacía una pregunta; si usted tenía la respuesta lo recompensaba con cierta cantidad al igual que se le daba una buena calificación. La última versión fue "The \$64,000 Question"... donde si usted era un buen estudiante, en lugar de darle la mención honorífica, lo hacían rico.

El giro que nosotros dimos a los juegos - nuestra contribución - fue la de introducir

problemas y juegos humanos en contraposición a las simples preguntas y respuestas."⁴⁵

En sus primeros años, la televisión mexicana sólo realizó adaptaciones de los programas de *Concurso* no sólo de la radio nacional, sino también de la televisión norteamericana, aunque al mismo tiempo empezó a crear sus propias fórmulas, una de ellas, por ejemplo, fueron los concursos para encontrar talento artístico (*Buscando Estrellas* o *Reina por un día*).

Poco a poco la producción de estas series fue creciendo, complicándose los juegos, aunque conservando sus reglas básicas, algunos de los de mayor impacto han sido: *La pregunta de los 64,000*, *Los niños catedráticos*, *El profesor Colgate*, *Jitazo Royal*, *Juan Pirulero* y *Sube Pelayo Sube*.

La realización del *género Concurso* requiere fuertes inversiones económicas y son por lo general emisiones que cubren los espacios estelares de la programación, destinándose los estudios más grandes para permitir la asistencia de un numeroso público, así como para organizar una gran variedad de juegos.

La escenografía necesaria se centra en dos aspectos: una que permanece fija durante toda la transmisión, y otra alterna, es decir, modificada conforme el tipo de concursos

⁴⁵. GOODSON, Mark. en *Productores en acción*. pp. 74-75.

desarrollados, en ambos casos es muy importante el trabajo de iluminación, para dar ritmo y atractivo a la emisión, asimismo, las características de este **género** posibilitan la utilización de un sinnúmero de recursos de utilería, efectos de sonido y video.

Aunque todos los **programas de Concurso** se basan fundamentalmente en las mismas reglas, podemos distinguir dos variantes:

1. *Por el tipo de público que participa:*

- a. Familiar
- b. Juvenil
- c. Infantil

2. *Por el tipo de concursos organizados:*

- a. Cultural
- b. Destreza y habilidad
- c. Agilidad y Azar
- d. Mixtos

Los **concursos** de tipo cultural se basan en conocimientos sobre cultura general, o de un campo específico para desarrollar las capacidades intelectuales de los participantes alrededor de juegos de pregunta-respuesta (**La pregunta de los N\$ 64,000, A la cachi cachi porra**).

Por el contrario, los **concursos** de destreza y habilidad (**A todo dar, Llévatelo**) tienen como eje la fuerza y rapidez de los concursantes, mientras que los de agilidad y azar, su suerte y velocidad (**Telemillones**); los **mixtos** se integran por

una combinación de elementos de las anteriores variantes (*La Rueda de la Fortuna, Telegana*).

De cualquier manera, la realización del formato generalmente es en vivo, con participación directa del público en el estudio; no se desarrolla conforme un guión, sino por una guía de continuidad que los conductores toman en cuenta para tener cierto orden y control durante la emisión, lo cual facilita la improvisación de los conductores (sinónimo de frescura y dinamismo en estos programas).

En cuanto a su periodicidad, puede ser diario, con duración de 30 a 60 minutos, y semanal (sábados o domingos), con un tiempo promedio de 2 horas; a continuación describiremos los elementos que caracterizan al género.

1. *Premio.* Constituye el "gancho" principal del programa para atrapar a la audiencia (como participante y público), pero además, es el "reconocimiento" a sus habilidades y/o conocimientos. Su valor está en relación directa con el presupuesto asignado a la producción, así como al tipo de concursos realizados, por lo que a grandes ingresos, premios mayores, y a pocos ingresos, premios menores (así por ejemplo, *A la cachi cachi porra* de Canal 11, ofrece como máximo N\$ 600 (en premios no acumulativos), en cambio *La Rueda de la Fortuna*, de Televisa, llega a regalar un automóvil con valor a N\$75,000 o una camioneta de N\$90,000, como premios máximos en cada emisión).

3.3.3 Concurso.

De acuerdo a los recursos del programa, existen tres tipos de premios:

a) Bienes materiales: enseres menores (licuadoras, planchas, tostadores, sandwicheras, etc.), aparatos electrónicos (equipos de audio y video, computadoras, máquinas de escribir, etc.), línea blanca (refrigeradores, estufas, lavadoras, etc.), muebles (salas, comedores, cocinas integrales, recámaras, etc.) y automóviles. En ocasiones son complementados con dotaciones de productos de los patrocinadores (alimentos, utensilios de cocina, etc.).

b) Servicios: Viajes con todos los gastos pagados (transporte, hospedaje y, alimentos) a algún centro recreativo o vacacional (frecuentemente playas).

c) Dinero: Cantidades diversas en efectivo o en Bonos del Ahorro Nacional, así como centenarios.

Ahora bien, los premios pueden ser acumulativos o no acumulativos, los primeros son los que se suman a un mismo concurso (generalmente complejos) cuando los participantes no han podido ganar en días, semanas o incluso meses, por lo cual el monto total alcanza cifras exorbitantes; al contrario, los premios no acumulativos son los que frecuentemente se ganan en la mayoría de los concursos, y se otorgan al primero y segundo lugares (en este último caso es un "premio de consolación"); de cualquier forma, los premios son otorgados por los patrocinadores y las empresas de televisión.

3.3.3 Concurso.

2. *Concursos*: Son juegos organizados conforme reglas cuya meta es el triunfo de uno de los participantes, en este sentido, si el premio constituye el objetivo último de este tipo de programas, los *concursos* son el medio para obtenerlo; por lo general se ajustan al siguiente esquema:

- a) *Tiempos breves*: Etapas o concursos rápidos para dar ritmo y emoción al programa.
- b) *Acompañamiento musical*: Junto con el tiempo, actúa para dar velocidad, emoción y sonoridad a cada juego.
- c) *Animación*: A cargo de los conductores de la serie, es un apoyo a los concursantes para motivar su participación y desempeño, así como para animar al público en el estudio.
- d) *Obstáculos*: La sencillez aparente de los juegos es completada con la aparición imprevista de elementos que causan cierta dificultad en el concursante para llegar a la meta.
- e) *Elementos de apoyo*: Utilización de una gran variedad de objetos de utilería, decoración y hasta personas como parte esencial en el desarrollo del concurso.
- f) *Humor*: Incidentes o momentos chuscos que aligeran la carga emocional de los participantes.

Como señalamos con anterioridad, los *concursos* organizados son formas estilizadas y complejas de los tradicionales juegos y pasatiempos infantiles (ahorcado, gato, caras y gestos, etc.), así como formas simplificadas de los deportes; pueden ser *permanentes* (aparecen frecuentemente en cada emisión, permitiendo una fácil retención de sus reglas), *variables* (únicos e irrepetibles en cada programa,

3.3.3 Concurso.

resultado de la adaptación de otros concursos anteriores), y *especiales* (preparados con motivo de la celebración de una fecha o evento especial - 14 de Febrero, 10 de Mayo, 2 de Noviembre, etc -).

Por otra parte, los *concursos* se organizan en dos líneas generales:

a) Serie de juegos, es decir, desarrollo de concursos diferentes en un programa, permitiendo ritmo y variedad a la emisión al incluir a muchos participantes dentro de cada uno de ellos. Su duración va de los 30 segundos a los 2 minutos en general (*Te toca, Llévatelo*).

b. Desarrollo de un sólo juego por etapas de acuerdo a una serie de reglas para ir accediendo gradualmente a la final; su duración depende del tiempo asignado al programa (por lo general 30 minutos), y el número de participantes es reducido (*La Rueda de la Fortuna*).

3. *Concursantes*: Son las verdaderas "estrellas" del programa, su selección puede hacerse por medio de sorteos (cartas o llamadas telefónicas al estudio) o por la inscripción previa y directa a las oficinas del programa, asimismo, el televidente puede jugar desde su casa al realizar llamadas al estudio durante la transmisión, mandando sus cartas a la estación, así como por su asistencia a concursos especiales organizados en las calles de la ciudad.

Recientemente se ha iniciado un proceso de transformación de la forma de participación del público, y del medio en sí mismo a través de la denominada *Televisión Interactiva*, que permite que al televidente jugar en los programas de Concurso y sorteos especiales desde su casa. Así por ejemplo, con el concurso *Telegana*, la empresa *Televisión Azteca* ha desplegado importantes recursos para realizar un tipo de juegos en donde puede participar cualquier persona que cuente con un control ("*telegana*"), contestando acertadamente una serie de preguntas transmitidas a lo largo de la programación de sus canales 7 y 13.

4. *Conductor*: Es el anfitrión del programa, la persona sobre la cual recae el desarrollo y las partes más importantes de la emisión; es además un animador que crea una atmósfera agradable y divertida, tanto para los concursantes como para el público en general, siendo algunos de sus atributos: simpatía, amabilidad, facilidad de palabra e improvisación y carisma; suele acompañarse de un *co-conductor*, que asume algunas de las funciones de aquél en la realización de los concursos (en ambos casos, presentación de los concursantes, explicación de las reglas, animación y premiación).

En ocasiones el *conductor* es un líder de opinión, pues gracias a su presencia cotidiana se vuelve una persona familiar para el televidente, por lo que el nombre del

programa pasa a ser "el programa de..." (Paco Stanley, Laura Flores, Chabelo, etc.).

5. *Locutor*: Es un personaje importante más por su voz que por su presencia física, pues es una persona sin imagen a cuadro, es decir, una voz *en off*; tiene como función la presentación de cada una de las secciones y elementos del programa: conductores, participantes, premios, resultados de los concursos, cortinillas del programa, anuncios promocionales, publicidad dentro de la emisión, bienvenida y despedida.

El *locutor* es una especie de *imagen institucional* de la serie, identificada por la voz de aquél y la música del programa, esta *rúbrica* o identificación está completada, a nivel visual, por los créditos y el logotipo.

6. *Modelo o Edecán*: Son un "gancho" visual para atraer la atención de los televidentes (sobre todo el público masculino), así como una pieza importante en la organización y el desarrollo de los concursos. Esta función es preferentemente desempeñada por mujeres, cuya imagen es en realidad un estereotipo: delgadas, jóvenes, cuerpo esbelto y facciones refinadas, para reforzar su belleza se visten con diminutas prendas o ropa entallada.

El número de edecanes que integra un programa de **Concurso** es variable, pero fluctúa entre cuatro y ocho, para enfatizar que todas ellas tienen la misma importancia dentro de la serie, llevan el mismo vestuario (en ocasiones lo que cambia es el color), incluso cuando es una celebración especial (por ejemplo, en fiestas decembrinas, visten uniformes de *Santa Claus*, en fiestas patrias, trajes mexicanos, etc.).

Las funciones de las modelos son las siguientes:

a) **Apoyo a los concursos:** Asesoran, orientan y ayudan a los concursantes en el desarrollo de los juegos, por lo que participan en estos de manera indirecta. En ocasiones asumen un papel como elemento escenográfico o de decorado, pues se convierten en una "pieza" del juego (rescatar a la joven, ponerle alguna prenda, obtener alguna clave secreta que ella conoce, etc.).

b) **Elemento de continuidad:** Se encargan de llevar al participante ante el conductor, permitiendo que aquél no obstruya el trabajo de los técnicos, asimismo ellas son quienes entregan los premios a los ganadores y los conducen fuera del escenario.

c) **Presentación de premios:** Mientras el locutor en off realiza la presentación de los premios, la modelo acompaña su descripción mostrándolo ante cámaras.

7. **Música:** Cuando los programas son transmitidos en vivo, es frecuente el apoyo de una *orquesta* en el estudio, dirigida por un *director musical*; de esta manera la música se convierte en un complemento importante pues no solo ameniza

la emisión, sino también los juegos, dándoles un toque divertido, alegre y emocionante.

El *director musical* realiza arreglos especiales a canciones del dominio público o las que están de moda para "vestir", sonoramente, cada juego, la presentación y despedida de los conductores, edecanes, personajes, etc; cabe señalar que cuando la música es grabada, asume también la funciones descritas.

8. *Otros personajes:* En algunos programas existen ciertos personajes que tienen a su cargo la realización de concursos o eventos especiales, tienen cierta regularidad dentro de la emisión y se ganan la simpatía del público.

Estos personajes se encargan sobre todo de realizar *concursos* en las calles de la ciudad (*Verónica Macías en Llévatelo*, o *Alejandro Barragán en A todo dar*), situación que es anunciada previamente a fin de que los televidentes estén pendientes y acuda a participar.

Para finalizar, las características que presenta el **género Concurso** son:

1. *Es un escenario para la participación y el entretenimiento directo del televidente (la verdadera estrella) que pone a prueba sus habilidades, inteligencia y/o suerte.*

2. *Se desarrolla en base a juegos, cuya finalidad es la obtención de un premio.*

3. Es un vehículo publicitario, patrocinado por mueblerías, tiendas de autoservicio, electrodomésticos y línea blanca, principalmente.

4. Canal de retroalimentación del medio, pues permite conocer el grado de interés del Emisor por la estación o empresa.

5. Es un programa estelar de la televisión por los altos índices de audiencia que suele concentrar, por lo tanto, es un espacio de entretenimiento familiar.

6. Tiene un origen radiofónico.

3.4 GÉNERO DE SERVICIO.

El *género De Servicio* es aquél que cumple una función orientadora y de apoyo social, reforzando de manera indirecta una serie de valores y normas de convivencia, tanto a nivel intrafamiliar como extrafamiliar; pertenece al tipo de formatos identificados más por sus objetivos que por sus elementos de producción, más aún cuando se trata de emisiones poco realizadas por los canales de televisión en comparación con otros productos.

La principal característica de estas series es su función como foro de expresión de denuncias, consejos prácticos, dudas, etc. que inquietan al televidente: salud, economía familiar, cocina, delincuencia, etc; desde este punto de vista, los *programas De Servicio* se presentan como la respuesta de las empresas de televisión por realizar series que coadyuven al televidente en algunos aspectos de su vida diaria, con ellos la televisión cumple una función social al difundir contenidos de interés público.

Sin embargo, también puede referirse a áreas de menor importancia, como la presentación de los bienes y servicios disponibles en el mercado de consumo, por lo que asume un carácter de canal publicitario.

El formato *De Servicio* es tan antiguo como la televisión misma, pues empezó a ser realizado desde los años cincuentas, aún con pocos recursos y una producción sencilla (rasgo que

3.4 De Servicio.

identificará al *género*); desde el principio fue un mecanismo para atraer al público hacia el nuevo medio, pues con estos programas la televisión justificaba su conveniencia y función social.

El *género De Servicio* surgió directamente de las series radiofónicas de consejos y orientación, pero también debe su nacimiento al *Noticiero* de televisión, del que tomó sus elementos y objetivos periodísticos, pues en muchas ocasiones busca la profundización de la noticia para denunciar o explicar algún problema social; asimismo, tomó las técnicas y métodos de la publicidad para vender diversos productos al público.

Su forma de transmisión puede ser en *directo* o *diferido*, con o sin participación del público en el estudio, se programan en horarios de escasa audiencia (matutinos y vespertinos), por lo que su receptor cautivo se integra frecuentemente por amas de casa. Son emisiones unitarias diarias (lunes a viernes), con duración de 30 o 60 minutos excepto cuando se enfocan a la promoción de bienes y servicios, que son más extensas (el sistema *CVC - Calidad, Valor y Conveniencia* -, se transmite durante la mayor parte del día en el Canal 4)

La producción de los *programas De Servicio* es muy sencilla, pues no requieren una gran infraestructura: pequeñas áreas de un *foro de grabación*, donde la escenografía y la utilería, se concentran únicamente en la creación de un

ambiente de pequeñas dimensiones (así por ejemplo, en una emisión sobre alimentación, obviamente lo más adecuado es el ambiente de una cocina, por lo que se utilizan elementos propios como: estufa, refrigerador, horno de microondas, platos, vajillas, etc); los escenarios son reforzados con iluminación, paredes de fondo, logotipo de la serie, entre otros elementos.

El **género** presenta dos variantes:

1. *De Orientación*
2. *De Promoción de Bienes y Servicios*

Los programas de **orientación** son aquéllos constituidos como vehículo de denuncia social de los ciudadanos ante los problemas que día a día acontecen, así como de orientación sobre los temas que de una u otra manera afectan al núcleo familiar (salud, educación, sexualidad, etc.), por lo cual su objetivo es ser un medio de canalización e información a fin de encontrar una solución a las inquietudes de los televidentes, brindando apoyo, consejos y asesoría gratuita a los televidentes (*La medicina y usted, Taller de sexualidad, Escuela para padres*).

En cambio, los programas de **promoción** son un canal publicitario de una gran variedad de productos y servicios (automóviles, electrodomésticos, artículos deportivos, de belleza, ropa, etc.), es decir, son una técnica de

telemercadeo, en donde se pone al alcance del televidente artículos y bienes que puede adquirir con sólo realizar una llamada telefónica desde su hogar, o bien, informándose del lugar donde lo puede comprar (*CVC, Teleautos, Armando Viajes*).

A continuación nos referiremos a los elementos fundamentales del *género*:

1. *La relación Emisor/Receptor.* La comunicación entre el televidente y el programa en sí mismo se establece por medio de correspondencia o llamadas telefónicas al estudio, algunas de las cuales pueden ser tomadas en cuenta para pasar al aire, en ambos casos, son el canal primordial que tienen los televidentes para expresar sus inquietudes, y el medio por el cual el realizador toma en cuenta los temas para armar el contenido de las emisiones siguientes .

En otras ocasiones este vínculo se entabla directamente en el estudio por medio de la asistencia y participación del televidente para exponer su caso, en contados programas (y de acuerdo a sus características) se obsequian regalos a fin de motivar el interés del público por la emisión.

2. *El conductor.* Adquiere las funciones de organizador y presentador, pero también, la de portavoz de los problemas del auditorio y enlace entre este y las autoridades correspondientes para resolver su problema; de esta manera,

3.4 De Servicio.

el conductor se gana una simpatía y una imagen positiva frente a su público, pues se convierte en un "amigo" a favor de los intereses de la comunidad, apoyándola con comentarios o sugerencias. Así sucede, por ejemplo, con *Jorge Garralda*, en *A quien corresponda*, que expresa abiertamente su apoyo al ciudadano y critica severamente las acciones negativas de las autoridades, o, cuando es justo, reconoce sus aciertos y su cooperación.

Por su parte, *Talina Fernández* en *CVC*, no sólo aparece como una buena vendedora de productos por televisión, sino sobre todo, como una amiga del público que muestra un trato amable, cálido y familiar; *Chepina Peralta* en *Sal y Pimienta* da consejos a las amas de casa sobre cómo aprovechar el gasto diario y mejorar la alimentación de la familia.

3. *Invitados especiales.* Son personajes expertos en la materia o autoridades y funcionarios públicos (psicólogos, sexólogos, médicos, políticos, nutriólogos, etc., cuya participación es ocasional, pues depende del estilo del programa o el tema abordado; su función es explicar un determinado asunto de interés, y/o canalizar las preguntas de los televidentes o público en el estudio a centros de atención especializados (hospitales, dependencias públicas, organismos privados, etc.).

4. *Elementos Periodísticos.* Son materiales grabados utilizados para presentar y/o reforzar el tema, en especial

entrevistas y reportajes, su realización queda a cargo de un equipo de reporteros.

Dicho material tiene como rasgo la narración o exposición del problema a cargo de la(s) persona(s) afectada(s), en este sentido son testimoniales que se realizan, algunas veces, haciendo una reconstrucción de los hechos (docudrama), con la participación de actores y/o gente involucrada en ellos (para realzar su sentido dramático, estas escenas son grabadas en blanco y negro, y se recurre a la cámara lenta para reforzar determinadas acciones).

Asimismo, se realizan cápsulas informativas, que, junto con los reportajes, tienen como objetivo la presentación y justificación del (los) tema(s) de la emisión, así como revelar, con cifras exactas, los alcances del problema.

En muchas ocasiones la temática de los programas *De Servicio* surgen de hechos noticiosos que los mismos televidentes se encargan de dar a conocer por medio de sus cartas o telefonemas, o sea, es un llamado de atención a las autoridades correspondientes a fin de que realicen las acciones pertinentes para castigar o evitar los actos delictivos (violaciones, fraudes, abusos de autoridad, secuestros, etc.).

5. Elementos de apoyo. Pueden ser de tres tipos:

**Efectos visuales:* Se utilizan para reforzar los materiales grabados.

**Imágenes:* Para ilustrar la información o el caso: diapositivas, fotografías, imágenes de archivo, gráficas, etc.

**Música de fondo:* Aumenta el dramatismo en los reportajes y entrevistas y da ritmo a la emisión.

En conclusión, las características de los programas De Servicio son las que siguen:

1. Es un programa unitario de interés público, pues tiene una función orientadora y de apoyo social.
2. Es un foro de expresión del televidente en torno a cuestiones sociales y/o familiares.
3. Integra la información y la opinión.
4. Se realiza con pocos recursos de producción y ocupa horarios menores dentro de la programación de los canales.
5. Permite a la televisión cumplir con una función social.
6. Es un canal de comunicación entre el Emisor y el Receptor.
7. Surgió de los programas radiofónicos del mismo estilo.

3.5 GÉNERO DIDÁCTICO

El término *didáctico* es definido como aquél mensaje elaborado con propósito docente, es el "arte de enseñar y, como figura retórica, la que tiene como fin la enseñanza, por lo que es muy frecuente su empleo en mensajes publicitarios."⁶

En televisión definimos como *género Didáctico* a aquél programa realizado con el objetivo de difundir y extender la enseñanza escolar hasta los hogares, reforzando las lecciones de las aulas y los programas oficiales de estudio, así como el aprendizaje de normas, valores y hechos cotidianos de la convivencia familiar y social.

En este sentido, el *género* guía y motiva el autoaprendizaje de quienes por alguna razón (enfermedad, recursos económicos, etc.) no asisten a las escuelas, por ello está enfocado prioritariamente al público infantil y adolescente, aunque ocasionalmente se realizan series para la educación de los adultos.

El *género Didáctico* surgió de la necesidad de la televisión de contribuir a la difusión de la cultura y la enseñanza para justificar su presencia y valor social en tanto medio masivo de comunicación, realizarlos (sobre todo

⁶. MOTA, Ignacio H. de la. Diccionario de la comunicación. p. 234.

en los primeros años de la televisión mexicana), era una manera de interesar al público por el nuevo medio, que, como tal, era un perfecto desconocido.

Así, las primeras series didácticas fueron en realidad sencillas actividades de enseñanza en torno a temas como la música, los idiomas o la naturaleza, pero con el tiempo adquirieron un sentido educativo más riguroso y adoptaron una estructura más definida, en este sentido afirma Alberto Rojas:

"El uso de la comunicación social para la calificación de la fuerza de trabajo es relativamente nuevo en nuestro país. Prácticamente es a partir de los años setenta cuando se inicia esta tendencia, primero con la experiencia gubernamental de la Telesecundaria, luego con las telenovelas educativas de Televisa y la transmisión infantil de Plaza Sésamo."⁴⁷

En efecto, con los programas *Telesecundaria* y *Plaza Sésamo*, se institucionalizó una forma de enseñanza por televisión que marcó las características de este género, aunque elaborados con distintos recursos e intereses, ambas series persiguieron la educación de los niños y los

⁴⁷. Alberto Rojas. *Televisión y Educación*, en TREJO Delabre, Raúl. *Televisa, el quinto poder*. p. 125.

⁴⁸ La Telesecundaria está a cargo de la Unidad de Telesecundaria (planifica, diseña y evalúa los programas) y la Unidad de Televisión Educativa (realiza y transmite las señales), ambas dependientes de la Secretaría de Educación Pública. Su objetivo es llegar a los sectores marginados de la población que carecen de educación, por lo que su plan se sujeta a los programas oficiales autorizados por la SEP.

adolescentes por medio de la utilización de elementos audiovisuales semejantes.

El éxito de estas emisiones en la década de los setentas, llevó al gobierno mexicano a diseñar otros programas *Didácticos* enfocados a diversos grupos, como los siguientes: *Secundaria Intensiva para Adultos, Teleprimaria, Capacitación Agropecuaria e Industrial por Televisión*, así como campañas sanitarias, telenovelas educativas y programas de enseñanza universitaria y superior.

Por su parte Televisa se dedicó a la realización de la serie estadounidense *Sesame Street*" en su versión latinoamericana (*Plaza Sésamo*), en coproducción con el organismo especializado en aquél país en la televisión educativa infantil, *The Children's Television Workshop*, y el financiamiento de importantes firmas, como Ford, XEROX o Coca Cola, así como el apoyo y asesoría de la UNICEF.

En 1995 Televisa realizó la cuarta versión de *Plaza Sésamo* (las anteriores fueron en los años 1972, 1974 y 1983), cuenta con 130 capítulos de media hora cada uno, sin cortes comerciales, y entre sus objetivos se encuentran⁴:

" *Sesame Street* fue realizada por primera vez en los Estados Unidos en 1968, dirigiéndose principalmente a la población infantil de escasos recursos económicos para contribuir a mejorar su rendimiento escolar. Tras su éxito, la serie se dirigió al mercado latinoamericano.

⁴. Datos según *Teleguía*. Año 43. No. 2216. 28 de enero al 3 de febrero de 1995.

1. Promover la conciencia ecológica.

2. Promover los valores como responsabilidad personal, valorización de la familia, cooperación entre los pueblos, comprensión de los problemas naturales y sociales, valoración del trabajo, etc.

A partir de *Telesecundaria* y *Plaza Sésamo*, el género *Didáctico* se ha estructurado de la siguiente manera:

En primer lugar, ha retomado elementos de diversas fuentes: de la *Comedia* tomó el ingrediente humor para perfilar personajes simpáticos y agradables con los cuales los niños puedan sentirse identificados o, al menos, desarrollar un programa ágil, ameno y divertido.

Del teatro de marionetas y títeres surgieron también los personajes que encarnaron ciertos valores morales y conductas cotidianas; con los dibujos animados y la animación por computadora se lograron exponer en la pantalla lecciones y ejemplos diversos.

El formato tiene también aspectos musicales: se adaptaron canciones y/o se realizaron temas especiales para los programas con letras sencillas y melodías pegajosas para reforzar los temas y crear un ambiente de relajamiento; por último, se integraron elementos periodísticos para exponer las lecciones.

Por lo que se refiere a la producción del *género Didáctico*, este se concentra en espacios matutinos y vespertinos, quedando bajo la supervisión y coordinación de organismos educativos gubernamentales, nacionales y/o internacionales, su realización comprende dos etapas fundamentales: la *producción* y la *post producción*.

En la primera se desarrolla todo el proceso de grabación de las escenas, las cuales puede presentar personajes ficticios o reales, o ambos, se lleva a cabo en ambientes naturales (locación) o en estudio, siendo importante en este último caso el trabajo de ambientación para crear las atmósferas más convenientes para cada lección (por ejemplo una granja, una plaza, una casa, etc.).

En cuanto a la *post producción*, su importancia radica en que es la etapa donde se hace uso de los elementos visuales y sistemas de computación gráfica y de animación que sirven para complementar las escenas grabadas, o ser, por sí mismas, material didáctico. Dichas imágenes aparecen en el programa como una especie de *pizarrón electrónico*, en donde las explicaciones del profesor son realizadas por medio de dibujos, gráficas, mapas, estadísticas, etc; cono sin movimiento.

Por otra parte, la técnica educativa del *programa Didáctico* puede realizarse de manera formal o informal, el primer caso, significa la repetición de las clases impartidas regularmente en las escuelas, por lo que su producción

implica la grabación de la cátedra del profesor frente a su grupo (posteriormente se complementan con otros recursos televisivos), es el caso de *Telesecundaria*.

En cuanto al "modelo informal", se recurre a elementos tradicionales de aprendizaje, pero presentados en forma divertida, es decir, con humor; son series con un alto contenido ficticio, con personajes creados especialmente para el programa, esto sucede en *Plaza Sésamo*.

Ahora bien, el *género Didáctico* se estructura con los siguientes elementos:

1. *Los Personajes*: Tienen como función explicar, describir y/o ejemplificar las lecciones, por lo que en muchas ocasiones simbolizan el papel del maestro o del alumno. Están cargados de valores sociales y morales, existen tres tipos:

a) *Profesores*: Son verdaderos educadores que exponen a cuadro las lecciones correspondientes, dan indicaciones o sugerencias a los televidentes sobre la realización de ejercicios o actividades complementarias.

b) *Muppets* y *Títeres*: Son muñecos con vida, representan el alma infantil que expresa los valores, imaginación y expectativas de los niños. Su función puede ser la representación de la figura del profesor o la del niño deseoso de aprender.

Adquieren una gran variedad de aspectos: animales (gallinas, perros, pájaros, ranas, etc.), cosas (cuadernos, lápices, sillas, etc.), alimentos

(jamón, leche, pan, lechuga, etc.) o seres extraños y divertidos.

Todos ellos representan situaciones cotidianas en las que se exalta el deseo de aprender, motivando el autoaprendizaje por medio de la identificación con el televidente.

c) *Roles Familiares*: Son personajes que representan a personas común y corrientes, identificadas con alguna imagen del núcleo familiar (padres, abuelos, tíos, hermanos, etc.); expresan la autoridad, en materia de conocimiento, del adulto frente al niño (el adulto es el "maestro de la vida").

2. *Caricaturas y dibujos animados*: Son uno de los instrumentos utilizados para explicar las lecciones, pues por medio de personajes animados se realizan algunas de las exposiciones, por lo que asumen una función explicativa y/o descriptiva, reforzada por una voz *en off* (el maestro que enseña o el alumno que repite la lección).

El uso de sistemas gráficos y computarizados permite la creación de series divertidas y originales, pues cualquier cosa puede cobrar vida o alterar su forma; en la animación ocurre algo similar, sólo que se trata de objetos reales que expresan consejos o moralejas, reglas de urbanidad y comportamiento, etc.

3. *Musicales, bailes y juegos infantiles*: Estos elementos son sinónimo de alegría y refuerzan el aprendizaje, pues con canciones y ritmos musicales se intenta facilitar la retención de las lecciones del día, son una especie de pausa

3.5 Didáctico.

o descanso (como el recreo en la escuela), realizándose en forma de pequeños *videoclips* interpretados por los personajes de la serie, con coreografías sencillas, ritmos contagiosos y letras fáciles de aprender.

4. *Reportajes, Entrevistas y Documentales*: Tienen la función de informar y describir sobre diversos temas cotidianos (la naturaleza, los oficios, la profesiones, etc.), permitiendo al televidente descubrir y conocer lugares, hechos y personajes, tanto de su comunidad como de lugares distantes.

Los reportajes son narrados *en off* por niños, quienes exponen el texto en forma de vivencia personal, o bien, son descritos por adultos (maestros), pero siempre con sencillez, lo mismo sucede con las entrevistas grabadas.

Los documentales son pequeñas inserciones sobre la naturaleza, la flora, la fauna, la orografía, la hidrografía, etc., de nuestro país u otras naciones que permiten conocer, con imágenes reales, las grandes ciudades, el campo, el mar, los animales, los fenómenos naturales, etc.

5. *Sketches*: Son breves representaciones en torno a una lección o tema, desarrolladas frecuentemente en ambientes familiares por *muppets* y títeres, su intención es

proporcionar un momento de humor, vinculando lo aprendido con el entretenimiento.

La mayoría de las veces los *sketches* muestran la interacción entre el medio donde se desenvuelve el niño y lo que aprendió, es decir, las escenas fundamentan y justifican de alguna manera la necesidad del aprendizaje. También pueden realizarse parodias sobre personajes o situaciones históricas.

En resumen, los rasgos que caracterizan al **género Didáctico** son:

1. Es un programa cuya función es la enseñanza como complemento de la educación formal.

2. Su contenido temático se desarrolla en torno a lecciones escolares (de acuerdo a los programas oficiales), lecciones cotidianas (hechos de la vida diaria), consejos y reglas sociales de comportamiento, así como juegos y pasatiempos.

3. Son series realizadas en coproducción, asesoría y/o coordinación entre organismos educativos gubernamentales y privados.

4. Expresa el interés de la televisión por difundir la cultura y la educación, fundamentando su presencia y valor social en tanto medio de comunicación.

5. Está dirigido en especial a niños y adolescentes.

El concepto "género" remite a un conjunto de cosas con características semejantes, cuya estructura está planeada conforme una serie de reglas portadoras de sentido que simplifican su lectura.

Desde este punto de vista, "género televisivo" refiere a un grupo de programas, realizados por la televisión de acuerdo a un modelo preestablecido, cuya principal característica es su dependencia con productos procedentes de otras fuentes, como el cine, la radio, el periodismo, el teatro, la literatura, los espectáculos masivos o los deportes.

Al nacer como resultado del avance y los descubrimientos en materia de comunicaciones, la televisión careció de una propuesta original en cuanto a sus contenidos, por lo que su mayor justificación fue la posibilidad de transmitir, hasta la comodidad del hogar, una gran variedad de acontecimientos; al mismo tiempo, la falta de recursos (tanto en lo económico como en lo técnico y humano), así como el desconocimiento del nuevo medio, condicionaron a los primeros realizadores a copiar modelos desarrollados anteriormente.

Sólo con la práctica surgió la oportunidad de explorar las posibilidades técnico-expresivas de la televisión, permitiendo entonces la construcción de sus propios mensajes,

que si bien es cierto no fueron cien por ciento originales, eran diferentes a los demás.

Aunque la esencia de la técnica televisiva es la *transmisión en directo*, la televisión impuso un proceso de producción, difusión y recepción particular: aquél que integra de manera sincrónica lo visual y lo sonoro; en este sentido, los **géneros televisivos** resultaron de una mezcla de elementos de una gran variedad de productos (radiofónicos, musicales, deportivos, etc.), adaptados a las especificidades de lo audiovisual.

De esta manera, la televisión se estableció como el mejor vehículo de difusión de mensajes que, contruidos por otros procedimientos, encontraron en ella el medio por el cual llegar a un público más amplio, del mismo modo, poco a poco se convirtió en productora de su propio bien de uso, siendo esta actividad la de mayor importancia en la actualidad.

Ahora bien, los **géneros televisivos** son productos identificados por su estructura más que por su contenido, pues su forma depende tanto de los elementos como de los objetivos que los integren; en realidad, hay varios métodos y/o técnicas de realización, pero estas se encuentran delimitadas bajo un mismo proceso de producción, es decir, los programas comparten herramientas, pero su aplicación depende del esquema que los guíe.

Desde este punto de vista, *información, entretenimiento y cultura* no son variables para reconocer a los *formatos*, son funciones de los medios de comunicación que se pueden cumplir al mismo tiempo en un sólo programa.

Otra de las características de los **géneros** es que son obras "abiertas", es decir, esquemas que de ningún modo impiden el acceso de nuevos elementos para integrarse a los productos, en todo caso permiten la evolución del medio en sí mismo; así, se puede decir que existen ciertos factores que definen permanentemente a los **géneros**, los cuales marcan las normas y límites para su configuración, por el contrario, hay una variedad de elementos utilizados en cualesquiera de los **formatos**, sin que ello represente la pérdida de su identidad.

Por esta razón, los **géneros televisivos** pueden ser elaborados por cualquier empresa de televisión sea cual sea su carácter (pública o privada), independientemente de los recursos con los que dispongan, pues ante todo está la potencia creativa de los realizadores para ajustarse a las necesidades del modelo a seguir.

Por otra parte, en televisión tampoco existe una clasificación de los **géneros televisivos**, por lo que suelen utilizarse puntos de vista diversos que, lejos de coincidir, son contradictorios; una clasificación de los **formatos** debe realizarse conforme a los principios fundamentales que rigen la producción de televisión, o sea, a criterios que, partiendo de lo empírico profundicen en lo teórico para establecer los fundamentos que definen las estructuras de cada uno de los **géneros**.

El modelo desarrollado en esta investigación propone ciertos parámetros para clasificar a los **géneros televisivos**, en primer lugar, cada programa se identifica por la materia a la que se enfoca o con la que sea realizado: **periodismo**,

Conclusiones

drama, espectáculo, servicio o didáctico, los cuales, al mismo tiempo, se seccionan en áreas más concretas (así por ejemplo, dentro de lo periodístico encontramos las variables información, investigación u opinión, mientras que en drama existen el melodrama, la comedia o la farsa).

Desde este punto de vista, los programas se ordenan en una de las categorías mencionadas de acuerdo a los objetivos que persiga, pues, independientemente de los recursos con que cuente, marcan las pautas para su realización, es decir, se estructuran bajo determinados estilos de comunicación (producción del mensaje) que cada **género** establece.

Los trece *formatos* presentados son los desarrollados hoy en día por la televisión mexicana (la mayoría empezaron a configurarse desde la década de los cincuentas), aunque encontramos programas extranjeros que también pueden ser incluidos en la clasificación (como las *series* y los *talk shows* norteamericanos).

Asimismo, el análisis de los **géneros** permitió observar la etapa por la que atraviesa la producción nacional, pues al examinarlos para definir sus particularidades, observamos los elementos (técnicos y creativos) con los que se cuenta actualmente en la realización de los programas.

En conclusión, los **géneros televisivos** son productos de la televisión creados con sus propios instrumentos y posibilidades (proceso de producción audiovisual) para "venderlos" a través de los medios que para dicho fin dispone (canales); el hecho de estar elaborados sobre la base de

otros esquemas no nulifica de ninguna manera su existencia, antes bien, es su mayor característica.

La investigación sólo ha sido una aproximación a los *formatos* de la televisión, pero puede establecer un marco de referencia para una descripción más detallada que rescate el origen, el desarrollo y la estructura de los **géneros televisivos**.

BIBLIOGRAFÍA

ABAD, Francisco.
Géneros literarios.
Colección Salval, Tomas Clave. Salval Editores.
España, 1985.

ARMJESM, Rudolf.
Estética radiotécnica.
Editorial Gustavo Gili.
Barcelona, 1980.

BAGGLEY, John.
Análisis del mensaje televisivo.
Editorial Gustavo Gili.
Barcelona, 1979.

BARROSO García, Jaime.
Proceso de la información de actualidad en televisión.
Radio Televisión Española. Instituto Oficial de Radio y Televisión.
Madrid, 1992.

BEAL, George M. et al.
Conducción y dinámica del grupo.
Biblioteca de Psicología Contemporánea.
Editorial Kapeluz.
México, 1964.

BENJIO, Angel (dir).
Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación.
Ediciones Paulinas.
Madrid, 1991.

- ◊ Juan Antonio Hernández Los (Géneros audiovisuales)
- ◊ Jesús González Requena (Lenguaje audiovisual)

BERNAL, Sahagún, Victor Manuel.
Anatomía de la publicidad en México. Monopolios, enajenación y desperdicio.
Colección Temas de Actualidad.
Editorial Nuestro Tiempo, 8va. edición.
México, 1988.

BROUJON, Jm.
Productores en acción
Ediciones Prisma.
Trad. María del Carmen Flores.
México, 1987.

CARRANZO, Ortiz, Gabino.
Testimonio de la televisión mexicana.
Editorial Diana.
México, 1986.

CASSELL, De Ballin, Laura.
Historia de la televisión en México. Narrada por sus protagonistas.
Editorial Alpa.
México, 1993.

CEBRERA, Herreros, Mariano.
Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica.
Ediciones Pirámide.
Madrid, 1978.

COPPINI, Ivana.
La Televisión
Ediciones del Sorbal.
Roma, 1982.

DURA, Raul.
Los videoclips. Precedentes, orígenes y características.
Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Escultura e Historia del Arte.
Facultad de Bellas Artes. Servicio de publicaciones.

Enciclopedia Ilustrada del Cine
Tomo I.I.
Editorial Labor, 2da. edición.
España, 1971.

Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana
TOMO XXV
Espasa Calpe.
Madrid, 1979.

FERNÁNDEZ Christlieb, Játima.
Los medios de difusión masiva en México.
Editorial Juan Pablos, 6ta. edición.
México, 1987.

GARCÍA Iba, Leonardo.
Cómo aproximarse al cine.
Editorial Limusa-Noriega. Consulta.
México, 1989.

GONZÁLEZ Treviño, Jorge.
Televisión: teoría y práctica.
Departamento de Comunicación. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
Editorial Alhambra Mexicana.
México, 1983.

GUZMÁN Jiménez, David.
Identidad corporativa y el promocional de televisión. Estrategias de consolidación de la empresa televisiva.
Tesis profesional, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
Universidad Nacional Autónoma de México.
México, 1995.

Bibliografía.

HANKARD, Maurice
La radio y la televisión en Europa.
Ediciones del CIESPAL, No. 37.
Centro Internacional de Estudios Superiores de periodismo para América Latina.
Quito, Ecuador, 1965.

LEÑERO, Vicente y Carlos Marín.
Manual de periodismo.
Tratados y Manuales Grijalbo.
Editorial Grijalbo, 5ta. edición.
México, 1986.

LOPEZ Pumarajo, Tomás.
Aproximación a la telenovela. (Dallas - Dynasty - Falcon Crest).
Colección Sonido e Imagen.
Editorial Catedra. Madrid, 1987.

MARÍA y Campos, Armando de.
El Talento en México.
Comparta de ediciones populares.
México, 1957.

MARÍA y Campos, Armando de.
Carlo Mascini y el Teatro del Aire.
Editorial El Botas.
México, 1939.

Bibliografía.

MARJINEZ De Sousa, José.
Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo
Editorial Paraninfo, 2da. edición.
Madrid, 1992.

MARJINEZ Medellín, Francisco.
Televisión: siga la huella
Claves de Análisis. Editorial Claves Latinoamericanas.
México, 1989.

MORIN, Edgar.
El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas
versión española de Rodrigo Uria y Carlos Mabru.
De. Jaurus.
España, 1966.

MOJA, Ignacio H. de la.
Diccionario de la comunicación: televisión, publicidad,
prensa, radio
Tomo I y II.
Editorial Paraninfo.
Madrid, 1988.

NEWMAN, John J.
Periodismo radiofónico.
Editorial Limusa.
Grupo Noriega Editores, 2da. edición.
México, 1991.

OLIVA, Llicia, y Xavier Sijó.
Las noticias en televisión.
Instituto Oficial de Radio y Televisión. Centro de Formación
Radiotelevisión Española.
Barcelona, España, 81.

PAUS, Patricia.
Diccionario de Teatro. Dramaturgia, estética, semiología.
Paidós Comunicación. No. 10.
Barcelona, 1990.

PEDRAJSA Del Toro, Manuel.
Teleperiodismo. (ante el reto de la tv privada).
Radio Televisión Española. Instituto Oficial de Radio y
Televisión.
España, 1987.

PERRE, Albert y Andre Joan Judesq.
Historia de la radio y la televisión.
Breviarios No. 338.
Fondo de Cultura Económica.
México, 1982.

READ, William H.
Mercaderes de la comunicación.
Editores Asociados, S.A.
México, 1978.

REYES Castro, Virginia.
Las agencias publicitarias y su función en la fase actual del capitalismo mexicano.
Tesis profesional. Facultad de Ciencias Política y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.
México, 1984.

ROMAGUERA y Kamis, Joaquim.
El lenguaje cinematográfico.
Gramática, géneros, estilos y materiales.
Ediciones de la Torre. Proyecto Didáctico Quirón, Comunicación y Lenguaje, No. 24.
Madrid 1991.

SOLER, Lorenc.
La televisión, una metodología para su aprendizaje.
Colección Medios de Comunicación en la Enseñanza.
Editorial Gustavo Gili.
Barcelona, 1988.

TREJO Dalabre, Raúl (coord.)
Televisión, el quinto poder.
Editorial Claves Latinoamericanas.
México, 1985.

◇ Alberto Rojas Zamorana. (Televisión y Educación)

◇ José Luis Gutiérrez Espindola. (La industrialización del melodrama. Historia y evolución de la telenovela mexicana).

YORKE, Ivar.
Principios básicos del reportaje televisivo.
Centro de Información Radio Televisión Española.
Local Press.
Trad. A. Brito/ Lh. Solob.
España, 1990.

HEMEROGRAFIA.

EL SOL DE MEXICO.

"La televisión, una maravilla. El mundial, escaparate del avance tecnológico".
Sección Espectáculos
6 de julio de 1994.
p. 11.

EXCELSIOR.

Varios Números, 1 al 30 de septiembre de 1950.

NOVEDADES.

Varios Números: 1 al 15 de septiembre de 1950, 15 al 30 de agosto de 1950.

"Máxima actividad de las agencias de publicidad por el auge de la televisión".
22 Marzo de 1955.
p. 14.

"La televisión impulsará al cine".
17 de agosto de 1950.

PROCESO.

"Las telenovelas: una misma historia de amor que la gente no se cansa de ver".
por Néctor Rivera.
No. 830
28 de septiembre de 1992.

RADIO LAMDA.

No. 663. Enero 30 de 1959.
No. 664. Febrero 6 de 1959.
No. 668. Marzo 13 de 1959.
No. 670. Abril 17 de 1959.
Varios números, Enero a Diciembre de 1959.

TELEGUÍA:

"Las telenovelas históricas mexicanas tienen prestigio a nivel mundial".
No. 2192.
13 al 17 de agosto de 1994.

"Grandes realizaciones de la televisión mexicana para 1993". Sección La Crítica, por Rafael Martínez.

"1994: El año de los Videoteatros".
No. 2163.
22 al 28 de enero de 1994.

"Raúl Orvañanos: Los Mejor del Mundial no fue un simple resumen de juegos; se involucró al público con el periodismo, pero también con el humor."
No. 2189.
23 al 29 de Julio de 1994.

"A Eugenio Dórbz el éxito sí lo ha cambiado: "Ahora hay tres Eugenio dentro de mí".
por Rocio Maldonado.
No. 2163.
22 al 28 de enero de 1994.

"En La Rueda de la Fortuna, con Laura Flores, puedes ganar hasta medio millón de nuevos pesos. Y, con suerte, ¡hasta un helicóptero!". por Enrique Chávez.
No. 2216.
28 de enero al 3 de febrero de 1995.

"Aranca Plaza Sésamo: Un mundo mágico donde la diversión nunca termina".
por Flor María Rubio Loya.
No. 2216.
28 de enero al 3 de febrero de 1995.

"La fórmula de la telenovela. José Rondón comparte su experiencia". No. 1657.
12 al 18 de mayo de 1984.

Edición Especial de Colección 1952 - 1992. Conmemorativa 40 aniversario.
Tomo I.
Agosto 1992.
No. 129.
27 de enero al 2 de febrero de 1995.

TELEVICENARO:

"Gran audición en el videotape de la corrida de León".
Enero 1964, No. 12.

"Constante acción educativa en programas especiales".
Enero 1964. No. 12.

"Una fórmula para el éxito".
Enero 1964. No. 12.

"El vaivén de muchos millones".
Febrero 1964. No. 13.

"La televisión impulsa a los deportes en México".
Junio 1964. No. 17.

UMOMASUMO:

"Mil cuartillas de literatura desechable, la telenovela: el dramaturgo Carlos Olmos".
por Silvia Castillejos.
Primera Parte.
8 de mayo de 1987.
p. 23.

"Aburrimiento, lugares comunes, cursilería y malos actores subsisten en las telenovelas: Carlos Olmos".
por Silvia Castillejos.
Segunda y última parte.
Mayo de 1987.

"Villalti: ¿Del Maleficio al buen oficio?".
por Claudia Soltis Ogumio.
20 de diciembre de 1986.
p. 23.

"La telenovela, ¿género literario del siglo XXI?".
por Claudia Soltis.
13 de diciembre de 1986.
p. 23.