



<sup>Lej</sup>  
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGON**

**SEMIOTICA DE LA IMAGEN TELEVISIVA.**  
**ESTUDIO DE CASO**

Acompañado de video VHS

**T E S I S**

Que para obtener el título de:

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**Y PERIODISMO**

P r e s e n t a:

**RANGEL CARRILLO SOCORRO DE LAS MERCEDES**

Asesor: Mtro. Rafael Ahumada Barajas

México, D. F. 1998

201603

**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.

*A Raymundo*

*Te dedico este trabajo porque juntos lo hemos logrado,  
te agradezco tu amor, comprensión, confianza y apoyo en mi vida.  
Gracias papá por hacer de mí una mejor persona día a día.*

*A Meche*

*Gracias por tu cuidado y cariño que durante  
mucho tiempo me sirvieron para seguir adelante  
y lograr muchas metas.*

*A Rico*

*Por los buenos momentos compartidos en nuestra niñez  
y que ahora disfrutamos como profesionistas,  
tu cariño y apoyo incondicional.*

*Mi agradecimiento al asesor Mtro. Rafael Ahumada  
por su amistad, apoyo y tiempo dedicado para guiarme  
en este trabajo profesional.*

*Mil gracias a mi amigo Félix "el gato",  
por plasmar en estas hojas la investigación,  
las horas invertidas para lograrla y mejorarla.  
Tu amistad y ayuda han sido valiosas.*

*Gracias a Theo Fuentes por su generosidad  
y apoyo en el material fotográfico.*

*A Ulises Neri*

*Gracias por estar a mi lado en los momentos  
más difíciles y alegres de mi vida,  
demostrarme tu amistad ante mis arranques de locura,  
ser comprensivo, paciente y especial.  
Te quiero mucho.*

*A Jenny Cortés por ser una linda niña,  
compartir conmigo una amistad sincera,  
enseñarme a ser valiente ante situaciones adversas  
y sonreírle juntas a la vida  
Gracias gemela fantástica.*

*A Elizabeth Martínez por fomentar constantemente  
nuestra amistad, sus consejos, apoyo y cariño  
que me ayudan a ser más optimista.  
Gracias güera por acompañarme en esta investigación.*

*A Humberto Gómez por ser parte  
de los superamigos y ofrecerme un buen consejo  
ante cualquier circunstancia.  
Gracias amigo.*

*A Beto Gutiérrez por su sincera amistad  
que se incrementa con el paso del tiempo,  
siempre recuerda a "pepito".*

## PREFACIO

Esta es una tarea difícil a la que me he enfrentado, siendo testigo presencial del trabajo que se ha hecho en esta investigación y sentarse a leer la obra en su totalidad para poder expresar su contenido, resulta complicado indudablemente porque también antepones el respeto y cariño que guardas con la autora. Tratando de ser lo más objetivo posible, empezare de la siguiente manera.

Hacer una investigación de la *Semiótica de la imagen televisiva* y enfocarla a uno de los programas con mayor divulgación entre la opinión pública, Ciudad Desnuda, es una tarea que muy pocos son capaces de reflejar en trabajos de análisis, no por eso dudamos de la capacidad del ser humano en desarrollar temas complejos que podrían considerarse difíciles más no imposibles

Adentrarnos en este trabajo como quien se adentra en un laberinto, es algo que te permite ir descubriendo caminos de comprensión, entendimiento y aplicación de tu formación; iniciar con conceptos, caminar de la mano de tu guía y después, aventurarte a descubrir tú solo el camino de salida al aplicar lo aprendido, es el reto al que debemos enfrentarnos tarde que temprano en cualquier actividad que querramos desarrollar

Así que te invito a descubrir junto con nosotros esta investigación y espero que lo que en ella encuentres sea algo que puedas poner en práctica en algún momento.

Un amigo

# SEMIÓTICA DE LA IMAGEN TELEVISIVA. ESTUDIO DE CASO

## INDICE

INTRODUCCIÓN	2
Capítulo I Semiótica de la imagen	4
a) El signo	5
b) La imagen como signo icónico	16
c) Iconografía electrónica	21
Capítulo II La imagen por televisión	29
a) Imagen televisiva	30
b) Significantes de la imagen televisiva	37
c) Lenguaje técnico en la imagen televisiva	52
Capítulo III. Tipología de programas	60
a) Géneros informativos	62
b) Dramatizados	68
c) Reality show	70
d) Otros géneros	71
d) Funciones	73
e) Diseño y estilo	75
Capítulo IV La imagen televisiva de Ciudad Desnuda Análisis semiótico	76
a) Hoy Televisión Azteca	79
b) Ciudad Desnuda	83
c) Imagen televisiva de Ciudad Desnuda	85
1. La escenografía	85
2. Los presentadores	93
3. Lectura de imágenes	96
4. Tipo de imágenes	123
5. Edición	126
CONCLUSIONES	128
FUENTES	135

## INTRODUCCIÓN

El campo de la comunicación es muy amplio, podemos emplear distintos medios para comunicar lo que deseamos y expresarnos, pero si utilizamos signos visuales, entonces corresponderá a una parte más específica la comunicación visual

La imagen es una herramienta que la comunicación visual emplea para expresar un mensaje, de hecho el hombre primitivo se comunicó principalmente por medio de ella, así conocimos su modo de vida y cultura

Hoy existe una gran tecnología que más allá de crear imágenes con pintura y pincel, manejamos paquetería de computación para originar imágenes en segunda y tercera dimensión, con movimiento y colores tan reales que puedan engañar a nuestra percepción.

En los medios de comunicación la imagen también ha alcanzado un lugar destacable y más en la televisión, pues es el elemento con mayor expresividad que logra atrapar la atención de todo espectador. De ahí nuestro interés por estudiar una parte de la comunicación visual: la imagen televisiva, pues también ahora se utiliza en forma masiva y sufre mayor manipulación para atraer la atención del público televidente.

Así el propósito del siguiente trabajo es profundizar en el campo de la *imagen televisiva* desde una perspectiva semiótica, ya que esta ciencia se ha empleado para analizar fenómenos de comunicación visual; aquí la aplicaremos específicamente al programa **Ciudad Desnuda**. Con ello pretendemos cubrir los objetivos principales de este estudio

- Conjuntar los elementos semióticos relacionados con la imagen televisiva, y,
- Realizar un análisis semiótico de la imagen televisiva del programa **Ciudad Desnuda**.

Se ha seleccionado aplicar la semiótica al programa **Ciudad Desnuda** porque desde sus primeras emisiones ha causado polémica entre el público televidente, intelectual, político, etc., ya que presenta historias policíacas, insólitas y trágicas que solían ser censuradas o muy breves en la pantalla de televisión. Además, el periódico *El Universal* señala que el programa ha tenido un



alto **rating** y es visto aproximadamente por ocho millones de hogares en todo el país y en la cadena Telemundo

Cabe señalar que la imagen televisiva del programa **Ciudad Desnuda** que analizaremos, corresponde a las transmisiones de los días 24, 25 y 26 de junio de 1997 y de las cuales se han retomado las 13 historias más significativas porque su contenido visual es impactante

Es importante mencionar que desarrollaremos la tipología de programas que nos servirá como marco referencial, pues al estudiar la imagen televisiva del programa **Ciudad Desnuda** podremos conocer su estructura y estilo, nos permitirá determinar el tipo de producto audiovisual al que pertenece

Para la realización del análisis semiótico se recurrirá a los modelos de análisis de comunicación visual de Umberto Eco y Roland Barthes, así como la metodología de Francisco Gutiérrez como refuerzo teórico. De estos modelos se retomarán los elementos más convenientes para nuestro análisis y lograr una metodología más completa.

Con el análisis pretendemos dar respuesta a las hipótesis planteadas en este estudio:

- \* Los elementos de la semiótica relacionados con la imagen televisiva ayudan a interpretar mejor la imagen televisiva del programa **Ciudad Desnuda**,
- \* Las historias insólitas y trágicas se manejan como espectáculo masivo.

El dedicar este trabajo a la semiótica de la imagen televisiva y aplicarla a un caso particular y actual, aportará información sobre el mismo programa analizado y cubrirá una pequeña parte del campo visual y televisivo

## **CAPÍTULO I SEMIÓTICA DE LA IMAGEN**

- A. EL SIGNO
- B. LA IMAGEN COMO SIGNO ICÓNICO
- C. ICONOGRAFÍA ELECTRÓNICA

# CAPITULO I SEMIÓTICA DE LA IMAGEN

## A. EL SIGNO

Cuando se habla de la semiótica de la imagen, es necesario remontarnos a definir a dicha ciencia y posteriormente al signo.

La semiótica es la ciencia que estudia de forma general los signos. Un signo es la representación de un hecho perceptible (objeto) que nos da información de otro hecho distinto a él.

Charles Sanders Peirce es el fundador de la semiótica norteamericana, en donde se tiene como objetivo abocarse de forma principal al signo lingüístico, es decir, considera los fenómenos significativos como formadores de lenguajes. Un lenguaje está compuesto por un sistema de signos que permiten la comunicación.

Los signos lingüísticos son aquellos que utilizamos cotidianamente cuando hablamos y escribimos.

Simultáneo a los trabajos de Peirce, en los cuales los signos son concebidos en su contexto psicológico y lógico-filosófico; Ferdinand de Saussure les da otro tratamiento psico-social, nombrando así a la semiología *una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social*.

El signo desde la perspectiva de Saussure es "la combinación del concepto y de la imagen acústica", es decir, el significado y el significante.

El significante se registra, es perceptible por medio de los sentidos y se emite un concepto. El significado, imagen mental, corresponde a la evocación que el interpretante puede representar en su mente cuando capta un significante.

---

1. Saussure, Ferdinand de, CURSO DE LINGÜÍSTICA GENERAL, Editorial Fontamara, España, 1980, p.129

Ejemplificar un signo como *perro*:

SIGNO PERRO

SIGNIFICADO:



CONCEPTO

SIGNIFICANTE:

PERRO

El significado y el significante tendrán una relación unida ninguno de ellos puede estar antes o después. Es necesario que el significante sea común para que exista comunicación entre los individuos, ya que por medio de experiencias semejantes se podrán entender.

Dentro de la concepción peirciana, el signo es llamado igualmente **representamen**, es un primero que representa un objeto, un segundo (cualidad o atributo); manteniendo una relación triádica que determina un tercero llamado interpretante porque el signo representa algo para ese alguien en su mente, en algún aspecto.

Ese representar algo consiste en su relación con aquello que refiere, a saber, su objeto, encierra una idea a la que puede llamarse el fundamento del **representamen**.

Para asimilar cómo se da una relación triádica, es importante iniciar del fundamento del signo, que es en cierta forma del objeto que representa y de la determinación de ese aspecto, la realización de una idea.

Peirce propone una ideoscopia como descripción y clasificación de las ideas, éstas las divide en tres categorías llamadas "cenopitagóricas": primeridad, segundidad y terceridad.

Primeridad es el modo de ser de aquello que es tal como es, de manera primaria y sin referencia a otra cosa (pertenecen cualidades sensibles y las apariencias del objeto denotado signo-ícono) por ejemplo el ícono de una casa muestra la estructura que identifica a una casa en ciertos aspectos, la apariencia es el color con el que está pintada.

Segundidad es el modo de ser de aquello que es tal como es, con respecto a una segunda cosa, pero con la exclusión de toda tercera cosa (la experiencia de una acción o reacción, no se toma en cuenta su carácter intencional) Por ejemplo el humo lo relacionamos con algo que se está quemando

Terceridad es el modo de ser de aquello que es tal como es, al relacionar una segunda y una tercera cosas entre sí ( signos con relación al objeto, interpretante y el signo mismo). Esto ya es una relación triádica, por ejemplo una paloma blanca es símbolo de paz y no lo sustituimos por otra cosa

Todo **representamen** está conectado con el fundamento, el objeto y el interpretante; así estos elementos y la relación entre uno y otro, se les dan estudios correspondientes la gramática, la lógica y la retórica.

*La gramática* tiene el objetivo de determinar lo que debe ser verdadero del **representamen**, usado por toda inteligencia en orden a que pueda encarnar un significado, es decir, estudia la relación de los signos entre sí (sintaxis); *la lógica* estudia la relación de los signos con los objetos (cosa significada -denotatum-) (semántica) y *la retórica* analiza la relación de los signos con los interpretantes (pragmática).<sup>2</sup>

A partir de las relaciones triádicas, Peirce las divide en triádicas de comparación, de funcionamiento y de pensamiento; parte en especial de esta última para crear la división de los signos en tres tricotomías:

1 Primera tricotomía. Está fundada en la naturaleza material del signo como es en sí, dando casos *cualisigno*, *sisigno* icónico, *sisigno* remático y *dicente*.

El **cualisigno** es una cualidad que necesita de algo más para ser signo, éste es la similitud con el objeto. si se cumple es un icono y si la cualidad puede considerarse como posible, es un rema. Por ejemplo el color rojo de una falda, también ese color lo asociamos con la violencia.

2 Charles Morris presenta en su obra Foundations of the theory of signs, tal clasificación como partes de la Semiótica, puesto que el lenguaje se advierte dichas funciones (sintácticas, valores semánticos y relaciones pragmáticas, haciendo otras correcciones y aplicaciones).

**Sinsigno icónico.** objeto existente que por cumplir con una cualidad determina la idea de un objeto y como cumple con esto es icono o signo, por cierta semejanza con la cosa ( lo que representa para la multitud, lo que se ve en concreto).

**Sinsigno dicente** es un objeto sensible que se constituye en un signo por aportar información sobre otro objeto. Una fotografía nos informa sobre algo o alguien.

**Sinsigno remático indicial** es un objeto que dirige la atención a otro que es la causa de que aparezca como signo, pues es algo real que significa y determina la idea de algo en virtud de una cualidad, implicando un sinsigno icónico. Por ejemplo un grito dirige la atención sobre algo.

## II SEGUNDA TRICOTOMÍA LEYES DEL SIGNO

**Legisigno icónico.** ley general que se constituye por virtud de sus instancias, que sustentan una cualidad y pueden así evocar en la mente un objeto parecido.

**Legisigno remático indicial** es también una ley general que se constituye en signo si sus instancias están realmente afectadas o determinadas por su objeto, de modo que dirigen la atención sobre tal objeto. Una sifla con un estilo particular determina la idea del lugar en el que estamos, por ejemplo en la escuela o en una oficina.

**Legisigno dicente indicial** es ley general que se constituye en signo si sus instancias están afectadas o determinadas por su objeto de modo que no sólo llama la atención sobre su objeto, sino que proporcione información precisa relativa a dicho objeto. Una mujer vestida elegantemente nos informa más de lo que estamos viendo en ella; que tiene personalidad, buen gusto, educación, etcétera.

## III TERCERA TRICOTOMÍA. EL SÍMBOLO

**El símbolo remático** es un signo que denota a un objeto por una ley general de asociación psicológica de modo que se replica, evoca en la mente una imagen. la palabra "casa" la genero en mi mente de una forma, otros la crean diferente con otras características.

**Símbolo dicente** es un signo que denota un objeto por la asociación de ideas que son símbolos remáticos. Una señal de cubiertos la asociamos a un lugar de comida o restaurante.

**Argumento** es un signo que se representa como signo resultante de una ley general, a saber, la ley de premisas a conclusiones para llegar a una verdad. Es la conclusión de la interpretación de lo que se vio, de un objeto.

En las tres tricotomías, encontramos diez clases de signos se tienen a su vez otras subclases. entre ellas se encuentran el icono, el índice y el símbolo

Icono Este signo tiende a la primeridad, es cualquier cualidad que puede constituirse en signo por la semejanza que tiene con el objeto denotado y porque se le hace ser un signo a modo de sustituto de los significados. en cuanto tal es la idea, pues sólo representa algo a título de posibilidad Existen tres clases de iconos imágenes, diagramas y metáforas.

Índice o sema Es el signo que tiende a la segundidad, ya que se encuentra afectado por el objeto denotado; el individuo tiene conexión con el objeto en cierta asociación con su representación.

Símbolo Tiende a la terceridad porque representa al objeto en virtud de una ley, es una ley que determina a su intérprete

“El *icono* es un signo determinado por su objeto dinámico en virtud de la naturaleza interna, el índice es un signo determinado por su objeto dinámico en virtud de la relación real que mantiene con el, y el símbolo es un signo por ese objeto determinado solamente en el sentido en que será interpretado”<sup>3</sup>

Todos ellos corresponden a sí mismos (primera y segunda tricotomía) en cuanto al objeto (icono, índice y símbolo) y hacia el interpretante (rema, dicente y argumento).

De acuerdo con las relaciones triádicas del signo realizadas por Peirce, los signos pueden coincidir con un fenómeno de comunicación visual Ésta utiliza los signos visuales (símbolos, dibujos, señales, fotografías, etc ) para expresar un mensaje, por ejemplo.

“Considerado en sí mismo	qualisign: una mancha de color en un cuadro abstracto, el color de un vestido.
Fundamento	sinsign el retrato de Monna Lisa, la filmación en directo de la TV, un rótulo de carretera, etc. Legisign: una convención iconográfica, el modelo de la cruz, el tipo de templo de <i>planta circular</i> , etc.

3 Paoli, Antonio, COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN, Editorial Trillas, México, 1990, p. 77

En relación con el objeto	Icono el retrato de Monna Lisa, una fórmula estructural, Index una flecha indicadora, una mancha de aceite, Symbol una señal de dirección prohibida, la cruz, una convención iconográfica
En relación con el interpretante	Rhema cualquier signo visual como término de un posible enunciado. Dicent dos signos visuales unidos de manera que se pueda deducir una relación Argument un sintagma visual complejo que relaciona signos de tipo distinto. por ejemplo el conjunto de señales de tráfico ( <i>debido a</i> <i>carretera en mal estado, velocidad máxima 60 Km. h.</i> <sup>4</sup>

Haciendo hincapié sobre el objeto y el interpretante, es necesario mencionar que Peirce distingue dos clases de objetos: inmediato, dinámico y tres distintas clases de intérpretes: inmediato, dinámico y final

El *objeto inmediato* es el objeto según la representación que de él hace el signo, y el *objeto dinámico* es la realidad misma, que determina de alguna manera el signo en su representación.

El *interpretante inmediato* es la posibilidad que tiene el signo de ser adecuadamente comprendido, pero esta comprensibilidad o interpretabilidad la tiene antes de que sea comprendido o interpretado por el intérprete

El *interpretante dinámico* es el hecho mismo de la interpretación, a lo que de hecho se interpreta en el signo por el intérprete, lo que es experimentado en cada acto de interpretación y difiere de lo experimentado en cualquier otro acto de interpretación siendo el efecto directo o real producido por el signo en el intérprete

Y el *interpretante final* es el resultado final y hasta ideal al que está destinado y tiende a producir el signo en el intérprete de tal forma que representaría de la mejor forma su objeto si cuenta con las condiciones ideales para manifestar con plenitud su efecto

<sup>4</sup> Eco, Umberto, LA ESTRUCTURA AUSENTE, Editorial Lumen, España, 1975, p. 218



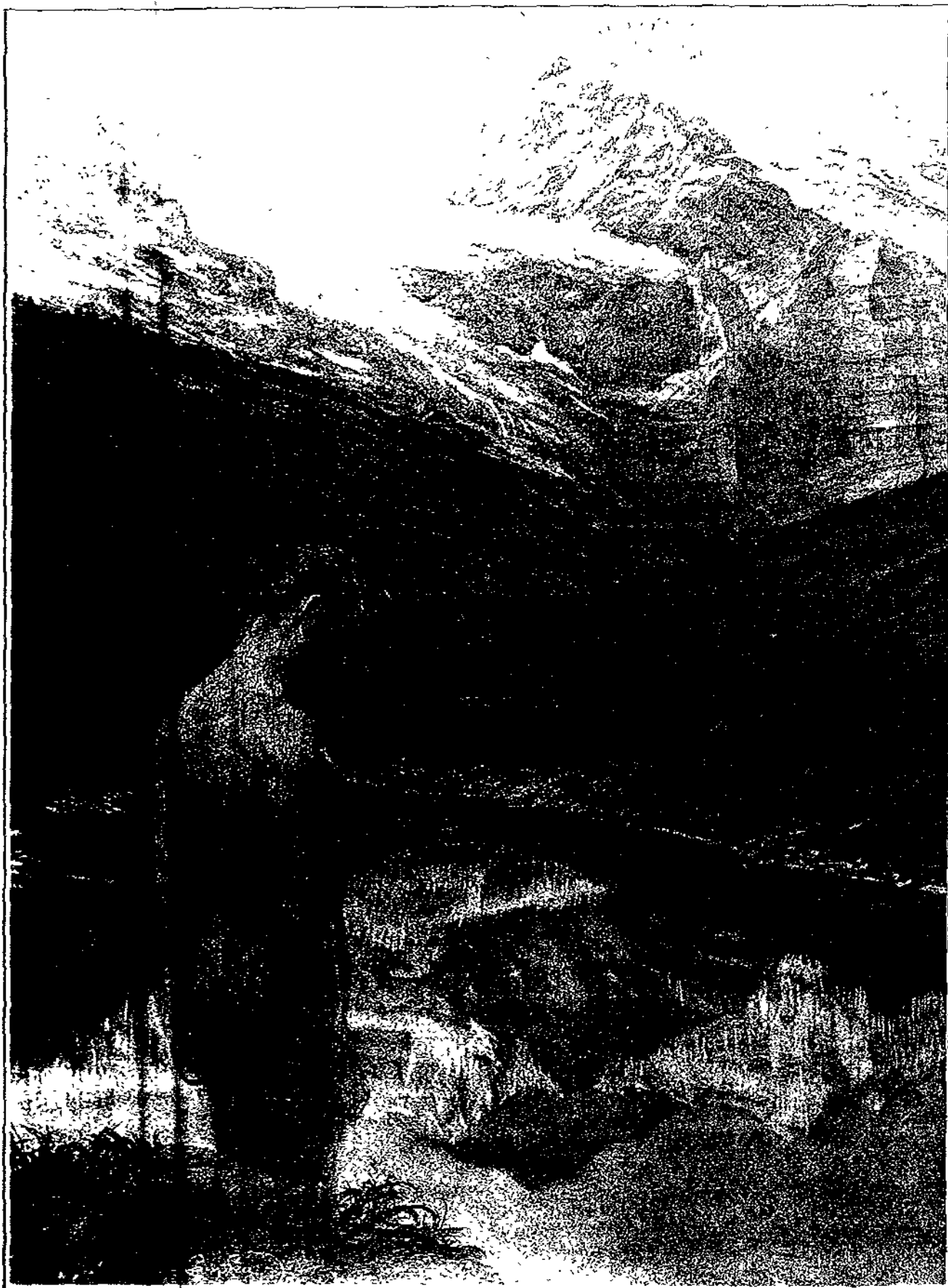
Los signos representan o denotan objetos. éstos pueden ser perceptibles, imaginarios o hasta inimaginables. Todo signo tendrá un precepto, es una regla de explicación que de acuerdo al signo debe ser considerado como algo a manera de manifestación de su objeto designado

El objeto puede ser real o posible, individual o universal. En estos términos el interpretante es un acontecimiento mental, sea imagen o idea que cause la presencia del signo (semiosis)<sup>5</sup>

A continuación, como ejemplo de la división de los signos del objeto y del interpretante, se presenta un análisis semiótico de una obra pictórica para determinar su importancia y lograr comprender dicha obra. Este análisis lo elaboré para la materia de Métodos de Investigación en Comunicación II.

---

<sup>5</sup> Caronini, Enrico, *et al*, ELEMENTOS DE SEMIÓTICA GENERAL. El proyecto semiótico, p 19. Semiosis: una relación triádica "... en donde el proceso de semiotización, el signo debe resultar obligatoriamente mediatizado por el tercer término (el interpretante) para provocar una respuesta del lado del destinatario. El interpretante es pues la condición necesaria de la circulación de todo sentido".



Frantisek Kupka (1871-1957). *Meditacion*, 1899. Carbon y pastel blanco (60,5 x 44,7 cm). Colección privada, Ostrava, República Checa o País Checo

## ANÁLISIS SEMIÓTICO DE UNA OBRA

Representamen. Es la totalidad de la pintura "Meditación" de Frantisek Kupka.

Objeto: En este caso son objetos montañas, llanuras, lago y hombre.

Interpretante La expresión de grandeza, manifestándose mediante las montañas, llanuras, lago, en donde el hombre está ante ella de manera desnuda e hincada y al mismo tiempo sabiéndose parte de la naturaleza

Objeto universal: Es universal ya que se conoce lo que la naturaleza implica de manera física y sus elementos, esas montañas, llanuras y el lago son parte de la naturaleza; así como se conoce al ser humano como persona.

Objeto real: Estos objetos son reales por existir dentro de lo concebido como real, como geografía física y geografía humana que de una forma los estudia en otros aspectos.

Además los objetos, montañas, llanuras, lago y hombre son conocidos y comprendidos por el mundo

Interpretante inmediato: De manera inmediata se reconoce que el representamen "Meditación" es de corriente simbolista, ya que se caracteriza dicha corriente por buscar los estados de *ánimos* y *emocionales* que se traducen en angustias, fantasías y ensoñaciones subjetivas. Corriente que se manifestó en Checoslovaquia.

Interpretante dinámico: La relación que existe entre esa naturaleza y la posición del hombre ante ella, y que conjuntamente viven recíprocamente uno para el otro para existir

Interpretante final: Dentro del seno de la naturaleza, un hombre se encuentra frente ella para buscar el secreto de la vida.

Cualisigno Las montañas y el cielo de color blanco, las llanuras de negro, el hombre y el reflejo de las montañas en el lago de tonalidades grisáceas (*de blanco a negro*), que se conjuntan en **meditación** mostrando la luz y sombra, las diferentes tonalidades del blanco (*pastel*) y negro (*carbón*) se percibe la nostalgia, la melancolía y la pureza, la luz.

Sinsigno icónico: La vida gira alrededor del hombre y la naturaleza

Sinsigno remático indicial El ser humano desnudo e hincado, de manera innata ante otro tipo de naturaleza viva.

Sinsigno dicente. La obra es un autorretrato pintado en 1899 por Kupka.

Legisigno iconico. La naturaleza representada por montañas, llanuras, el cielo y lago, y la humanidad representada por un hombre, una persona.

Legisigno dicente indicial: En conjunto la naturaleza y la humanidad como elementos dan vida, una existencia.

Legisigno remático indicial: Esa naturaleza y esa humanidad se encuentran en esta tierra (planeta).

Símbolo remático o rema simbólico. Las montañas, llanuras, el cielo, el lago y un hombre representan parte de la vida en el mundo.

Símbolo dicente: La naturaleza en sí, y como la naturaleza humana son innatos y vida en la tierra (planeta).

Argumento: El hombre como humanidad busca ante este aspecto de la naturaleza, su ser, su propia natura (al estar desnudo) y que integrados forman parte de la naturalidad del planeta Tierra

Mediante la semiótica de Charles Peirce S y la división de los signos, aplicada a la obra "Meditación" de Frantisek Kupka, nos ha permitido comprender la imagen pictórica y también su sentido, concluyendo que el autor Kupka en su autorretrato, se presenta como un hombre en busca del secreto de la vida en el seno de la naturaleza.

En consecuencia pudimos apreciar las diferencias entre los distintos signos, que aunque parezcan muy semejantes entre sí todos ellos, tienen rasgos propios y que en conjunto le dan una valoración particular al propio **representamen**.

### **El signo en el proceso de comunicación**

Para que todo signo pueda ser entendido se debe de situar dentro del proceso de la comunicación, el cual está integrado por el emisor, la transmisión y el receptor de un mensaje; el signo en sí transmite un mensaje, un contenido, hasta que el sujeto que lo recibe lo interprete o descifre (descodificar) mediante el lenguaje. Todo signo se verá mediado por los rasgos culturales donde se desenvuelve el interpretante.

El lenguaje deberá estar compuesto por cierto número de signos, que utiliza como herramienta para comunicar y que en conjunto forman un código. El código es un conjunto de leyes y normas

que “rigen el funcionamiento del lenguaje”<sup>6</sup> y a la comunicación; tiene que ser común para el emisor y el receptor

Los signos necesitan ubicarse en un contexto (referente) para que sean interpretados, ya que de acuerdo al lugar, situación, tiempo, espacio, cultura, etc, pueden ser modificados sus significados y crear confusión entre los receptores.

“El contexto es el marco de referencia con respecto al cual los signos adquieren un significado determinado”.<sup>7</sup> Éste podría sufrir modificación en alguno de los siguientes aspectos.

*Contexto semántico.* Un signo gana su significado con referencia al significado de los otros signos

*Contexto situacional.* Los signos en relación con el hablante. Porque se refiere a la situación en la que se encuentran los hablantes -espacio y tiempo-.

*Contexto físico.* Signo con el mundo físico. En el área física que nos rodea, es selectivo porque mediante un letrero en un objeto o lugar ayudan a interpretar el sentido de las palabras

*Contexto cultural.* “Es todo el cúmulo de conocimiento que tiene el hablante por el simple hecho de vivir en cierta comunidad”<sup>8</sup>

“El referente es el grado de experiencia cultural acumulada que permite interpretar la realidad, dicho de otro modo es la concepción de cultura que una sociedad tiene para organizar y estructurar el mundo”<sup>9</sup>

6. Martínez, José, DICCIONARIO GENERAL DE PERIODISMO, Editorial Paraninfo, España, 1981

7. Ávila, Raúl. LA LENGUA Y LOS HABLANTES, Editorial Trillas, México, 1989, p. 27

8. *Ibidem.* p. 37

9. Ahumada Barajas, Rafael, ANÁLISIS DE LA IMAGEN TELEVISIVA, Editorial UNAM-ENEP Aragon, México, 1996, p. 3

## B. LA IMAGEN COMO SIGNO ICÓNICO

El signo de composición de la imagen es el icono. Peirce en su semiótica concibe al icono como "los signos que originalmente tienen cierta semejanza con el objeto a que se refiere"<sup>10</sup> Morris lo define como "el signo que poscía alguna de las propiedades del objeto representado"<sup>11</sup> y que denota porque en sí es un denotatum (cosa significada)

Por su parte Umberto Eco profundiza más y argumenta que "los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos que (con exclusión de otros) permiten construir una estructura perceptiva que (fundada en códigos de experiencia adquirida) tenga el mismo significado que el de la experiencia real denota por el signo icónico"<sup>12</sup>.

Un código perceptivo o de reconocimiento es aquello que reconocemos de manera inmediata y que podemos retener en la memoria de algo que hemos visto y que al poder ser dibujado ese algo visto, lo podemos reconocer, pues se hace una aproximación de lo que vimos

Al indicar que el signo icónico posee algunas propiedades en común con el objeto representado, estas pueden ser las ópticas (visible), las ontológicas (presumibles) o las convencionales.

Dentro de la Semiótica que persigue Peirce, la imagen, del fenómeno o de lo que aparece, las clasifica de acuerdo con las relaciones triádicas.

*La primeridad* Algo que se remite a sí mismo, cualidad o potencia.

*La segundidad* Algo que no remite a sí mismo más que por otra cosa, acción-reacción

*La terceridad*. Algo que no remite a sí mismo más que vinculado una cosa con otra, la ley, lo necesario, la conclusión.

A estos tres tipos de imágenes las considera como hecho, que se deducen de la imagen-movimiento como materia.

10. Eco, Umberto, *Op Cit*, p 220

11. *Ibidem*, p. 221

12. *Ibidem*, p. 222

“Una imagen es la materialización, en un soporte generalmente de forma plana (2 dimensiones), de un fragmento de la realidad tridimensional cuyo contenido suele ser identificable”<sup>13</sup>

La imagen es aquella representación figurativa de un objeto, persona o figura que un sujeto tiene y/o crea en su mente, ya sea por medio de sombras, de un dibujo, de una fotografía, etc. Es una imitación que puede ser percibida a través de los sentidos

“La imagen se caracteriza del discurso tanto por su grado figurativo (la representación de objetos o seres del mundo exterior conocidos intuitivamente a través de nuestros ojos) y por el de su iconicidad (el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa)”<sup>14</sup>

En las teorías del discurso tanto textual como visual se encierran dos aspectos de un mensaje: el aspecto denotativo (semántico) y el aspecto connotativo (estético) Toda imagen en su aspecto denotativo muestra algo (objetos, posición, tamaño, etc ) y el asociarle atributos del espectador que capta el mensaje, es el aspecto connotativo

“Las denotaciones de la imagen surgen de la descripción de aquellos objetos o personas que objetivamente están presentes, todos los elementos que podemos nombrar con sus características. En cambio las connotaciones, son las sugerencias, las asociaciones que la imagen propicia dentro de un contexto cultural específico, son las ideas que surgen a partir de lo observado; es bello, tiene prestigio, es amistoso . en suma, el significado cultural de esa imagen, lo que la trascienda sin dejar de pertenecerle”<sup>15</sup>

Al conjuntarse los signos icónicos (discurso icónico) forman un sistema y a su vez un lenguaje icónico Este tiene que ser leído, lo cual consiste en una traducción en el sentido lingüístico, es decir, la recodificación en el lenguaje común del mismo discurso propuesto por una imagen Se logrará comparar el texto obtenido con las intenciones del emisor del mensaje y conocer si fue adecuado o no el texto para transmitir información

13 Martínez, José, *Op. Cit.*

14 TEORÍA DE LA IMAGEN, Tomo 29, Editorial Salvat, España, 1974, p. 32

15 Foussaint, Florence, CRÍTICA DE LA INFORMACIÓN DE MASAS, Editorial Trillas, México, 1992, p. 52

---

Ahora podemos enunciar las características de la imagen:

A) **Recreación de la realidad.** Es la representación visual de los seres tanto físicos como materiales de manera concreta y sensible, un objeto no únicamente real sino hasta inimaginable de un creador

B) **Inmediatez.** Que produce en el observador un encuentro entre la afectividad y la sensibilidad. En presencia de las imágenes, "la percepción junto con la intuición y afectividad se ponen en juego antes de que las instancias de control de la personalidad hayan llegado siquiera a estar en condiciones de captar los mensajes intencionales"<sup>16</sup>

La percepción es "la respuesta inmediata del organismo a las energías que excitan los órganos sensoriales y que por lo tanto toda percepción es una respuesta orgánica, educar la percepción consistiría en lograr que esas respuestas inmediatas, sean cada vez más objetivas, en el sentido que están relacionadas estrechamente con el objeto de la percepción"<sup>17</sup>

Así la inmediatez perceptiva provoca actitudes de participación en la comunicación social, también la imagen es un modo de expresión, puesto que por medio de ellas hay comunicación, sin embargo, el sonido igualmente es importante porque le da a la imagen una mayor intención y significación, es recíproco.

La percepción del ojo humano corresponde a todo el campo visual, todo lo que uno alcance a ver; también es llamado campo iconográfico. De acuerdo con esto hay cuatro tipos de imágenes:

- 1) Imágenes (como la fotografía de identidad de una persona),
- 2) Imágenes de imágenes (representación iconográfica que tiene una reproducción),
- 3) Imágenes de no imágenes (letras que no guardan semejanza con alguien o algo, pero si se relacionan con una imagen conocida para el espectador);
- 4) No imágenes de imágenes (la descripción de una imagen de manera verbal).

16 G. Cohen-Seal, *et al*, LA INFLUENCIA DEL CINE Y LA TELEVISIÓN, Editorial FCE, México, 1967. p. 35

17. Gutiérrez, Francisco, EL LENGUAJE TOTAL, Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1989, p. 107



- C) La imagen, forma de expresión Puesto que forma un lenguaje que nos permite comunicarnos
- D) La imagen es significativa Como representa la realidad proporciona información llena de significados específicos.

Existen imágenes espectaculares, que son "huellas visuales cristalizadas de algo que, necesariamente, ha estado ahí, frente a ellas mismas".<sup>18</sup> Dentro de éstas se encuentran las imágenes retintanas, en donde la retina actúa como un espejo y las imágenes presentan lo real. Ellas no se consideran signos porque no representan, son reflejos

Las imágenes delirantes evocan algo que no está presente, llegan a mentir tanto que se cree con seguridad, firmeza, en la presencia de lo ausente. Son representativas de lo no real aunque sí de lo imaginario; en una imagen religiosa se representa una luz entorno a su silueta que afirma la *divinidad*, interpretándose como algo verdadero

Por eso se argumenta que "el signo es todo lo que nombra algo ausente y al hacerlo o al nombrarlo, acreditan la presencia de lo ausente"<sup>19</sup> Las imágenes icónicas son signos porque nombran de manera visual algo ausente y acreditan su ausencia. Ellas representan lo real, no presentan nada y pertenecen al orden semiótico

La imagen como uno de los componentes más importantes de los medios de comunicación audiovisuales, y en este caso en la televisión; tiene una característica que la hace peculiar: el movimiento. Al hablar de la imagen-movimiento nos referimos al objeto "es la cosa misma captada en el movimiento como función continua. La imagen-movimiento es la modulación del objeto mismo"<sup>20</sup>

18. González Requena, Jesús, *EL ESPECTÁCULO INFORMATIVO*, Editorial Akal, España, 1989, p 53

19. *Ídem*.

20. Deleuze, Gilles, *LA IMAGEN TIEMPO*, Estudio de cine 2, Editorial Paidós Comunicación, España, 1987, p. 46

Esta relación expresa un todo que cambia (tiempo) y se establece entre objetos: siendo un proceso de diferenciación, teniendo dos lados; el que toda ella expresa y según los objetos entre los cuales pasa; y un proceso de especificación en el cual la imagen-movimiento supone intervalos. "si la referimos a un intervalo, aparecen especies distintas de imágenes, con signos por los cuales ellas se componen, cada una en sí misma y unas con otras".<sup>21</sup>

21 *Ibidem.* p 48

### C. ICONOGRAFÍA ELECTRÓNICA

Al analizar algún medio de comunicación hay que basarse en la *materia significante*, entendiendo a ésta como al tipo de elementos sensoriales con que están compuestos los significantes del mensaje.

Los elementos sensoriales integran lo visual, auditivo, olfativo, táctil y gustativo. Sobre las materias significantes "... se construyen las series informacionales que son los procesos empiricos de transmisión de signos que obedecen a un código"<sup>22</sup>

En un discurso icónico encontraremos, por lo tanto "la serie informacional icónica presenta dos tipos de elementos de estructura: las imágenes dinámicas (filmadas, diferidas o directas), y las imágenes estáticas (fotografías, dibujos, cuadros, mapas, etc ).

La serie informacional lingüística presenta dos variantes de elementos de estructura, según la materia significante involucrada. la visual (signos lingüísticos proyectados) y la auditiva (palabras).

La serie auditiva paralingüística presenta dos elementos de estructura. la música y el sonido; la visual paralingüística genera los efectos gráficos no analógicos que sirven para separar unidades. Finalmente existen también una serie no lingüística (el ruido y las alteraciones visuales)<sup>23</sup>

Si aplicamos estas series al televisor como aparato electrónico y que transmite las imágenes, éstas formarán un sistema de signos icónicos; originando una **iconografía electrónica** (descripción de imágenes).

En la televisión las imágenes-signos son aquellos objetos visuales que están por otra cosa, que tienen la función de comunicar y significar por ausencia del objeto real, ubiquemos los noticiarios televisivos como ejemplo:

22. Casasús, Josep María. IDEOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Editorial Mitre, Barcelona, 1985. p. 57

23. *Ibidem*, p 96

Al presentarse en la pantalla esos signos pueden ser de diferentes clases, correspondiendo al uso interpretativo que el noticiario o programa haya previsto para el espectador

I. Signos que permiten inferencias naturales que sirven al noticiario para dar indicios de la información. Los signos de inferencias naturales son aquellos que "permiten al espectador saber en qué tiempo se está emitiendo con una corresponsalía o bien desde el estudio, si el corresponsal se encuentra en un estudio o en la calle, etc."<sup>24</sup>

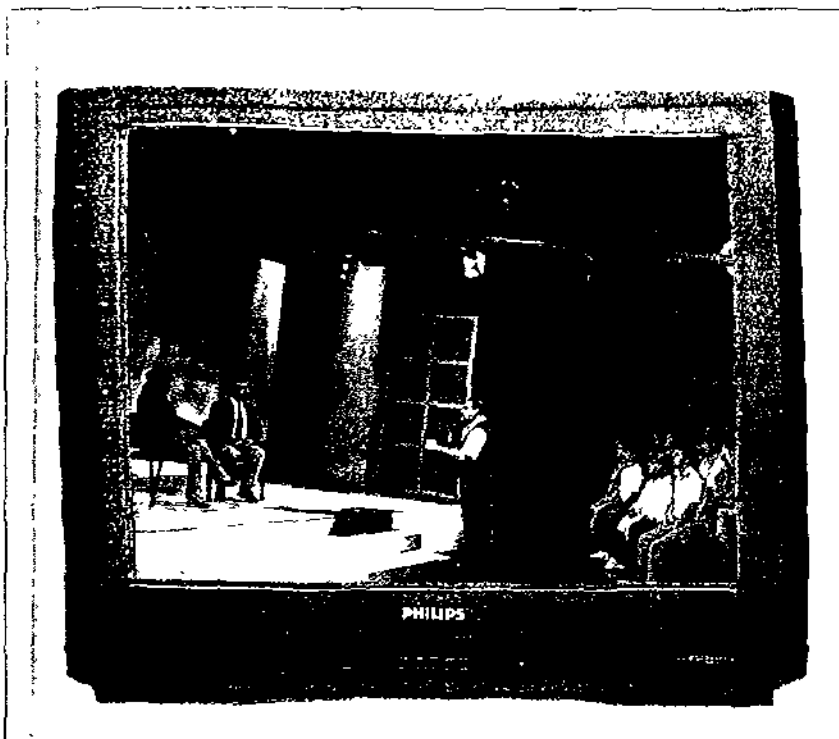
II. Signos de equivalencias arbitraria, son los que emiten con la intención de comunicar algo, que va más allá de la noticia estricta. Algunas características son las viñetas que de forma digital se dibujan y que se encuentran junto al presentador, como el logotipo de un programa, el color de las imágenes del estudio, etc



SIGNO DE INFERENCIA NATURAL  
(Transmisión desde el estudio)

Foto THEO

24 Vilches, Lorenzo, MANIPULACION DE LA INFORMACION TELEVISIVA, Editorial Paidós Comunicación, España, 1989, p. 279



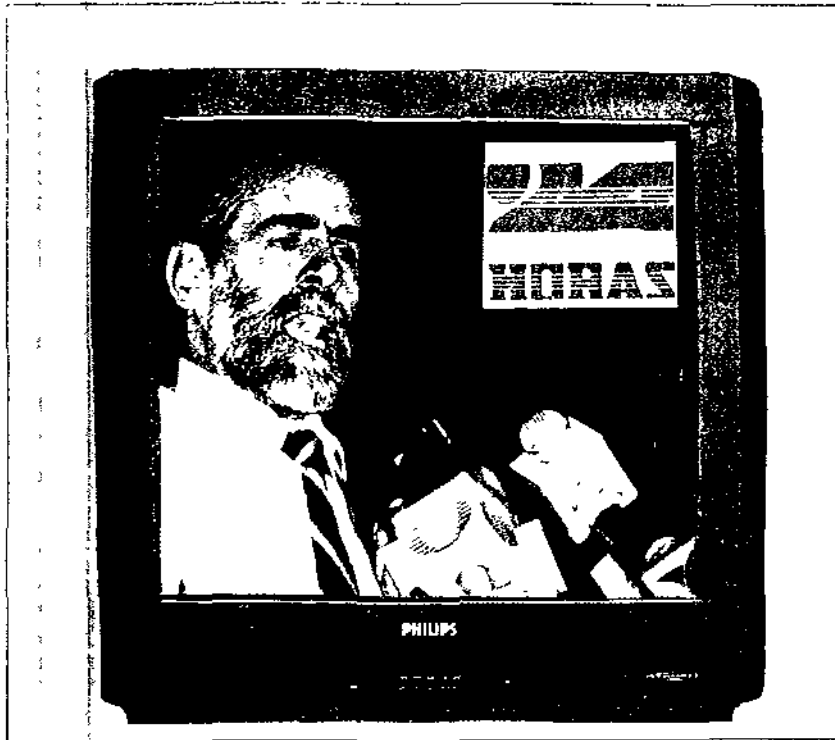
SIGNO DE INFERENCIA NATURAL  
(Transmisión desde el estudio)

Foto THEO



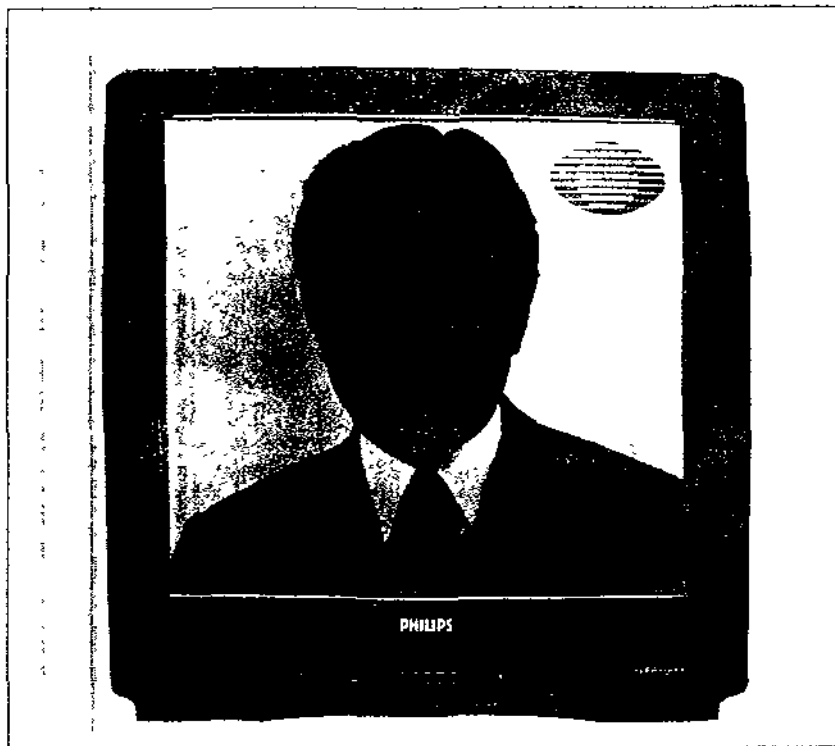
SIGNO DE INFERENCIA NATURAL  
(Transmisión desde el lugar del hecho)

Foto THEO



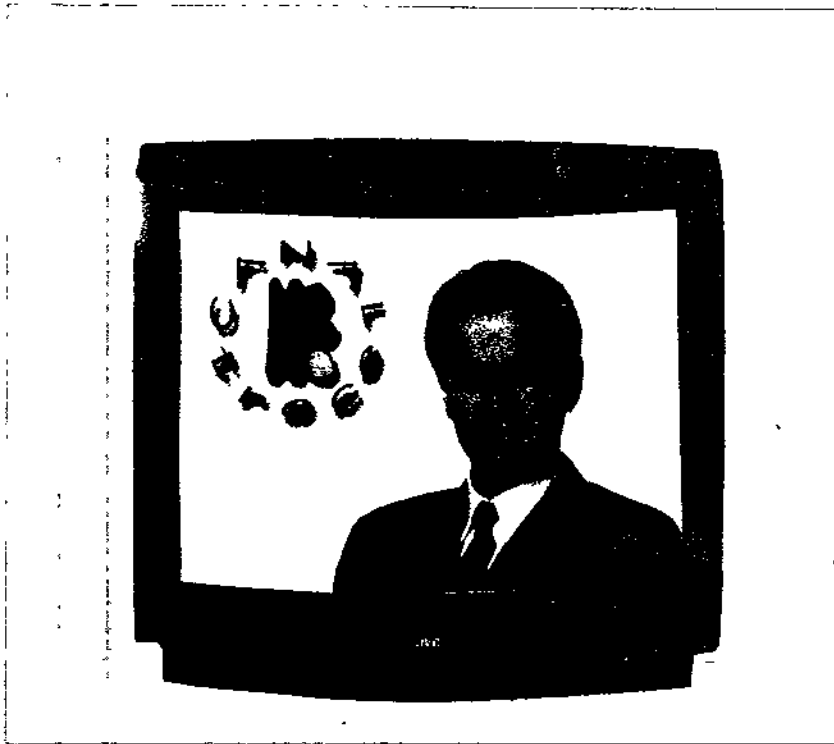
SIGNO DE INFERENCIA NATURAL  
(Transmisión desde el lugar del hecho)

Foto THEO



SIGNOS DE EQUIVALENCIA ARBITRARIA  
(Conductor y logotipo de la empresa TELEVISA)

Foto THEO



SIGNOS DE EQUIVALENCIA ARBITRARIA  
(Conductor y logotipo de CANAL 13)

Foto THEO

III Signos de equivalencia analógica son los que conocemos como mapas y gráficos. Tienen cierta analogía (similitud) con el objeto que quieren describir.

IV Signos para resaltar un aspecto o enfatizar, aquí pertenecen los dibujos y diseños porque reproducen objetos concretos para enfatizar o reducir al mínimo significativo, un elemento determinado.

V Signo-emblema son los que reproducen no mucho a la forma como el contenido de algo o de alguien. Signos que tienen un carácter simbólico y que por consecuencia no son usados libremente y no fuera de su contexto, por ejemplo los símbolos patrios (bandera o himno nacional) de un determinado país, son empleados generalmente en su propia nación y sólo si se requiere en eventos internacionales.



SIGNO DE EQUIVALENCIA ANALÓGICA  
(Mapa)

Foto THEO

### Imágenes fijas

Al hablar de las imágenes fijas, estas implican las fotografías, gráficos, dibujos y pinturas que constituyen o complementan a las imágenes en movimiento e ilustran icónicamente una noticia. Pueden constituir por sí misma la noticia y conservar un espacio visual del entorno aunque transcurra el tiempo.

La fotografía tiene un aspecto realista, de vivacidad que aumenta la comunicación de la noticia. Se ha intentado someter al orden del signo y del sentido: perspectiva, composición, angulación, encuadre, etc. puede decirse que en una fotografía hay signos que representan la realidad, además estos nos dan información sobre otros signos e igualmente connotan y denotan.

La fotografía por ser un medio para comunicar un mensaje, para informar, la podemos emplear como documental, artística y semánticamente (como texto o lenguaje).



La fotografía como texto puede emplearse de las siguientes formas: *la foto como narración*, montajes de imágenes-palabras y de imágenes-idea. Por ejemplo las que se utilizan en las fotonovelas. La foto-texto permite en la medida de lo posible, la generalización, la conceptualización y la expresión de una realidad total.

*La foto como opinión*: versión de una opción ideológica, expresa lo que piensa su autor del hecho representado. Como relación de ideas: encadenamiento de imágenes (aisladas a veces) que explican la significación de las cosas mediante alejamientos, contrastes, oposiciones. Como símbolo, lo que se encuentra en ella expresa una emoción, un sentimiento.

El dibujo es más efectivo para el recuerdo puesto que su estructura implica el aislamiento de las figuras sobre los fondos, manipulación de volúmenes y formas, el color y el espacio contribuyen a formar una unión directa entre lo que se muestra en la pantalla y el contenido de la noticia. "Es la representación gráfica de objetos, seres, imágenes o figuras sobre los más diversos materiales."<sup>25</sup>

"La pintura es del orden simbólico y sus imágenes son signos icónicos dotados de una excepcional plenitud y armonía de un imaginario felizmente ordenado por lo simbólico. Nada de lo real cabe, por eso, en ella".<sup>26</sup>

Los mapas también tienen una función informativa y comunicativa. "Un mapa es una imagen figurativa cuya función consiste en crear analogías entre la forma que presenta y la capacidad de hacer inferencias y simbolizaciones por parte del observador".<sup>27</sup>

Mediante el proceso de inducción-deducción cognoscitiva del espectador, las relaciones entre imagen y lo que el conductor dice en ese instante en *voice out*, el mapa tiene importancia por el solo hecho de que el espectador se sitúa; son instrumentos de localización que ayudan a que el espectador recuerde donde se desarrolla el hecho, la información.

25 Martínez, José, *Op. Cit.*

26 González Requena, Jesús, *Op. Cit.*, p. 57

27 Vilches, Lorenzo, *Op. Cit.*, p. 286

## LAS IMÁGENES DINÁMICAS (filmadas, diferidas o directas).

La imagen en directo es la presencia inmediata del acontecimiento, de acción que lleva una continuidad y que junto con la transmisión se sincroniza en tiempo real.

La realización entre el mundo real y la transmisión televisiva es una condición suficiente pero no necesaria para que la señal sea presentada, ya que la imagen televisiva es el producto de un lenguaje televisivo, el cual consiste en una armonía conjunta del espacio y del tiempo con el suceso y que se realiza por medio del montaje y la narración. No es básico que el hecho sea visualizado de manera inmediata, ya que a veces es imposible.

En ocasiones se graban los eventos que surgen para que posteriormente se manipulen y se presenten después (diferidas). Estas transformaciones son de cronometrar el tiempo, si lleva texto y/o diálogo para ajustarse a las imágenes, se redacta la noticia, se edita. Las imágenes grabadas ayudan en la narración del hecho y sirven como expectativa de connotación.

A veces se cuenta con un archivo de imágenes (videoteca) que permiten encontrar determinada imagen o imágenes que son necesarias para apoyar a otras y también a la noticia.

### Ruidos y alteraciones visuales

Con respecto a la serie no lingüística (ruidos y alteraciones visuales), tenemos que en el proceso de comunicación si es manejado, transmitido o la recepción del mensaje no son adecuadas y son mal manejadas, ocasionarán las distorsiones del contenido dando como resultado que los observadores (televidentes) receptores, no entiendan ese mensaje. A esto se le llama **ruido**.

El ruido puede ser **semántico** porque la codificación del lenguaje o de las imágenes no están bien estructurados para emitir un mensaje claro y fácil de entender; **operativo** por iluminación, encuadre, tomas, etc.; **técnico** por fallas del equipo y también **psicológico** por distracción o por alguna enfermedad que impida ver o escuchar al receptor.

Todo lo visto en el presente capítulo nos otorga los elementos básicos para poder desarrollar un análisis semiótico de la imagen televisiva de un programa, en el cual intervendrá el manejo del signo, objeto e interpretante en un fenómeno de la comunicación visual y, más específicamente en la iconografía electrónica, así como de otros elementos mencionados. A continuación profundizaremos en aspectos más detallados de la imagen televisiva.

## **CAPÍTULO II LA IMAGEN POR TELEVISIÓN**

- A. IMAGEN TELEVISIVA
- B. SIGNIFICANTES DE LA IMAGEN TELEVISIVA
- C. LENGUAJE TÉCNICO EN LA IMAGEN TELEVISIVA

## CAPÍTULO II LA IMAGEN POR TELEVISIÓN

### A. IMAGEN TELEVISIVA

Como hemos visto, en el campo semiótico encontramos la base fundamental para entender la importancia de los signos tanto teórica como práctica dentro de nuestro entorno y de manera más específica en un medio de comunicación la televisión.

Ahora corresponde profundizar en la **imagen televisiva** como tal; que sin duda se verá relacionada con lo expuesto en el capítulo anterior.

El medio de expresión con mayor importancia en la televisión es la imagen, la cual parece simplemente un producto integrado sin dificultad, sin embargo lleva y tiene una superestructura que tiene su razón de ser en que se logre el mensaje.

Cada imagen que se observa es un signo que lleva consigo un significado y por consiguiente "información". Así las imágenes llevarán un indefinido número de significaciones que no sólo al transmitir las llevan aquellos elementos gramaticales televisivos, del sonido y hasta expresiones corporales para complementarse y lograr que el mensaje al ser transmitido sea comprendido o no.

La imagen televisiva es uno de los signos que combinado con otros forman un lenguaje televisivo, "es el significado del objeto que se representa, lo que indica que la imagen es la significación del objeto presentado en la pantalla. La imagen tiene un significado propio, aislado y adquiere otro significado al ser combinado y ordenado de alguna manera con otros elementos, otros códigos".<sup>1</sup>

En el lenguaje televisivo existen como hemos dicho, una variedad de sistemas de signos que en conjunto constituyen el mensaje. Está compuesto por tres códigos fundamentales: las imágenes, sonidos musicales o ruidos y emisiones verbales y de aquí una diversificación de subcódigos.

1. Ahumada Barajas, Rafael, ANÁLISIS DE LA IMAGEN TELEVISIVA, Editorial UNAM-ENEP Aragón, México, 1996, p 15

Umberto Eco<sup>2</sup> quien ha estudiado la semiótica de los medios audiovisuales, presenta el sistema de códigos y subcódigos que se presentan en un mensaje transmitido por televisión:

- 1 *El código icónico*, que también comprende:
  - a) subcódigo iconológico
  - b) subcódigo estético
  - c) subcódigo erótico
  - d) subcódigo del montaje
 (éstos en el nivel de la selección de las imágenes)
- 2 *El código lingüístico*, que también comprende:
  - a) jergas especializadas
  - b) sintagma de valor estilístico adquirido
- 3 *El código sonoro*, que también comprende:
  - a) subcódigos emotivos
  - b) sintagma de valor estilístico adquirido
  - c) sintagma de valor convencional.

El código icónico se basa en los procesos de percepción visual el cual se apoya en la fuerza comunicativa de los mensajes televisados. La comunicación por imágenes permite una inmediata referencia al referente, reconoce lo que nunca se ha visto y no necesariamente sirve lo verbal.

El subcódigo iconológico abarca las imágenes que nos connotan otra cosa por tradición o convención; viejito cargando un niño connota *abuelo*.

El subcódigo erótico, se funda en un ordenamiento histórico sociológico del gusto. Una mujer con determinada ropa puede ser sensual para una sociedad determinada, para otra puede ser vulgar o inmoral.

El subcódigo del montaje, se establecen reglas para ordenar o combinar las imágenes según la televisión, desde un encuadre hasta las secuencias "imágenes ordenadas".

El código lingüístico son todas aquellas formulaciones verbales de una transmisión.

Jergas especializadas de ámbitos específicos: política, económica, deportiva, etc.

2. Eco, Umberto, LA ESTRUCTURA AUSENTE, Editorial Lumen, España, 1975, p. 510

Sintagmas estilísticos, estos equivalen a los subcódigos estéticos en un código icónico: connotan clase social, actitud artística y las figuras retóricas (ironía, miedo, sospecha).

El código sonoro comprende los sonidos musicales y gramática tonal. Los sonidos sólo se denotan a sí mismos y los ruidos tienen un valor imitativo que ya conocemos

Subcódigo emotivo, por ejemplo una música de suspenso.

Sintagmas estilísticos, tipología musical, una melodía es del rancho, de la ciudad, clásica.

Sintagma de valor convencional, los toques de carga, rancho, silencio que posteriormente asumen valores connotativos, como el toque de queda y el himno nacional

Continuando con lo que nos interesa *la imagen*, podemos decir que una serie de imágenes (signos) forman por lo tanto un texto semiótico que al espectador le sirve para reconocer, conocer e interpretar un determinado conjunto de hechos.

De acuerdo con esto, Lorenzo Vilches un estudioso de la televisión española, menciona que las imágenes funcionan como textos dentro del sistema de producción de noticias.<sup>3</sup> Siguiendo esta función las divide en imágenes de reconocimiento, de ostensión, de réplica y de invención<sup>4</sup>

### IMÁGENES DE RECONOCIMIENTO

Tienen la función de dejar testimonio de un acontecimiento, *huella* del pasado, por ejemplo los restos de un incendio; otras que funcionan como síntoma de acontecimientos, de estados o como resultado de algo (niños desnutridos: pobreza), y también indicios, es decir, como pistas de reconocimiento de signos. Aquí la cámara tiene un papel activo porque muestra como están las cosas al espectador

### IMÁGENES DE OSTENSIÓN

Son las que demuestran o exhiben directamente al espectador, cuando se exhiben a los presentadores, corresponsales y/o al público en general

3. Mayor referencia de imagen-texto recurrir a "LECTURA DE LA IMAGEN" de Lorenzo Vilches

4. Vilches, Lorenzo, *MANIPULACIÓN DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA*, Editorial Paidós Comunicación, España, 1989, p 108

## IMÁGENES DE RÉPLICA

Son aquellas que tienen una función de vector, las cuales sirven para indicar dirección, crecimiento y niveles de un dato o hecho

Esta clasificación de signos-imágenes también van dirigidas al tipo de actitud que el espectador desarrolla frente a ellas

**EL RECONOCIMIENTO** El espectador al ver las imágenes (de objeto o acción) la comprende como expresión de algo (contenido) porque ya la conoce anteriormente (experiencia) o por propia correlación o inferencia.

**LA OSTENSIÓN.** Es involuntaria a diferencia de las demás. Como la equivocación repetida del conductor al dar una noticia, también corresponde a la muestra de un objeto o a una reacción que se selecciona como la expresión de una clase de objetos o acciones a la que pertenecen.

**LAS RÉPLICAS.** Son imágenes artificiales que constituyen verdaderos signos-imágenes. Tienen la característica de la seriedad y la repetición, por ejemplo la noticia de un acontecimiento muy importante a un nivel nacional es repetida en diferentes noticiarios, pero cada uno de ellos le da un tratamiento particular (estilo y corriente); igualmente corresponde a la repetición de algo que se acaba de emitir o algo de otra cadena en directo.

## IMÁGENES DE INVENCION

Son las que son creadas por todos aquellos aparatos electrónicos o dibujantes "Las imágenes de los telediaros tienen una función semiótica, porque sirven a los espectadores para poner en relación una forma expresiva con un significado".<sup>5</sup>

Existen dos tipos de imágenes que se utilizan con carácter indicativo en el noticiario, el logotipo y el pictograma.

El logotipo es aquel que tiene la intención de identificar algo, así el espectador podrá mediante éste la identificación del noticiario. "El logotipo es una imagen o una figura de construcción artificial que, por una serie de convenciones gráfico-perspectivas, el espectador u observador puede leer como signo icónico, el pictograma aparece más "realista", es decir, con un grado de analogía y de motivación respecto al objeto que presenta"<sup>6</sup>

5. Vilches, Lorenzo, *Op Cit.*, p. 115

6 *Ibidem*, p 117

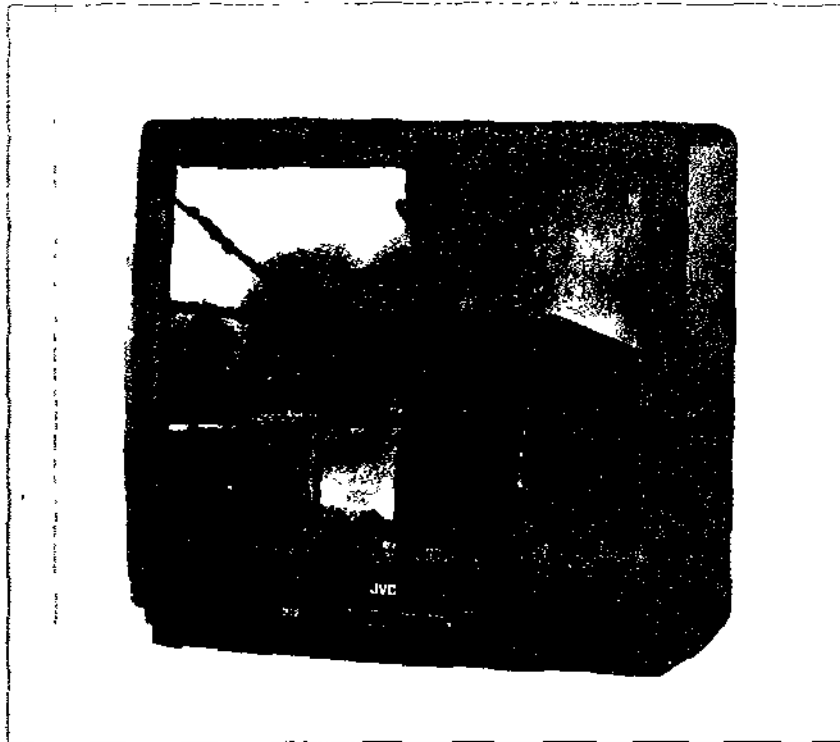


IMAGEN DE RECONOCIMIENTO  
(Indicios de un incendio)

Foto JHEO



IMAGEN DE OSTENSIÓN  
(Conductor ante la cámara)

Foto JHEO



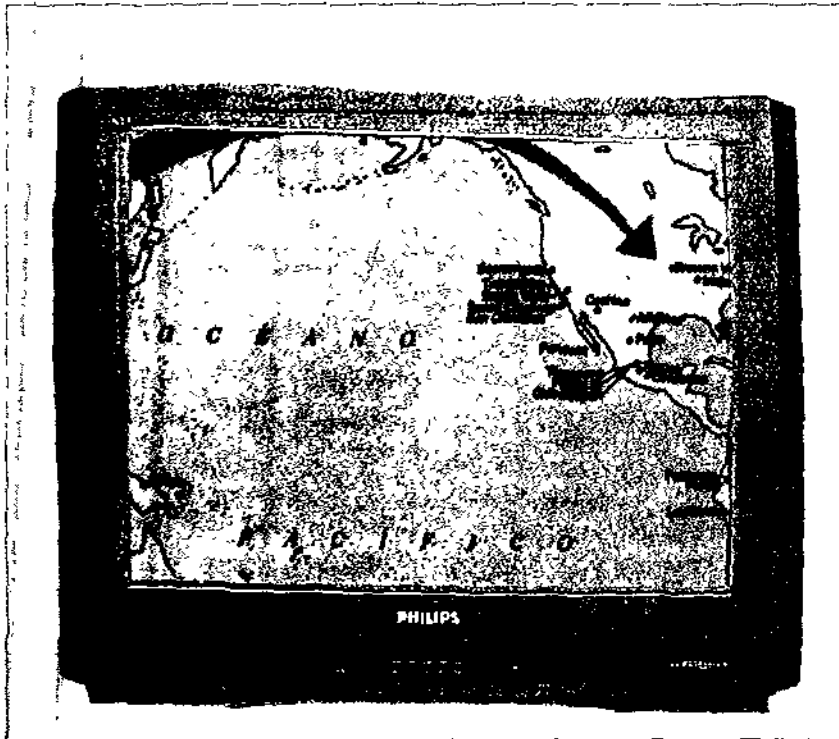


IMAGEN DE REPLICIA

Foto THEO



LOGOTIPO Y SLOGAN

Foto THEO

### Modelos de análisis de la comunicación visual

Como se ha mencionado, Umberto Eco ha investigado a profundidad los fenómenos de la comunicación visual, sus aportaciones en el libro de **la estructura ausente** se dedican a este punto; a los mensajes visuales y a la fundamentación de la semiótica del cine, televisión, publicidad, etc. Proporciona un modelo de análisis de la comunicación, en una estructura visual-verbal del mensaje, siendo comunes los códigos para la transmisión del mensaje y la descodificación por el receptor. Dicho modelo consiste en el registro de:

- A. Registro visual de imágenes contenidas en el anuncio. Se toman en cuenta la composición, encuadre, movimientos, denotaciones del o de los iconos.
- B. Descripción del registro verbal o mensaje escrito. Se consideran todas las letras, palabras, enunciados del anuncio. Lo importante aquí es la función de confirmar lo que las imágenes habían dicho.
- C. Relaciones entre los dos registros. El registro verbal establece los significados que se desprenden del registro visual (imágenes) haciendo redundante la relación con la imagen.

Roland Barthes en **La retórica de la imagen** aborda el análisis de un objeto-mensaje que sea emitido por cualquier medio de comunicación visual, explicando la existencia de tres mensajes en los códigos visuales:

I. *Mensaje lingüístico o literal*. Éste está presente en cualquier imagen: título, diálogo de película, narración de un hecho presentado en televisión, etc. Las funciones de este mensaje son:

**ANCLAJE** Al darse el mensaje él mismo provoca que el observador (espectador) seleccione una de las muchas significaciones que la imagen ofrece.

**RELEVO** El mensaje da al observador la elección de uno de los significados.

II. *Mensaje denotado o denotativo*. Es aquella descripción o manifestación verbal de todos los elementos que conforman el objeto de estudio; es la descripción de los objetos en un mensaje visual.

III. *Mensaje connotado o connotativo*. Es toda aquella interpretación de los elementos presentes en la imagen, los significados del contenido que se expresan con exposición.

Estos dos modelos serán útiles para comprender y dar una interpretación a las imágenes que se presenten por televisión.

## B. SIGNIFICANTES DE LA IMAGEN TELEVISIVA

Si observamos con detenimiento la imagen televisiva de un programa, podemos identificar los significantes de ésta, es decir, todo aquello que nos proporciona información y a los cuales podemos dar lectura. Los elementos que conforman a la imagen televisiva, tienen determinadas características, funciones propias y hasta intenciones.

Por lo tanto podemos señalar los siguientes significantes de la imagen televisiva:

1. Escenografía
2. Sujetos
3. Comunicación no verbal
4. Mensaje escrito
5. Gráficos
6. Color
7. Iluminación
8. Sonido

los estudiaremos individualmente y por supuesto relacionados al campo televisivo.

### ESCENOGRAFÍA

Es el conjunto de elementos: decorado, accesorios y objetos que representan un ambiente, un lugar donde se desarrolla la acción o el *set* donde se presenta el programa. Así el espectador se sitúa y puede describir como es el sitio; esos elementos nos proporcionan información y podemos decir si una casa es lujosa, humilde, si es un bosque, desierto, playa, etc. De acuerdo con el lugar que se quiera representar se utilizarán los recursos necesarios para que sea creíble o en su defecto puede ser un lugar natural.

**ACCESORIOS** (utilería/ambientación). Son aquellos productos, artículos y herramientas que en una escenografía ambientan el lugar. Si hablamos del decorado de una sala, el tipo de muebles, las lámparas, floreros, etc., nos permiten determinar si se trata de una sala de una casa lujosa o humilde.

También los accesorios pueden ser parte del sujeto (joyería, vestuario) para caracterizar su personalidad (sí mismo) o al sujeto que representan (actor). El vestuario que utiliza el sujeto

también determina que tipo de persona es, nosotros lo tipificamos basándonos en nuestro contexto cultural y social, también determinaremos la época y el lugar.

Si observamos a un locutor con frecuencia en distintos programas podremos descifrar su gusto en su vestuario; si un actor emplea una mochila, cuadernos, lápices, lo identificaremos como un estudiante.

“Podemos decir que en televisión los accesorios son el adjetivo; se puede mostrar a través de la caracterización los conceptos de elegancia, buen gusto, orden, desorden, limpieza, suciedad, etc., es lo que se podría denominar como la utilería de mano y el vestuario”.<sup>7</sup>

Objetos y accesorios pueden considerarse como similares, sin embargo, los objetos son aquellos que forman parte de la acción o la producen; por ejemplo una motocicleta, un coche, un avión, etc.; también pueden adquirir un valor dramático o emocional cuando dejan de ser un simple accesorio, por ejemplo un rollo de película fotográfica que contiene información sobre un delito y tratan de recuperarlo.

## SUJETOS

En la televisión las personas que intervienen ante la pantalla son los conductores, actores, reporteros, e incluso gente común. Cada uno de ellos tiene una función: los conductores guían un programa, los actores representan un papel, los reporteros cubren e interpretan los hechos y las personas comunes actúan como público o participan directamente en las notas. Según la tarea que desempeñan dan expresividad a la imagen televisiva e información a quien los observe, de hecho los podemos tipificar otorgándoles ciertas características que los identifique.

## COMUNICACIÓN NO VERBAL

El hombre a través de diversos medios ha podido comunicarse y no necesariamente emitiendo sonidos por el habla. Existen diversos lenguajes que nos permiten la comunicación, en este estudio nos interesa la no verbal; implicando un lenguaje mímico, de ademanes, señales, gesticulaciones, posturas, etc., por lo tanto este conjunto de lenguajes pertenecen a la llamada *comunicación no verbal*<sup>8</sup> o *comunicación kinésica*.

7 Ahumada Barajas, Rafael, EL GUIÓN DE TELEVISIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, Editorial UNAM-ENEP Aragón, México, 1996, p.45. Trabajo mimeografiado.

8 Ruesch J. and Kees W, NONVERBAL COMMUNICATIONS, Notes on the visual perception of human relations. Berkeley y Los Ángeles: University of California Press, 1956.

La *Kinésica*<sup>9</sup> es definida por un antropólogo llamado Ray Birdwhustell, como aquella forma de expresión mediante movimientos corporales. De esta manera en la imagen televisiva dichos movimientos expresarán algo, reforzarán una intención

Este tipo de comunicación refuerza a la comunicación verbal. En el medio ambiente donde nos desarrollamos, las señales no verbales son convencionales porque con frecuencia las utilizamos y hasta alcanzan tal importancia que forman parte de nuestra cultura.

A los movimientos corporales nosotros como individuos les asociamos ciertas interpretaciones acorde al contexto, aunque al mismo tiempo una señal, un movimiento puede tener dos significados distintos para dos personas; por esa situación el medio ambiente influye en nuestros atributos hacia el significado

"El significado depende en parte de las características del comportamiento mismo. La ubicación del comportamiento dentro de la corriente de interacción claves respecto a su significado".<sup>10</sup>

Una señal puede ser muy abstracta y abarcar muchos significados o incluso ser muy concreta, por ejemplo la "V" formada por los dedos de la mano y que significa "paz". Dentro de un estudio de televisión algunas señales en la producción de un programa, durante una emisión en vivo generalmente las entienden sólo las personas que se encuentran en contacto en ese campo.

Los antropólogos Ekman y Friesen<sup>11</sup> estudiaron cinco tipos de comportamientos no verbales:

1. **Los emblemas** Que tienen una traducción verbal, como el código que utilizan los sordomudos.
2. **Los ilustradores.** Son gestos que acompañan e ilustran nuestra habla.
3. **Las demostraciones.** Son expresiones de emoción (afectos) que generalmente se reflejan en el rostro

9. Birdwhustell, Ray, INTRODUCTION TO KINESICS, University of Louisville Press, 1952.

10. Fernández, Carlos, *et al*, LA COMUNICACIÓN HUMANA. Editorial McGraw Hill, México, 1993, p 207

11. Ekman P. and Friesen W, THE REPERTOIRE OF NONVERBAL BEHAVIOR, Categorias, origins, usage and coding, Semiotica, 1969.

4. **Los reguladores.** Comportamientos que sirven para mantener el flujo de idea y vuelta del habla y de escuchar la conversación.
- 5 **Los adaptadores.** Comportamientos que llamamos *tics nerviosos*.

A veces al realizar dichos comportamientos lo hacemos inconscientemente, sin embargo, podemos controlarlos para proyectar una buena apariencia o buenos modales (se crean reglas).

En la televisión los presentadores tendrán que saber manejar sus movimientos, pues ciertos malos hábitos como la inmovilidad, la exageración de gestos, tics nerviosos, al verse en la pantalla no serán agradables y de alguna forma existirá un rechazo por parte del televidente. También a través de los gestos o movimientos del conductor puede dejar entrever su postura ante una noticia determinada (editorializar la información)

Dentro del medio en donde el individuo se desarrolla la comunicación no verbal puede determinar.

- a) **Identidad:** Sexo, edad, personalidad, nivel socioeconómico, forma de vestir, origen geográfico, peinado, apariencia física, etcétera
- b) **Capacidad de relacionarse con otros:** Situarse una persona junto a la otra y que mantengan algún tipo de relación entre ellos, como un abrazo, saludo, palmada, un beso, nos permitirá determinar el tipo de relación de acuerdo con la situación. Nos puede describir una relación de poder, dominio, etcétera.
- c) **Sentimientos y emociones:** Las emociones generalmente son expresadas por movimientos faciales aunque otros corporales pueden indicar cansancio, nervios, entusiasmo, etc.; que actúan como indicadores de la intensidad de la emoción. Las expresiones del rostro pueden mostrar afectos: Sorpresa, miedo, repugnancia, etcétera.

La organización de señales, gestos, movimientos corporales, expresiones faciales, miradas, posturas, etc., logran expresar un mensaje y establecer un diálogo; pueden persuadir para crear o actuar algo positivo o negativo. En la televisión los presentadores, reporteros, entrevistadores al mirar a la cámara establecen una comunicación con el público televidente y todos los

movimientos que conforman la comunicación no verbal van a reforzar o disminuir lo verbal del mensaje

## MENSAJE ESCRITO

Si hablamos de un mensaje escrito nos referimos a la *comunicación escrita*. La escritura es la representación del habla por medio de signos lingüísticos (Saussure) que al irlos combinando podremos emplearlos para crear oraciones, frases, títulos, párrafos, enunciados, etc., que llevan un contenido y un mensaje; deben construirse, empleando una sintaxis y una redacción para que se puedan comprender.

“En la escritura, el significante es la palabra escrita, son los rasgos, las líneas, la forma o figura de las letras. El significado no son los trazos, los rasgos físicos de la letra, es la idea que se despierta o se evoca en la mente al ver los gráficos, pero que se representan en la mente del que oye el sonido, o del que ve los rasgos de las letras”.<sup>12</sup>

Al establecer una comunicación lingüística, ésta tendrá dos elementos: la *comunicación denotativa* que es aquella que expresa las ideas de forma sencilla y precisa, expone lo necesario de un asunto, y, la *comunicación connotativa* que es cuando los enunciados dan más información, la amplían con los datos para exponer el mensaje

Ahora bien, dentro del campo televisivo la comunicación escrita (letras, números, signos) auxilia a fortalecer un mensaje, complementa la información de la imagen, sirve para dar un dato o sustituir una imagen. De igual manera auxilia a la identificación de los elementos informativos más destacables de las imágenes; a la clarificación de la vaguedad y ambigüedad del contenido de la imagen; como apoyo contextualizador, a analizar el significado de la imagen mediante la explicación precisa de lo que representa para evitar interpretaciones erróneas y orientar la lectura de la imagen resaltando los puntos de interés informativo.

Por medio de un generador de caracteres se realizan los títulos, créditos, etc.; éstos deberán ser breves, concretos, nítidos, sin saturar la pantalla, permanecer el tiempo suficiente para leerlos y tienen una determinada tipografía

12. Méndez Torres, Ignacio, EL LENGUAJE ORAL Y ESCRITO, Editorial Limusa, México 1994, p.267

Las letras pueden ser en color, delineadas, llenas, con un fondo distinto, sombreadas, etc., animadas y con movimiento. Los letreros identificarán a las imágenes que por lo general son colocadas a un tercio de la pantalla. El mensaje escrito puede adquirir diversas características según las necesidades de la producción del mensaje.

## GRAFISMO

El grafismo como representación de la realidad se refiere al proceso manual (por medio de figuras, dibujos, líneas, barras, círculos, etc.) o técnico (fotografía) de representar iconográficamente la realidad <sup>13</sup>

El grafismo contribuye a la comprensión visual de un hecho y se ramifica en: grafismo de acciones, de datos y de organizaciones.

**GRAFISMO DE ACCIONES** Los dibujos son medios para describir acciones, hechos y escenarios informativos, representan una realidad que al haber sido imprevisible, no se obtuvo ninguna otra imagen originando lo que hoy es conocido como *realidad virtual*.

**GRAFISMO DE DATOS:** La información de datos y estadísticos para ser difundidos, se acumularán cifras claramente para una visualización de la percepción y retención del lector. Esto permite que de un vistazo se puedan comparar y contrastar datos.

Los recursos van a adquirir gran variedad de formas, de volúmenes y de colores; los más utilizados son.

**Representaciones lineales.** Mediante líneas se representan datos de acuerdo a la distribución de coordenadas de la representación clásica de estadísticas.

**Representaciones rectangulares** Los gráficos adquieren volumen en forma de cuadros o rectángulos. Así, las cifras pueden compararse de un sólo vistazo según el tamaño de cada uno. Se utiliza el color para diferenciarlos.

13. Cebrián Herreros, Mariano, GÉNEROS INFORMATIVOS AUDIOVISUALES, Editorial Ciencia 3, Madrid, 1992, p. 369



Representaciones en forma de queso. Permite distribuir la forma circular y el volumen en proporciones de diferentes tamaños para comparar los datos y sus porcentajes.

Representaciones en forma de columnas. También llamado *barras horizontales*, se utilizan para hacer notar las diferencias de uno o más datos a lo largo de un tiempo de manera visual; se pueden contrastar los tamaños o altura de cada columna.

El grafismo también suele acompañarse de la cartografía, en donde se agrupan los mapas y los croquis; y del simbolismo gráfico que es la identificación visual de algo, identidad corporativo visual como el logotipo, del que ya hablamos anteriormente y que puede conjuntarse con otros elementos visuales icónicos, y el pictograma que tiene un nivel de abstracción elevado, pero que es comprensible por cualquier persona (no importa idioma o país).

En la producción de gráficas se debe considerar entonces: el estilo del diseño, tamaño, color, cantidad y coordinación de elementos gráficos en la pantalla.

- *El estilo del diseño* se refiere al tipo de gráfica que debe utilizarse, que sea más conveniente para entender el fenómeno en contexto y contenido.
- *El tamaño* se verá afectado por la pantalla y calidad de imagen pudiendo ser visualizado de manera fácil y rápida.
- *El color* deberá ser contrastante o una buena combinación

El grafismo es por tanto informativo, “apareciendo con unos grados de iconicidad muy variados y que va desde la mínima iconicidad de la representación de un dato estadístico, a la máxima posible en la prensa de la fotografía en color”.<sup>14</sup>

## **COLOR**

El color es un elemento estático de la comunicación audiovisual, él expresa algo, tiene contenido y está lleno de significados.

Se le puede atribuir diversos significados: social, afectivo, psicológico, simbólico, etc., que generan sensaciones en el perceptor. Toda valoración que se le dé a los colores tendrá como referencia el ámbito cultural donde se encuentra el interpretante.

14. *Ídem*.

“El color tiene en muchas ocasiones un significado fácilmente reconocible, sobre todo si está asociado con imágenes familiares, como las señales, o si se utiliza en figuras muy simples; no obstante cuando el color se asocia con otros elementos u objetos más complejos existen posibilidades de que no se reconozca su significado”.<sup>15</sup>

### Los significados denotativo y connotativo del color.

El significado del color como de los demás signos es cultural. La denotación “es la referencia inmediata que el código asigna a un término en una cultura determinada, llamado esta última referente del signo”.<sup>16</sup>

La connotación es cuando el intérprete le da valores al color, puede ser explicada por sus propósitos, intenciones, experiencias, tradiciones, culturas, etc., sin embargo, existen muchos significados denotativos y connotativos que tienen un significado universal.

W. Goethe en *La teoría del color*,<sup>17</sup> lo analiza desde un punto de vista físico, filosófico, simbolista, siguiendo el concepto de que los colores pueden agruparse en el amarillo (luz-positivo) y el azul (oscuridad-negativo). Para él las expresiones de los colores están relacionados con el reino natural: animal, vegetal, mineral, humano.

Por otra parte Le Heard,<sup>18</sup> señala que cada color representa una situación emocional, que cada color del arcoiris establece correspondencia con un periodo de vida humana, cualidades espirituales de edad determinada.

Otro estudioso llamado Schaire también señala que tiene asociación con lo afectivo, estados de ánimo, emociones y un potencial de excitación.

15. Ortiz, Georgina, EL SIGNIFICADO DE LOS COLORES, Editorial Trillas, México, 1992, p. 74

16 Eco, Umberto, *Op. Cit.*, p. 81

17 Goethe, Johan W, ESBOZO DE UNA TEORÍA DE LOS COLORES, Editorial Aguilar Madrid, 1950

18 Le Heard, COLOR HARMONY SPECTROM, California, 1945

Harold Küppers<sup>19</sup> menciona que hay ocho colores elementales: seis cromáticos y dos acromáticos. Los primeros son amarillo, magenta, cyan, azul violeta, verde y rojo-naranja; los acromáticos son el blanco y el negro.

Estos colores están basados en la relación que existe entre los tres componentes del órgano de la vista (3 tipos de células que rigen a 3 tipos de diferentes sensaciones correspondientes al azul, el verde y el rojo), sin embargo, de las tonalidades y cambios de luz se dan combinaciones de dichos colores ordenándolos en: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, morado, violeta y púrpura.

### Significados de los colores

#### ROJO

- Goethe. Asocia al rojo una dignidad, seriedad.
- Luckiesh Sangre, señal de peligro, poder, masculinidad, la ira, crueldad, amor, felicidad. El rojo es excitante y estimulante; autoridad.
- Kandinsky: Pasión y masculinidad
- Le Heard. El rojo es el primer color del arcoiris correspondiéndole la primera etapa, del nacimiento hasta los 10 años de edad No responsabilidades, libertad. Es el afecto, color del corazón, del espíritu, del amor, es conceptualizado como inestabilidad, transición, incoherencia, fuerza, potencialidad y si se combina con el negro es deseo de dominación y tiranía.

#### ANARANJADO (rojo amarillento)

Este color es el resultado de la combinación del rojo con el amarillo

- Goethe: Provoca choque, disturbio y sensación de calor.
- Kandinsky: Sustenta sentimientos de fuerza, energía, ambición, determinación, alegría y triunfo
- Le Heard. De acuerdo con la edad abarca de los 10 a los 20 años caracterizándose por la imaginación, se relaciona con la vida, el sol, la alegría, el entusiasmo, es excitante y deseo en el matrimonio.

<sup>19</sup> Koppers, Harold, FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA DE LOS COLORES, Editorial Gustavo Gili, México, 1992, p. 54

**AMARILLO**

Está asociado con la luz solar, la claridad, brillo, buena fortuna, atracción y fuerza.

- Goethe: Luz, claridad, fuerza, atracción, claridad, pureza, confortabilidad, alegría. El color amarillo oro honor y placer.
- Luckiesh. Distingue 3 tipos; *amarillo-verdoso*. personas malignas, envidias, celos, mentiras; el *amarillo-anaranjado* asociado con café: otoño, deleite, dignidad, confianza, madurez; y el *dorado* riqueza, poder, esplendor, santidad, poder divino.
- Le Heard: El color amarillo corresponde al tercer periodo de los 20 a los 30 años de edad, representa arrogancia, poder, fuerza, dominación, se le asocia con enfermedad, mal.

**VERDE**

Es un matiz entre colores cálidos (rojo, anaranjado, amarillos y por extensión blanco) y fríos (azul, índigo, violáceo y por extensión el negro).

Principalmente los significados se relacionan con la naturaleza; primavera, vida, vegetación. Simboliza la juventud, lealtad, esperanza, resurrección. Este color es de reposo, tranquilidad

- Le Heard. Corresponde al cuarto periodo de la vida humana, de los 30 a los 40 años; esta etapa se caracteriza por la acumulación, es símbolo de ciudadanía, mediador entre cualidades de la emoción y del juicio.

**AZUL**

Sus simbolismos y significados provienen de las asociaciones con el firmamento y el agua

- Goethe: Tiene dos polos el *azul-claro*: idealismo juvenil, serenidad; y *azul-oscuro*: privación, oscuridad, repulsión.
- Luckiesh: Considera el color de los dioses: constancia, generosidad, inteligencia, verdad. Tiene un simbolismo de melancolía, calma, salud, cielo, inocencia.
- Le Heard: Corresponde el color al quinto intervalo entre los 40 y 50 años caracterizando la inteligencia y el buen juicio.

**VIOLETA (azul-rojo)**

- Lüscher Menciona que este color se relaciona con la mafia, la magia, unión íntima.
- Kandinsky. Le da sentido espiritual.
- Le Heard Lo asocia con el periodo entre los 60 y 70 años propiciando la sabiduría. Se asocia con la muerte y el silencio.

**PÚRPURA**

- Goethe Afirma que causa dignidad. Tradicionalmente significa riqueza, pompo; como resultante de la combinación del rojo y azul, se le atribuyen igualmente coraje, virilidad, espiritualidad y nobleza.

**ÍNDIGO**

- Le Heard Menciona que corresponde a la edad de 50 a los 60 años en donde el estado es el juicio, reflexión; sugiere misticismo, ley.

**BLANCO**

Este no es propiamente un color.

- Goethe: Elemento neutro.
- Luckiesh: Significa luz, pureza, paz, inocencia, simboliza delicadeza, timidez, resurrección.
- Le Heard Aunque no se encuentra en el arcoiris, le da el significado de pureza y afirmación.

**NEGRO**

Es el opuesto del blanco.

- Goethe: Asocia con la sombra, la oscuridad
- Luckiesh Negativo, simbolizando el duelo, terror, crimen, muerte, noche; y junto con el blanco: melancolía, prudencia, profundidad.
- Le Heard Representa lo negativo, negación

**GRIS**

Se le asocia con la vejez, pasividad, tristeza y cansancio.

**CAFÉ**

Luckiesh: Se asocia con la tristeza, vigor, fuerza, otoño; representa la madurez.

Le Heard Se refiere a la destrucción.

**ROSA**

Tiene relación con lo agradable, dulce, amor.

Le Heard: Representa inocencia.

El color como recurso cromático expresivo dentro del campo grafista tiene funciones que se asemejan con la comunicación visual:

**Color denotativo:** El color al estar incorporado en las imágenes les da mayor realismo, atribuyendo lo natural de la cosa y una identificación a los objetos representados. Cuando hay incoloración no se expresa mucha información. El color denotativo va de lo saturado a lo fantástico.

El color *saturado*. Es la máxima saturación del color, es más brillante, exalta, supera a la realidad.

El color *fantástico*. Aquí el color no refuerza la imagen real, sino que la contradice. La forma permanece, sólo el color es alterado creando una fantasía cromática.

**Color connotativo:** Aquí no interesa la descripción, son acciones, atributos o incorporación de valores que provocan sensaciones en el campo psicológico y simbólico.

Color *psicológico*. Percepción sensitiva, es una sensación.

Color *simbólico*. Ligado a la psicología, pasa a ser un fenómeno cultural: moda, folklore, religión, arte, etc.

**Color esquemático:** Es considerado como cualidad química, es decir, como "materia cromática"; se utiliza de manera autónoma para los mensajes gráficos y objetos de diseño. En el sentido funcional permite la identificación, la distinción. Varía en emblemático y señalético.

Color *emblemático*. Un emblema es el conjunto de signos, color y figura que en una cultura son parte de la vida cotidiana, ayuda a identificar un servicio público, compañía, producto, etc. Corresponde a un código de una cultura, de conjuntos sociales.

Color *señalético*. Como su nombre lo dice, es aplicada para señalar; en el mensaje gráfico al señalar un punto atraerá la atención, es una estrategia de quien lo utiliza para que la mirada se conduzca a un punto clave. Es el “color materia” químicamente en pintura y “color señal” como las líneas en las carreteras

El color puede tener varios significados, pero podemos darle un significado muy general que dentro de una sociedad es comprendido; pertenece a un código que de acuerdo con los fines o propósitos entenderemos el mensaje visual.

Este elemento refuerza sin duda, las imágenes de la realidad, y aunque no se encuentre (blanco-negro) de igual forma aportará información al receptor

## ILUMINACIÓN

La luz es básica para que se registre una imagen; ella puede tener un carácter artístico y forma parte de la expresividad de la imagen televisiva. A través de la luz y sus tonalidades podemos crear un ambiente específico, la distinta iluminación de un lugar permite crear un ambiente tenebroso (oscuro) o demasiado iluminado connotando alegría o paz; conocer si es de día o noche, destacar ciertas partes de un escenario, identificar el lugar donde se sitúa la acción, distinguir los accesorios y siluetas. Con la iluminación podremos indicar que algo comienza (oscuro a luminoso) o que finaliza (luminoso a oscuro).

## SONIDO

Hasta ahora hemos hablado solamente de los puntos que identificamos visualmente en la imagen televisiva, sin embargo hay otros elementos significantes igualmente importantes para comprender el mensaje.

La intervención del sonido puede ser de tres formas: voz, música o ruido ambiental, aquí el ruido no se refiere a una alteración en el proceso de comunicación.

LA VOZ. Cuando nos referimos a la voz evocamos el habla, por medio de ella expresamos verbalmente ideas, sentimientos y todo tipo de información que en la televisión nos proporcionan los conductores, actores, reporteros, público, etc., en general todo individuo que habla.

El habla puede disminuir su importancia en la imagen televisiva porque es mayormente atractivo la imagen, aunque no negamos que ambas partes se complementan y es por eso necesario que exista un equilibrio entre ellas.

En la televisión aquellas personas que nos informan verbalmente algo tendrán un estilo propio para dar la información, ya sea por su timbre de voz, personalidad, lugar de origen o el lenguaje empleado en el programa, etc.

*Los portadores de la voz ante la pantalla son: los actores*, quienes interpretan un papel, son caracterizados y su voz en ocasiones debe tener ciertas características según el personaje, época y/o lugar. Si actúa en una obra musical tendrá que vocalizar para alcanzar ciertas notas musicales.

El **conductor** como su nombre lo indica conduce el programa, él sigue las indicaciones de un guión e informa, verbalmente puede destacar una palabra, título o nombre, sólo con modular su voz.

El **comentarista** o **cronista** comenta generalmente un hecho mientras éste se está desarrollando. Narra verbalmente el acontecimiento y quizá lo hace con mayor naturalidad.

El **locutor** "es aquel que se limita a leer un texto con entonación, ritmo, inflexiones, transiciones, dicción y naturalidad, pero no requiere de una dramatización".<sup>20</sup> Existen dos tipos de locutores: el informativo quien solamente lee las noticias, y el que anuncia verbalmente un producto. Puede destacar igualmente un dato al darle una tonalidad mayor y énfasis.

**LA MÚSICA.** Es otro elemento que nos aporta información, también por medio de esta podemos situarnos en una época determinada y/o lugar. A través de ella se expresan sentimientos, carácter, estados de ánimo, etc., que al ser escuchada por otra persona puede despertar las mismas emociones y en acciones ayuda a enfatizar la situación. La música sirve para identificar a algo o alguien.

La música se puede incrementar o disminuir la intensidad del sonido, entrar directamente o mezclarse, se puede utilizar como fondo para dar mayor emotividad a una acción, como entrada de un programa, cortinilla, para dar paso a otra acción y dar fin.

<sup>20</sup> Ahumada Barajas, Rafael, *Op Cit.*, p. 49



EL RUIDO AMBIENTAL. Es aquel que acompaña cualquier acción que ejerce un objeto o las personas, por ejemplo cuando abrimos una puerta y la cerramos; al ruido lo asociamos con un hecho visual que ya conocemos, cuando escuchamos el himno nacional lo asociamos con la bandera tricolor, el escudo o a un héroe patrio “Debemos tener en cuenta que la imagen en ocasiones es limitada y el sonido al ser independiente nos proporciona información más allá de lo que vemos, ese es el valor del sonido o ruido ambiental, por lo que su uso y explotación como recurso potencial del medio televisivo es importante y hay que tenerlo presente”.<sup>21</sup>

El sonido también une. Sirve para dar continuidad a una secuencia, imágenes que no son continuas pero que se hilan una con otra por medio de éste.

21. Ahumada Barajas, Rafael, ELEMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS Y TÉCNICOS PARA LA PLANEACIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS POR TELEVISIÓN, Cuadernos de la ENEP Aragón, 1994, p. 24.

### C. LENGUAJE TÉCNICO EN LA IMAGEN TELEVISIVA

La imagen televisiva está construida por varios sistemas de signos que se interrelacionan y construyen así las series informacionales: la visual icónica, la visual lingüística, la sonora lingüística y la visual paralingüística.

Cada una de ellas formará sus mensajes y finalmente en conjunto dará un sentido y significación a la imagen televisiva;

La televisión es estudiada desde la perspectiva semiótica "como una sucesión de conjuntos de signos audiovisuales estructurados cinéticamente y con una especificidad determinada, cuya realidad requiere una mediación técnica y otra humana".<sup>22</sup>

Si hablamos de una mediación técnica nos referimos a la técnica de operación y/o movimientos de la cámara ya que por medio de ésta se estructura la televisión, es decir, se recurre a los planos para crear una escena, secuencia y posteriormente un montaje que conjuntamente originan una narración visual. Estos elementos también son significantes de la imagen televisiva porque dan información al espectador; todos ellos expresan algo que nos permite entender el mensaje visual.

El lenguaje técnico en la imagen televisiva está basado en la técnica de operación y/o movimientos de la cámara, a partir de un plano, el cual estará ligado al encuadre.

#### **EL ENCUADRE.**

Por medio del camarógrafo y el visor de la cámara de televisión, el televidente tiene la posibilidad de conocer o reconocer las imágenes que existen y que consideramos como reales. En consecuencia, esta cámara al captar y registrar una porción del espacio compone un encuadre; ésta es la composición visual de una escena a través de la cámara.

22. Cebrían Herreros, Mariano, LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL, Un servicio a la sociedad, Editorial Forja, Madrid, 1983, p. 58

Como ya se mencionó, el camarógrafo al captar las imágenes en la cámara les puede dar una perspectiva propia, su punto de vista y/o una intención; además de que en ocasiones sigue las indicaciones del director de cámara, del director o productor del programa. También intervendrá el ángulo de visión del espectador, de acuerdo con el sitio en que se coloque para ver la pantalla.

## EL PLANO

La parte mínima de una historia visual es el plano o sintagma. Existe una clasificación del plano según la ubicación de un personaje u objeto en un decorado o en relación con el cuadro de la pantalla:

1. Big close up: Es un encuadre de detalle, es decir, hace énfasis en una parte de la cara (boca, nariz, ojo) o de un objeto (anillo, reloj, arete).
2. Close up: Se registra la cabeza del personaje; esta toma sirve para conocer las expresiones faciales "primer plano".
3. Medium close up: Se encuadra a partir del busto hacia arriba de la cabeza.
4. Medium shot: Considerado desde la cintura hasta arriba de la cabeza "plano medio".
5. Medium full shot: Llamado también "plano americano"; es a partir de la rodilla hasta arriba de la cabeza. Da una perspectiva más completa de la figura de la persona y sus movimientos.
6. Full shot: Muestra completamente el cuerpo de la persona de la cabeza hasta los pies.
7. Long shot: Es una toma amplia "plano general" que muestra dónde está situado el personaje de cuerpo entero. La escenografía total en donde se desarrolla la acción. Sitúa al espectador.
8. Big long shot: Es la toma más abierta que existe, se utiliza generalmente para conocer un paisaje "panorámica".
9. Tigh shot: Es un encuadre detalle o específico de un objeto.

Existen otros planos que dan otra visión de la imagen llamados "efectivos, que son usuales en los programas televisivos y que están en relación al ángulo de visión y a la perspectiva óptica; contribuyendo a la composición de la imagen"<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Ahumada Barajas, Rafael, EL GUIÓN DE TELEVISIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, *Op Cit.*, p. 55

*Over shoulder* (sobre el hombro): “este encuadre presenta como primer plano a un actor y sobre su hombro se aprecia en un segundo plano a otro actor o el resto de la escena, es utilizado para mostrar las expresiones de un personaje al dialogar con otro”.<sup>24</sup>

*Campo-contracampo*: dos planos en diferentes perspectivas de profundidad en un mismo encuadre, por ejemplo un sujeto se encuentra en primer plano y otro en segundo plano.

*Picada-contrapicada*: el primero se toma desde un nivel superior a un inferior da la impresión de pequeñez; en el segundo es inversa a la anterior y crea la sensación de que el personaje se vea grande.

*Cenital*: consiste en colocar la cámara completamente arriba del personaje y puede mostrar lo que se manipula o lo que hay sobre una mesa o escritorio.

La cámara puede asumir el lugar de un testigo, de la mirada del personaje; que logrará narrar hechos, una acción. Puede ser objetiva, muestra una imagen en la cual es ajena a la acción (la mirada de un testigo) y subjetiva, es la simulación de lo que el actor ve, su mirada.

## MOVIMIENTOS DE CÁMARA

La cámara al tener posibilidad de movimiento, hará que cada encuadre y plano adquiera mayor expresión. El movimiento puede ser sobre su propio eje:

*Tilt up y tilt down*: consisten en elevar o bajar el lente de la cámara, el primero de abajo hacia arriba y el segundo de manera inversa. Sirve para describir.

*Pan right y pan left* es un movimiento horizontal que permite a la cámara girar sobre su eje hacia la derecha o hacia la izquierda. Sirve para seguir el movimiento del personaje.

*Zoom in y zoom back*: mediante los lentes de la cámara se hace un acercamiento o alejamiento; cierra o abre el ángulo de visión.

Los siguientes movimientos se realizan con la cámara sobre su propio pedestal o en la base del trípode se colocan algunas ruedas:

*Dolly in y dolly back*: desplazamiento de toda la cámara hacia adelante (*dolly in*) o hacia atrás (*dolly back*)

*Travel right y travel left*: la cámara se mueve horizontalmente hacia la derecha y hacia la izquierda

24 *Ídem*

*Traveling*: movimiento de cámara sobre una plataforma rodante o rieles. Este movimiento puede ser paralelo al sujeto u objeto, de acercamiento o alejamiento.

*Crane up y crane down*: la cámara es montada en una grúa, sube o baja y permite mayor movilidad.

Hasta ahora hemos conocido los planos estáticos, los cuales también tienen sus propios movimientos internos (son autónomos) y que adquieren movimiento al unirse con otros planos.

#### *Movimiento interno o autónomo*

- a) Cadencia de toma. De acorde al número de imágenes por segundo (corresponde a la velocidad con que corre la cinta en TV).
- b) Realidad en movimiento natural o simulados Expresividad de la sintaxis de la realidad.
- c) Movimiento de cámara Con eje, sin desplazamiento, desplazamientos, movimientos de grúa.

La **toma** es el movimiento mínimo de un programa o película, que tiene dimensión y duración de la imagen en movimiento, por lo tanto es una unidad de tiempo, lugar y acción que al conjuntarse con otras tomas forman una escena delimitada. “Una imagen no adquiere sentido en sí misma, sino es su secuencia la que expresa significados. La imagen adquiere sentido y significado entre la unión de una imagen con otra”.<sup>25</sup> La toma: es el número de veces que se hace una escena.

La imagen sigue a otra, se hace un encadenamiento desde el encuadre, sucesión de planos, movimiento, secuencia, ritmo, montaje; que construirán un discurso televisivo para decir algo.

La **escena** es la unidad mínima de un tiempo o un espacio que forma una secuencia

La **secuencia** está formada por varias escenas que construyen una unidad de tiempo y espacio; las tomas son de un mismo lugar y tiempo determinados. La acción que se desarrolla finaliza y para dar pie a otra secuencia se recurre usualmente a los efectos especiales.

25. *Ibidem*, p. 40

Los **efectos especiales** dan paso a otra imagen por medio de un efecto electrónico, por ejemplo:  
*Dissolvencia*. transición gradual de una imagen a otra; la primera es reemplazada por la segunda  
*Fade in y fade out*: transición gradual de negro a una imagen e inversamente.  
*Wipe*. consiste en el *barrido* de una imagen.  
*Corte directo*: dar paso de una imagen a otra en forma automática.

*Movimiento externo (edición)*.

Para poder elaborar una historia visual es necesario reelegir las tomas adecuadas (que fueron grabadas previamente) para lograr un mensaje visual. Cada toma como segmento al ser elegida y ordenada (ensamblar y/o insertar) tendrá en conjunto con otras, una forma que al final veremos en la pantalla.

A dicha acción de ensamblamiento se le llama edición o montaje; la cual consiste en seleccionar y unir las tomas y escenas en un orden cronológico, alternado, paralelo y/o yuxtapuesto de imágenes.

“El montaje tiene por objetivo, el establecer la continuidad rota por los hiatos de cámara, uniendo los diferentes planos en un discurso temporal ininterrumpido”.<sup>26</sup>

## **LENGUAJE TÉCNICO EN LA IMAGEN VISUAL DEL CINE**

Es conveniente destacar el estudio de Christian Metz sobre la semiología del cine, que de alguna manera se asemeja al de la televisión.

Metz ha estudiado la imagen en movimiento, señalando que todo mensaje está organizado por cuatro *substancias*: la imagen fotográfica móvil, el ruido registrado, el sonido fonético y la música. El plano es la unidad básica de la imagen visual del lenguaje cinematográfico; propiamente el plano se provee de la información (explícita o sugerida), de acuerdo con la acción que ocurra y en cuanto al contexto (tiempo-espacio).

26. Torán, Enrique L., LA INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN, Editorial Mitre, España, 1982, p. 67

En *El análisis estructural del relato*, Christian Metz aporta información sobre la semiótica del film, considerando como un sintagma el conjunto de unidades constituidos por varios planos. Existen seis tipos de sintagmas, uno de ellos es autónomo y los restantes están constituidos por varios planos.

1. *Escena*: unidad concreta, lugar, momento, pequeña acción.  
     significante: varios planos  
     significado: unitario, un mensaje
2. *Secuencia*: unidad más compleja, varios lugares, acciones y momentos. Hay una continuidad de tiempo, es necesario saber el contexto, el tema
3. *Sintagma alternante* se basa en líneas de acción, puede tener dos variantes montaje alternado (escenas o tomas de un personaje que es perseguido y posteriormente del perseguidor) y montaje paralelo (connotación de la acción).
4. *Frecuentativo*: unidad global que presenta varias acciones que parecen ser una sola, es decir, lo que pueda ver con los ojos en un mismo momento.
5. *Descriptivo*: recae sobre acciones, personas, animales, etc.
6. *Plano autónomo*: ocurre en una sola toma, se basa en imágenes inciertas; metáforas, subjetivo (sueño), desplazado (claves o flash).

## IMÁGENES COMPAGINADAS

Al existir una compaginación de imágenes que crean o recrean un relato visual, constituirán el discurso visual: un proceso que produce la significación. La secuencia de imágenes entre una y otra imagen, encontramos el sentido del discurso y su significado.

El fundamento del discurso televisivo es esa compaginación de unidades que conjuntamente forman una sola. A partir del encuadre, plano (conjunto de encuadres) y la articulación de varios planos "escena" y "secuencia"; al ser integrados construirán el relato televisivo (visual).

Hay que destacar que la escena está conformada por varios planos en una continuidad ininterrumpida, de tiempo y espacio; mientras que la secuencia compuesta por varios planos y

varios lugares, que se integran a una misma unidad de acción, nos puede mostrar al mismo tiempo lo que ocurre en dos lugares.

Las unidades pueden compaginarse de las siguientes maneras:<sup>27</sup>

- *La compaginación alternativa*: contra punto de imágenes en la misma duración espacio-temporal; por ejemplo: dos jugadores de tenis o el plano-contraplano de un diálogo.
- *La compaginación alternada*: el ir y venir de una imagen a otra hace intervenir el tiempo, por ejemplo: el perseguido y el perseguidor.
- *La compaginación paralela*: la aproximación es simbólica, por ejemplo: el rico y el pobre, estudiosos y perezoso. Este tipo de compaginación se presta normalmente al juego de las antítesis y contrapuntos
- La repetición con sus tres variantes:
  - a) *La repetición cíclica*: que expresa un estado más que una sucesión, por ejemplo: el cantante de éxito, con imágenes rápidas de varias giras y presentaciones.
  - b) *La repetición evolutiva*: que hace intervenir la sucesión en el tiempo, por ejemplo: las imágenes que resuman una vida o varios acontecimientos semejantes de una vida.
  - c) *La repetición por enlace*: serie de breves alusiones a varios acontecimientos semejantes, por ejemplo: escenas de huelgas.

En consecuencia, el traslado y el ordenamiento de las imágenes (montaje) permite al telespectador conocer un relato visual. El montaje propiamente es la sintaxis de la imagen televisiva. A “todo mecanismo de comparación y confrontación que concatena a las imágenes en una narración compone la gramática televisiva”.<sup>28</sup>

Cada uno de los significantes de la imagen registrada (encuadre, plano, duración, composición, iluminación, cromatismo, profundidad de campo, movimiento interno y externo, ritmo) aportará significaciones al lenguaje visual.

27. Ahumada Barajas, Rafael, Op. Cit., p. 67

28. Ahumada Barajas, Rafael, ANÁLISIS DE LA IMAGEN TELEVISIVA, Op. Cit., p. 14



Podemos decir que la construcción de la imagen televisiva se fundamenta en la teoría de la imagen móvil o dinámica, y su lenguaje obedece a las leyes de una gramática y una sintaxis visual propias. La televisión construye su lenguaje retomando elementos de otros medios de expresión que le antecedieron; así podemos decir que su gramática se basa, al igual que la obra cinematográfica, en las variantes del plano (general, medio, primer plano, plano americano, etc.) y en las infinitas posibilidades de variables del encuadre; así como su sintaxis que se apoya en las múltiples posibilidades de combinación de secuencias que le permite la edición, que es el equivalente en la obra cinematográfica”<sup>29</sup>

A lo largo de este capítulo hemos conocido la imagen televisiva y los elementos significantes que la forman. escenografía, sujetos, comunicación no verbal, mensaje escrito, gráficos, color, iluminación y sonido; así como su lenguaje técnico. Todos estos elementos en conjunto nos permitirán profundizar más en el campo semiótico para realizar nuestro análisis de estudio y poder comprender cómo son empleados dentro del programa.

Los puntos que hemos abordado en estos primeros capítulos han cubierto de manera general el enfoque semiótico de la imagen televisiva, aun así consideramos conveniente desarrollar en el siguiente capítulo *la tipología de programas* con la finalidad de encontrar mayores detalles sobre el programa tales como su estructura, género, diseño y estilo; obteniéndolos gracias al estudio de la imagen televisiva de **Ciudad Desnuda**

29. *Ibidem*, p. 30

## CAPÍTULO III TIPOLOGÍA DE PROGRAMAS

- A. GÉNEROS INFORMATIVOS
- B. DRAMATIZADOS
- C. REALITY SHOW
- D. OTROS GÉNEROS
- D. FUNCIONES
- E. DISEÑO Y ESTILO

## CAPÍTULO III TIPOLOGÍA DE PROGRAMAS

Hasta ahora hemos abordado el estudio de los signos y su relación con la imagen televisiva. Durante la emisión de un programa una gran cantidad de signos pueden ser identificados en su imagen televisiva; dichos signos al ser analizados aportan información sobre el tipo de programa que observamos y a su vez refuerzan el estilo y la imagen de éste.

Por esta razón es importante desarrollar en este capítulo la tipología de programas, ya que posteriormente al estudiar la imagen televisiva de nuestro objeto de estudio podremos también conocer su estructura y profundizar en ese campo

El telespectador dedica su tiempo a observar un programa y puede llegar a conocer las características particulares de cada producto audiovisual.

Un producto audiovisual o programa es la unidad de toda programación, se define como “un conjunto de contenidos estructurados dentro de un tiempo generalmente predeterminado según un tratamiento y enfoque que configuran la unidad y coherencia del mismo y que se une a otros para organizar una emisión televisiva”<sup>1</sup>

La programación en TV está constituida por programas diversos; la clasificación de éstos puede depender de múltiples factores, la siguiente corresponde a las características de contenidos u objetivos que de igual manera desarrollan su tipología

1. Cebrián Herreros, Mariano, INFORMACIÓN AUDIOVISUAL: concepto, técnica, expresión y aplicaciones, Editorial Síntesis, España, 1995, p. 405

## A) GÉNEROS INFORMATIVOS

El principal objetivo de estos programas es el informar, su contenido es puramente noticioso. El formato de presentación es fija y utiliza los géneros periodísticos (reportaje, entrevista, crónica, etc.) para presentar la información dándoles atribuciones propias de la televisión. La noticia debe ser redactada para ser vista y escuchada, además de ser concreta, clara y breve.

Generalmente el conductor da lectura a las noticias; puede existir conexión directa o pregrabada en las emisiones. Dentro de este género de programas pertenecen el noticiario, revista, cápsulas, reportaje, documental, entrevista y debates.

### NOTICIARIO

Un noticiario equivale en prensa a un periódico. Un noticiario está estructurado “con base en una serie de descripciones y narraciones de eventos que se consideran relevantes porque afectan directa o indirectamente a un público o audiencia”.<sup>2</sup>

Es el principal producto informativo de la televisión y su estructura está diseñada por un jefe de redacción, editor, coordinador o director de noticias. Dicha estructura se verá modificada por las características de cada tipo de noticiarios. longitud, profundidad y estilo.

#### Tipología de los noticiarios

- a) Por su cobertura geográfica: locales, regionales, nacionales e internacionales.
- b) Por su periodicidad: horarios, diarios y semanales.
- c) Por sus contenidos: generales y especialidades.
- d) Por su duración: *flash* informativo (de 50 segundos a 1 minuto), cápsula (de 1 a 5 minutos, y de 5 a 15 minutos), y noticiarios (de 30 minutos a 1 hora aproximadamente).
- e) Por su horario de programación: matutinos, vespertinos, nocturnos y continuos.
- f) Por sus recursos de producción: dependientes de la televisora, mixtos o independientes.

2. Maza Pérez, Maximiliano *et al*, GUIÓN PARA MEDIOS AUDIOVISUALES, cine, radio y televisión, Editorial Alhambra Mexicana, México, 1994, p. 281

## Estructura

Usualmente puede presentarse de la siguiente manera, aunque puede variar

### 1. Entrada

Primera sección del noticiario. Se divide en dos partes.

- a) Bienvenida institucional, expresada en un texto no mayor a treinta segundos de duración, en la que se presenta la identificación del noticiario: nombre del programa, canal o empresa productora, slogan y nombre del locutor (es) o conductor (es).
- b) Bienvenida diaria, expresada de manera cordial en la que el locutor invita al público a recibir la información

### 2. Cabezas (Teaser)

Sección del noticiario en la que se presentan los titulares de la información considerada como la más relevante para el público, así como un resumen de esta información.

### 3. Bloques informativos

Sección en la que se presenta la información utilizando una combinación de géneros periodísticos para estructurar los bloques informativos

- a) Se realiza una división del tiempo total del programa.
- b) Con base en esta división se deciden el número y la duración de cada una de las secciones
- c) Las secciones pueden ser fijas o semifijas y pueden agrupar información sobre un mismo tema general (internacional, nacional, locales, deportes, espectáculos, finanzas, etc.) o agrupar información sobre diversos temas.
- d) En este último caso el criterio de agrupación es, de nuevo la relevancia de la información para el público

### 4. Resumen

Antes de despedir el noticiario se repite la información presentada en las cabezas, o bien, se presenta información de último momento.

### 5 Salida

Última sección del noticiario. Se divide en dos partes

- a) Salida diaria, expresada de manera cordial en la que el locutor se despide de la audiencia y lo invita a sintonizar la próxima emisión del programa
- b) Salida institucional, en la que se presentan los créditos de producción del noticiario.

## REVISTA

Una revista televisiva corresponden en prensa a una revista o magazine. “La revista es un producto del periodismo audiovisual, estructurado con base en una serie de descripciones y narraciones de eventos, con menor valor noticioso y con mayor variedad temática que los presentadores en el noticiario, y cuyos contenidos se consideran relevantes para un público o audiencia”<sup>3</sup>

Se caracteriza por fragmentos musicales, actuaciones, bailables, participación del conductor; recurre a diferentes temas y a distintos géneros para desarrollar el programa. Los contenidos son variados y tratados con superficialidad por razones de tiempo. La duración de la revista es usualmente mayor que la de un noticiario (4 horas).

### Tipología de las revistas

- a) Por su periodicidad: diarias y semanales
- b) Por sus contenidos: de actualidad, divulgación, generales y especializadas.
- c) Por su tipo de audiencia: infantiles, juveniles, para adultos, femeninas, masculinas y generales.
- d) Por su propósito específico: informativos, educativos, culturales y de entretenimiento.
- e) Por su horario de programación: matutinos, vespertinos y nocturnos.
- f) Por sus recursos de producción: dependientes de la televisora, mixtos o independientes.

### Estructura

La estructura de la revista será de un formato particular o una combinación conforme al propósito del programa y de los temas, se debe tener una estructura coherente y rítmica considerando la variedad de información que se presente.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p 284

Estructura de una revista.

1. *Entrada*
2. *Menú, presentación de bloques*
3. *Bloques o secciones temáticas (despliegue)*
4. *Despedida e invitación al siguiente programa y avance*
5. *Salida, créditos*

## **CÁPSULAS**

Es un programa unitario que transmite información de distintos temas, ésta debe ser concreta, directa y clara. La cápsula se define como un producto audiovisual “construido por un bloque informativo de corta duración, que utiliza una combinación de géneros periodísticos en su estructura, y cuyo objetivo principal es transmitir un mensaje para el público”.<sup>4</sup>

Si se utiliza con fines comerciales son llamados “anuncios” que emplea la publicidad y “promocionales” si se usa para la difusión de servicios.

Su estructura se asemeja al de un noticiario, aprovecha cualquier técnica periodística y es necesario que se transmita en varias ocasiones para que su contenido sea más difundido.

### **Tipología de las cápsulas**

- a) Por su contenido: de actualidad, divulgación, generales y especializadas.
- b) Por su estructura: narrada o leída, dramatizada y musical.
- c) Por su tipo de audiencia: infantiles, juveniles, para adultos, femeninas, masculinas y generales.
- d) Por su propósito específico: informativos, educativos, culturales y de entretenimiento.
- e) Por sus recursos de producción: dependientes de la televisora, mixtos o independientes.
- f) Por la estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.

4. *Ibidem*, p. 289

## GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los géneros periodísticos son utilizados en los programas para expresar de diversas formas la información; cada uno de ellos posee una estructura independiente y en ocasiones son la base de un programa como tal; reportaje, documental, entrevista, debate y drama, aunque este último no se considere dentro de los géneros periodísticos, etc. A continuación profundizaremos en los más empleados en televisión

### REPORTAJE

La información es profundizada en algún aspecto o en varios con un tratamiento noticioso, es una investigación objetiva de temas o situaciones de interés social. El reportaje acepta dentro de su estructura cualquier técnica o recurso periodístico, informativo o dramático.

#### Tipología de los reportajes

- a) Por su contenido: de actualidad, divulgación, generales y especializados.
- b) Por su estilo periodístico: descriptivo e interpretativo.
- c) Por su estructura: testimonial, de reconstrucción y analíticos.
- d) Por su propósito específico: informativos, persuasivos y de entretenimiento.
- e) Por sus recursos de producción: dependientes de la televisora, mixtos o independientes.
- f) Por la estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.
- g) Por la naturaleza de su producción: productos únicos o subproductos de un noticiero o revista.

### DOCUMENTAL

Muestra testimonialmente la realidad; puede ser de actualidad o no, e igualmente profundiza en la información. La tipología puede crearse si se considera el propósito con que se realiza el documental.

#### Tipología del documental

- a) Informativo.
- b) Persuasivo.
- c) Reflexivo de creación de conciencia.
- d) De entretenimiento.
- e) Dramático o docudrama



**DOCUDRAMA (Ficción documental)**

En la separación entre ficción y realidad efectuada en la estructura de programación de las emisoras de TV se ha intentado romper con planteamientos que buscan una expresión, una narrativa que funda a las dos en un producto nuevo, auténticamente televisivo: el documental dramático.

“Con este género la información busca una manera distinta de penetración en la realidad y en la transmisión de su conocimiento. Reconstruye los sucesos, la vida, por las vías más desarrolladas hasta estos momentos: la ficticia o dramática y la realista informativa”<sup>5</sup>

**ENTREVISTA**

Consiste en cuestionar a una persona o varias para recabar información; un diálogo.

**DEBATE Y MESA REDONDA**

Es una confrontación dialógica sobre algún tema entre expositores, los distintos puntos de vista a veces logran la polémica. El desarrollo del debate es guiado por un moderador o conductor

5. Cebrián Herreros; Mariano, GÉNEROS INFORMATIVOS AUDIOVISUALES, Editorial Ciencia 3, Madrid, 1992. p. 232

## B) DRAMATIZADOS

Estos programas consisten en la narración de una historia en donde la intriga, ficción, aventura y los sentimientos son los principales elementos. Habitualmente se estructura por capítulos y actos, la historia total se divide en segmentos (capítulos) que deberán estar constituidos adecuadamente para mantener el interés del público y ver la continuación, los actos son los fragmentos del capítulo (acciones).

### Tipología de dramas televisados

1. Series.
2. Películas para televisión.
3. Teleteatros.
4. Telenovelas
5. *Soap operas* o culebrones
6. Anuncios publicitarios.
7. Videos musicales.

### SERIES

Es un programa unitario y su estructura se determina a partir de los personajes, temas o situaciones. Las series episódicas son aquellas en donde los principales personajes en cada capítulo se enfrentan a situaciones nuevas. Un capítulo será independiente, pero unión de personajes en otros capítulos. Las series antológicas son aquellas en donde hay historias autónomas unidas por un tema general.

### PELÍCULAS PARA TELEVISIÓN

Las películas filmadas para cine son adaptadas para televisión; sin embargo, existen los llamados *video homes* que son filmadas con cámara de cine pero se estructuran en términos televisivos.

### TELETEATROS

A partir de las historias que fueron originalmente escritas para presentarse en teatro, éstas son adaptadas para la televisión considerando los actos, escenas y duración para transmitirlos. La obra teatral puede ser televisada en su totalidad como parte de un programa especial.

## TELENOVELAS

Son parecidas a las series episódicas. En cada capítulo los personajes principales se enfrentan a situaciones que llevan una continuidad; la historia que se desarrolla por un hilo conductor y de un hecho fundamental se desprenden otras.

La duración en capítulos pueden variar desde 60 hasta 130 o más; la telenovela puede ser histórica, musical, infantil, etcétera

## SOAP OPERAS O CULEBRONES

Es una telenovela en donde la historia central se ve rodeada por un sinnúmero de situaciones ajenas a la inicial y duran mucho tiempo en resolverse, de allí el nombre de "culebrones" pues a lo largo de la historia el televidente puede observar los cambios físicos de los personajes. Su transmisión llega a durar años, por ejemplo: *Hospital General* que se transmite en Estados Unidos desde hace un par de años.

"En los culebrones se pretende que el receptor se identifique con los personajes y reconozca sus propias emociones en la trama".<sup>6</sup>

## ANUNCIOS PUBLICITARIOS

Son anuncios que tienen una estructura dramática, en un breve tiempo se pueden desarrollar los elementos del drama. Existe la posibilidad de que a través de tres anuncios individuales crean en conjunto una idea, así el público se verá intrigado a partir del primer anuncio y sentirá la necesidad de ver los siguientes. Una historia se desarrolla en varios anuncios, por ejemplo: la campaña *Enamórate de Lift*, refresco de manzana

## VIDEOS MUSICALES

Dichos videos musicales o videoclips pueden poseer una estructura dramática clasificándose en dos categorías:

1. Videos de concepto: la letra de la canción es ilustrada visualmente (historia).
2. Videos de interpretación o concierto: el cantante o grupo se presenta interpretando la canción en su *show*. Aquí no es precisamente dramática, pero suele ser combinada con una historia dramatizada.

<sup>6</sup> Velarde Hermida, Olivia, LA REALIDAD ESPECTACULARIZADA, Universidad de México, Revista de la UNAM, Núm. 552, p. 45

### C) REALITY SHOW

Se espectaculariza la realidad a través de la televisión. Los temas pueden ser amorosos, conflictos, muertes, asaltos, etc., que en prensa se presentan como notas rojas, "el amarillismo". En este tipo de programas los protagonistas son los propios implicados en los casos.

Dentro de este género existe una tipología que aún no puede ser definida completamente porque no se les ha determinado un nombre; por ejemplo en aquellos programas en donde se logra cumplir el sueño o deseo del público presente. Sin embargo se pueden señalar los siguientes:

#### **Tipología de los reality show**

1. Talk show o diálogo abierto
2. Videotestigo.

#### **TALK SHOW**

En un panel los expositores son personas comunes y corrientes que exponen su situación de acuerdo con el tema que se tratará. El tema debe ser controversial, polémico, insólito para que el público presente pueda participar dando su opinión y consejo para cada uno de los panelistas; de igual forma un experto o profesional analiza cada situación y da su posible solución.

#### **VIDEOTESTIGO**

En estos programas se presenta toda situación captada por el lente de una cámara de video. La persona videoaficionada actúa como informante, testigo, espía y los videos van desde casos cómicos hasta peleas o asesinatos.

## D) OTROS GÉNEROS

Existen también otros géneros que con frecuencia podemos encontrar en la programación:

1. Concurso
2. Cómicos o de *sketh*.
3. Deportivos
4. Servicio al público.
5. Televenta

### CONCURSO

El público participa activamente como concursante y espectador; alguno de ellos participa en competencias para mostrar sus habilidades intelectuales o físicas, en cada uno de los concursos existen reglas y si el concursante gana es recompensado con premios.

### CÓMICOS O DE SKETH

Los chistes o *gags* y bromas son interpretados y/o narrados por cómicos y actores que mediante su propio estilo hacen reír y divertir al público

### DEPORTIVOS

El deporte es difundido por la televisión y ésta permite que un partido, carrera, lucha, etc., puedan ser vistos y narrados por comentaristas especializados; el deporte se convierte en espectáculo. El público puede conocer más sobre algún deporte y disfrutar de la acción.

### SERVICIO AL PÚBLICO

Mediante la exposición de problemas de las personas en el programa, éste trata de ayudar, guiar y solucionar las situaciones; se recurre a las instituciones correspondientes o a la cooperación de los propios televidentes.

## TELEVENTA

Un espacio televisivo se utiliza para mostrar y vender al público todo tipo de producto o mercancía. El telespectador consumista se encarga de ver el programa y si le interesa algún producto sólo hace una llamada telefónica y lo adquiere.

El espacio televisivo puede seguir un formato de programa donde un conductor presenta los productos o un determinado espacio en que solamente se emiten los comerciales o anuncios publicitarios.

## E) FUNCIONES

Ahora podemos hacer una clasificación si consideramos las funciones que tiene un producto audiovisual:

### EDUCAR

Son destinados a enseñar, educar e instruir al televidente, se le puede leccionar en un idioma, un oficio, una disciplina, etcétera. Un conductor o especialista se apoya en ilustraciones (imágenes), textos, música y material didáctico para que el mensaje sea claro. Un programa que pretende educar debe elaborarse con ritmo, y entretenimiento, para estimular las ideas del televidente y se interese por el mensaje, por ejemplo: la telesecundaria, cápsulas didácticas para niños, clases de inglés, de pintura, etc.

### ENTRETENER

Como su nombre lo indica estos programas tienen por objetivo el entretener o divertir al telespectador, puede ser de concurso, musicales, deportivos y cómicos.

### CULTURAL

Tienen por objetivo mostrar y elevar el nivel de cultura del televidente. La cultura y el arte se combinan con el entretenimiento en ocasiones para que el receptor comprenda mejor el mensaje y no le sea aburrido; puede presentarse mediante un concierto de ópera, documental científico, cápsula cultural, etcétera.

Los programas pueden ser clasificados acorde al público al que se dirigen y en cuanto a su producción:

*Al público:* infantiles, juveniles, adultos, general. Cada uno de ellos empleará un lenguaje oral y visual apropiado.

*Producción.* En vivo, filmado (en película), grabado (cinta de video).

**ORIENTAR**

Se trata de guiar de manera adecuada las inquietudes de las personas sobre temas o situaciones específicas, contando con personas profesionales y especializadas para orientar en cada caso.

**ANALIZAR**

Periodistas, escritores, analistas o público en general que realizan un análisis de una situación determinada o tema y exponen los puntos tratando de dar una respuesta al porqué.

**CRITICAR**

Especialistas aficionados al cine, televisión o un tema en general dan sus opiniones sobre el material que estudia.

**INFORMAR**

Se dan a conocer notas de interés social, cultural, político, etc., que tienen relevancia nacional e internacional para el público.

Igualmente se pueden enumerar los programas como negativos (con violencia, sexualidad, crueldad) y positivos (cultural, ciencia, deporte). Esta clasificación se verá seleccionada por la moral y costumbres del propio público.



## F) DISEÑO Y ESTILO

Estos elementos son importantes también porque ayudan a diferenciar un programa de otro.

El *diseño* es la estructura o formato de un programa. La estructura por medio de la continuidad nos permite conocer su organización, cómo está integrada ella misma. El telespectador entonces puede conocer cómo está estructurado e identificar y elegir las secciones o el momento que a él le llame la atención. No todo programa tiene una estructura rígida, ésta puede ser flexible.

El *estilo* asimismo concierne a cada uno de los programas, aquí lo interesante es la manera de combinar, realizar y presentar el programa, la forma. El estilo no sólo puede determinarse por el horario en que se transmite, sino en la selección de sucesos, en el enfoque, valoración y tratamiento de los contenidos. El estilo propio de cada persona al estar ante la cámara de televisión igualmente refleja el concepto que maneja el programa.

### *Clasificación de programas*

Es este apartado hemos encontrado distintos tipos de programas. Una clasificación de éstos puede ser alterada por múltiples factores: género, función, público al que se dirige; calificarlos como negativos (por su contenido violento) o positivos (contenido cultural, científico, educativo), de acuerdo con la moral del público, etc. No se puede recurrir a una sola estructura de manera rígida, puede sufrir modificaciones acordes al programa; aunque en la actualidad existan programas que tienen estructuras semejantes a las expuestas en el presente trabajo.

Aquí tratamos de organizar una clasificación de manera general, sin embargo, un programa puede emplear varios géneros y/o funciones, estructuras o seguir solamente uno de ellos; el diseño y el estilo también puede diferenciar a los programas. Todo conjunto de características auxilian a reconocer el tipo de programa que estudiamos u observamos.

## CAPÍTULO IV LA IMAGEN TELEVISIVA DE CIUDAD DESNUDA

### ANÁLISIS SEMIÓTICO

- A. HOY TELEVISIÓN AZTECA
- B. CIUDAD DESNUDA
- C. IMAGEN TELEVISIVA DE  
CIUDAD DESNUDA

- 1. LA ESCENOGRAFÍA
- 2. LOS PRESENTADORES
- 3. LECTURA DE IMÁGENES
- 4. TIPO DE IMÁGENES
- 5. EDICIÓN

## CAPÍTULO IV LA IMAGEN TELEVISIVA DE CIUDAD DESNUDA

Para la realización del siguiente análisis se retomarán varios de los puntos abordados en los capítulos anteriores, todo aplicado a la imagen televisiva del programa **Ciudad Desnuda** y a las imágenes que se presentan en las trece notas seleccionadas, por su impacto visual. El programa fue elegido por tener un alto *rating*, gran aceptación en el público televidente y ser considerado como un fenómeno social

Es importante señalar que el presente análisis va acompañado de un videocassette que muestra íntegramente las emisiones transmitidas los días 24, 25 y 26 de junio de 1997, en donde están las trece notas seleccionadas. A modo de ejemplificar las imágenes presentadas en dichas notas, en este trabajo presentamos fotografías significativas de cada uno de las historias analizadas para una mejor lectura y comprensión

Los puntos que utilizaremos para este estudio son los siguientes:

1. La clasificación de los signos-imágenes de Lorenzo Vilches<sup>1</sup>.

Signos que permiten inferencias naturales, de equivalencia arbitraria, de equivalencia analógica, signos para resaltar un aspecto, signo emblema, así como las imágenes de reconocimiento, de ostensión, de réplica y de invención. De igual manera se identificará la serie informacional icónica, visual lingüística, visual no lingüística, visual paralingüística e informacional lingüística

2. Para realizar la lectura de imágenes (discurso icónico), se empleará la metodología de Francisco Gutiérrez<sup>2</sup>.

A) Educación de la percepción o lectura denotativa del signo.

B) Educación de la intuición o lectura connotativa

C) Crítica o personalización

D) La creatividad.

1. Vilches, Lorenzo, MANIPULACIÓN DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA, Editorial Paidós Comunicación, España, 1989, p. 415

2. Gutiérrez, Francisco, EL LENGUAJE TOTAL, Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1989, p. 190

Además de otros puntos de apoyo:

### I. En las formas

- a) Formas (significantes).
- b) Contenidos (significados).

### II. Estudio de los significantes

- a) Lectura y escritura de imágenes fijas
- b) Lectura y escritura de imágenes móviles

3. La metodología de Umberto Eco y de Roland Barthes para analizar un fenómeno de comunicación visual, presentadas en el capítulo II, aquí han sido fusionadas para construir un método más enriquecido y obtener.

a) Registro verbal. Considerando la narración verbal que se haga de la nota, enunciando la idea central de la historia

b) Registro visual de imágenes. Corresponde a todo aquello que nosotros identifiquemos de una imagen, considerando:

*Planos y movimientos.* Señalar los planos y movimientos más significativos que identificamos en cada nota. Estos elementos fueron expuestos en el segundo capítulo como lenguaje técnico en la imagen televisiva

*Mensaje escrito* Se consideran todos aquellos signos lingüísticos proyectados en la pantalla, es decir, los títulos, nombres de las personas, enunciados, etc.

*Connotación.* La interpretación que el observador hace de las imágenes que se han registrado hasta ese momento

4 Los significantes de la imagen televisiva escenografía, sujetos, comunicación no verbal, mensaje escrito, gráficos, color, iluminación, sonido y lenguaje técnico

### 5 Tipología de programas

Para iniciar nuestro análisis es necesario hacer una semblanza sobre la formación de la empresa Televisión Azteca y la creación del programa **Ciudad Desnuda**, pues dicha información nos permitirá conocer su propia filosofía y concepción de la televisión, que servirá de referencia para nuestro estudio.

## A. HOY TELEVISIÓN AZTECA

La concesión del Canal 13 fue otorgada el 23 de julio de 1967 a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión S.A. de C.V. dirigida por el señor Francisco Aguirre, quien iniciara la primera programación del canal al aire el 22 de agosto de 1968<sup>3</sup>

A nivel nacional se transmitió el 10 de diciembre de 1968 el cuarto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz y hasta el 10 de enero de 1972 el canal se desempeñó como un canal comercial, para esas fechas la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, Somex, compró el 72% de las acciones y posteriormente el restante, quedándose como dueño absoluto. Así la Corporación Mexicana de Radio y Televisión (CMRT) era administrada por un grupo financiero sobre una parte de la televisión mexicana.

El 6 de diciembre de 1974 el director de la empresa CMRT, senador Enrique González Pedrero, menciona la intervención del Estado en la televisión como instrumento transformador en la vida del país. La televisión del Estado debería destacar los valores y no olvidar al auditorio, aunque se propaguen cuestiones que al gobierno le interesan, es responsable de informar, divertir y difundir.

En 1976 el Canal 13 inauguró nuevas instalaciones y se presentaron los lineamientos del Estado en la televisión, a dos años y medio ocupaba un 70% de la zona metropolitana, alcanzando 3.8 millones de telehogares distribuidos en 383 localidades de 26 estados de la república mexicana, cubiertos por 25 estaciones repetidoras.

El Canal 13 durante los ochenta tuvo un desarrollo destacable. Al frente se encontraba entonces Pablo Marentes quien pretendía alcanzar los siguientes objetivos:

- Difundir la cultura nacional e internacional.
- Apoyar la educación popular.
- Informar.
- Dar a conocer bienes y servicios socialmente necesarios.
- Divertir.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

<sup>3</sup> Sánchez Ronquillo, Hugo, ANÁLISIS DE LA TELEVISIÓN MEXICANA Y CULTURAL, Tesis, UNAM, México, 1994, p. 26

Para realizar dichos objetivos se propuso olvidar la competitividad entre la televisión estatal y privatizada, crear nuevas formas de comercialización; incrementar producciones independientes y nacionales; destacar los eventos deportivos y proponer una programación atractiva para el público

Durante la presidencia de Miguel de la Madrid Hurtado, específicamente el 19 de abril de 1985 se formó el grupo IMEVISIÓN con los canales 13, 7 y 22, sin embargo, los objetivos establecidos no se habían seguido y la propuesta de una nueva televisión no prosperó.

El 17 de diciembre de 1992 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* la desincorporación de IMEVISIÓN y se declara susceptible para concesionar una red integrada por 90 canales distribuidos en todas las entidades del país.

El 8 de febrero de 1993 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes selecciona a una empresa llamada Televisión Azteca como potencial concesionario de la red. Finalmente para el 18 de julio de ese mismo año se da a conocer el nombre del ganador de la licitación para adquirir el "paquete de medios";<sup>4</sup> el ganador fue *Radiotelevisión del Centro*, controlada totalmente por Ricardo Salinas Pliego, dueño de la cadena de tiendas Elektra. Se informó que la oferta había sido de 645 millones de dólares, la compra incluía los canales 7 y 13 principalmente, 11 empresas de televisión estatal y la Compañía Operadora de Teatros S.A. (COTSA).

Tras la privatización Ricardo Salinas Pliego asume la directiva en el mes de agosto de 1993 y dispone nuevos cambios "*Una televisión mexicana con nuevo rostro, una alternativa real y viable a la televisión tradicional*"<sup>5</sup>

4 Mejía Barquera, Fernando, "Ecos de los medios en 1993", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, No. 33, enero-marzo, 1994, págs. 16-17 y 52.

5 "Un equipo, un objetivo: una nueva Televisión Mexicana", Folleto de Televisión Azteca, 1995, p. 2

“Se propuso un proceso de expansión de la televisora, señalando la primera fase que concluiría el 13 de junio de 1994, la cual expone su cobertura con 10 nuevos transmisores ubicados en lugares estratégicos del país, se logró incrementar un 40% la cobertura del canal 7 y el 65% del canal 13, se instalaron antenas de polarización elíptica para mayor captación de imágenes, mejor señal y nitidez”.<sup>6</sup>

La segunda fase se inició con 53 transmisoras locales y 83 sistemas de antenas. Actualmente el canal 13 cubre el 97% y el canal 7 el 94% de la población de la república mexicana.

“En el campo de la productividad se ha impulsado una filosofía de trabajo y eficiencia en el personal, desde directivos hasta trabajadores manuales para que exista una superación individual y colectiva muy estrecha. Televisión Azteca aprovecha al máximo todos sus recursos materiales y humanos para una excelente productividad, organización y capacitación”.<sup>7</sup>

“Para lograr esa mayor productividad se encaminan el esfuerzo en dos verticales.

1. Un ambicioso plan de capacitación, el cual se basa a su vez en dos programas.

a) por áreas, por medio del cual se imparte al personal cursos especializados, desde modernos programas de computación hasta el manejo de *masters* y de redacción.

b) personal o individual, por medio del cual se superan las diferencias hombre/puesto.

2 El establecimiento de una estructura organizada horizontal, que permite una mejor interacción entre trabajadores técnicos y personal directivo para que entre todos, sin necesidad de capataces o supervisores, se logre una participación creativa y eficaz de los trabajadores en la solución de los problemas que se presentan en las labores”.<sup>8</sup>

En cuanto a la programación se propone tener un estilo propio, acorde con la realidad nacional y las nuevas tendencias que se viven a nivel internacional en tanto al papel que debe cumplir la televisión

6 *Ibidem*, p. 3

7. *Ibidem*, p. 4

8. *Ibidem*, p. 5

Se toma en cuenta al público: niños, amas de casa, jóvenes, la familia en general; para ello se asignan horarios adecuados y programas acordes con sus intereses.

A través de sus canales: el 7 o TV 7 y el 13 o TV 13, se pretende entretener, informar y promover la cultura en toda la audiencia. Todo esto vinculado con la participación de los anunciantes, quienes mediante flexibles oportunidades puedan presentar sus productos con mayor difusión.

El 16 de mayo de 1994 Televisión Azteca anunció su asociación con la **National Broadcasting Company** (NBC), una de las principales cadenas de televisión en los Estados Unidos. Así TV Azteca se une con dicha empresa para su internacionalización. La negociación se inició poco antes de la licitación de los medios; finalmente el 6 de junio de 1994 se celebró oficialmente el convenio.

Ricardo Salinas Pliego comentó para una revista que “la NBC es una compañía que tiene todos los años en el mundo de la televisión, con excelentes sistemas y la mejor tecnología en producción de programas, en recopilación de noticias, en administración de operaciones y en servicio a los anunciantes”.<sup>9</sup>

La asociación entre estas televisoras, coproducirá programas en idioma español e inglés, además que la NBC traerá algunos programas: series, caricaturas, material deportivo (partidos de fútbol de la *Confederación Americana de la NFL* y los juegos de basquetbol de la *NBA*), y varios más.

Televisión Azteca, aunque se ha visto envuelta en comentarios por la dudosa procedencia del dinero para su adquisición y la llamada *guerra de televisoras*, se engrandece día a día y el público la acepta; ha ingresado a los mercados bursátiles de México y Nueva York, cuenta con una televisora en el Salvador, co-produce telenovelas y programas, cuenta con una escuela de educación artística, realiza teletones para la gente necesitada, etcétera.

9 Millán Nuñez, Jaime, “La sociedad con NBC transformará a Televisión Azteca”, *Época*, Semanario de México, No. 155, México, 23 de mayo de 1994, p. 5



## B. CIUDAD DESNUDA

El 28 de agosto de 1995 salió al aire por primera vez el programa identificado como **Ciudad Desnuda** que a pocos días de su transmisión llamó la atención del público televidente, investigadores de la comunicación, productores y la opinión pública general

Este programa inicialmente fue criticado por el material que presenta, ya que destaca las notas rojas, es decir, hechos acerca de muertes, asaltos, heridos, etc. De igual manera se señalaron las abundantes imágenes violentas, crudas, sangrientas e impactantes.

El vicepresidente de noticias de TV Azteca, Sergio Sarmiento declaró en una entrevista que no era un programa amarillista, la violencia no se promovía y también se podían encontrar tanto notas rojas como insólitas. "En Ciudad Desnuda no jugamos con el sufrimiento de las personas ni con las imágenes violentas, tal vez nos critican porque fuimos los primeros en hacer un programa de este género".<sup>10</sup>

Los conductores Rocío Sánchez Azuara y Eduardo Blancas añadieron: "cuidamos mucho las imágenes para no ofender las costumbres familiares, no les mostramos cadáveres, tratamos de ser objetivos"<sup>11</sup>

El programa fue producido inicialmente por Federico Wilkins quien después de la guerra de televisoras decidió iniciar otro proyecto en Televisa. Aun así el programa ha mantenido su propio estilo desde su inicio y ha tratado de ser copiado por programas como: *A través del video*, *Primer impacto*, *A sangre fría* y *Fuera de la ley*, producciones de la televisora antes mencionada.

Óscar López es el actual productor del programa quien al lado de los conductores Rocío y Eduardo, y su equipo de reporteros han logrado un éxito total en la pantalla chica.

10. Morales Martínez, Felipe, "Nadie se atreve a vestirla", El Universal, Sección de Espectáculos, 29 de agosto de 1996, págs. 1 y 8.

11. "Sangre fría por la Ciudad Desnuda", El Universal, Sección de Espectáculos, 12 de julio de 1996, págs 1 y 14.

Pese a las constantes críticas, el programa es recibido satisfactoriamente por el público y ha mantenido un lugar destacable en el *rating* de los programas más vistos; ya en su primer aniversario se transmite en Estados Unidos por la cadena Telemundo.

Hoy, a dos años de emisión, el estilo no ha cambiado y hasta se han aumentado sus transmisiones sábados y domingos en horario nocturno, conducido -únicamente esos dos días- por Hannia Novel y Juan Barragán.

"La gente ha aceptado nuestro estilo, porque no es ofensivo, no agresivo, porque damos seguimiento a los hechos y en algunos casos hasta se ayuda a la pronta solución".<sup>12</sup>

Conviene mencionar que las historias son reales y no ficticias, la mayoría de ellas las proporciona el propio público; por medio del programa se intenta denunciar la negligencia, el abuso y las agresiones a las que la gente se ve sometida y se trata de ayudar a las personas.

Este programa presenta las siguientes secciones:

**Al filo de la noche.** Presentan notas de crímenes, pleitos, accidentes de todo tipo, etc., que ocurren durante la noche

**Resumen nacional.** Notas de asaltos, asesinatos, peleas, etc., más destacables en los estados de la república mexicana

**Resumen internacional.** Notas desconcertantes como las secciones anteriores pero que ocurren a nivel internacional.

**Mundo insólito.** Notas que su contenido es fuera de lo común, raro e insospechado; tanto a nivel nacional como internacional.

<sup>12</sup> *Idem.*

## C. IMAGEN TELEVISIVA DE CIUDAD DESNUDA

La imagen televisiva está compuesta por diversos signos que nos informan algo, por ello es fundamental hacer un análisis individual de cada uno de ellos.

### 1. LA ESCENOGRAFÍA

El escenario es el lugar donde se desarrolla la presentación del programa, donde los conductores presentan las notas y donde la imagen y el estilo del programa se refleja.

El escenario lleva un diseño especial para cada programa, la escenografía del programa **Ciudad Desnuda** cubre un espacio aproximado de 5m de ancho por 4m de largo por 3.5m de altura, que se logra identificar por el campo visual general y los movimientos de cámara:

*superior*: movimiento de la parte superior del estudio que muestra sus límites hacia el espacio frontal de éste.

*frontal*: movimientos a base de acercamiento (zoom in) y alejamiento (zoom back) al panel que logra mostrar los límites de la escenografía.

*lateral*: movimiento inicial de la parte frontal de la escenografía, paneo hacia la izquierda o derecha enfatizando con el alejamiento (zoom back) de los contornos laterales.

Estos movimientos provocan al espectador una atmósfera fresca, dinámica e impactante; visualmente son elementos que dan ritmo y atraen la atención del televidente, con los planos y movimientos existe mayor expresividad visual de lo que se presenta en la pantalla.

En la escenografía existen otros elementos con mayor relevancia que otros; aunque el *set* está integrado por un panel donde se encuentran los conductores y el cual se distingue por un reloj que indica el tiempo que transcurre, la carga visual está centrado en tres elementos muy significativos. el **logotipo** del Canal 13, Televisión Azteca y Ciudad Desnuda que son importantes durante la emisión del programa, por ello profundizaremos en su estudio haciendo una referencia histórico-cultural.

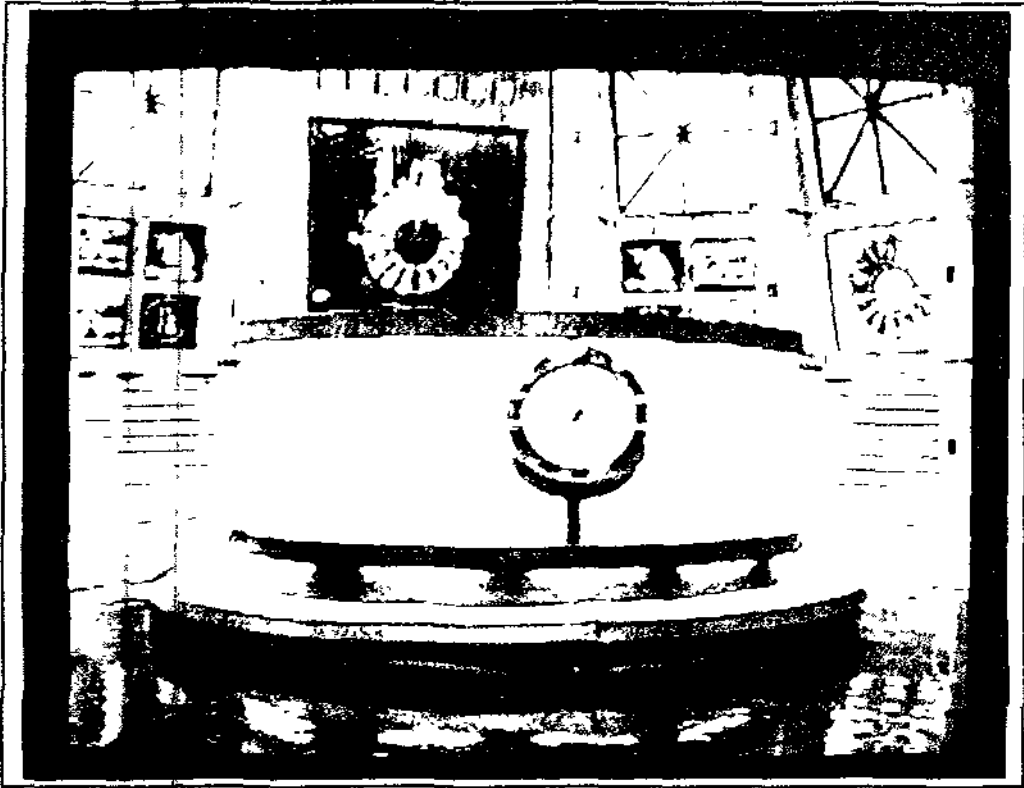


Foto R C



Foto R C

## LOGOTIPO DE CANAL 13

La necesidad del hombre por representar cantidades numericas se remonta a miles de años de antigüedad. La civilización maya se estableció en la parte sur de México, fue quien realizó un notable avance hecho en las matemáticas al crear un sistema de numeración, el principio y el uso del cero. Dicho sistema era vigesimal, es decir, su base era el veinte (20) porque al contar empleaban los dedos de las manos y los pies.

Los mayas representaban con un punto (•) la unidad, la raya o barra (—) cinco unidades y el caracol "cero". De acuerdo con la posición que ocupaban estos símbolos adquirían diversos valores, la notación se disponía en forma vertical. La numeración del 1 al 19 siguen el principio aditivo, a partir del 20 en adelante se aplicaba el principio de posición.

Por lo tanto podemos asociar icónicamente el logotipo con el símbolo numérico de los mayas



correspondiente al valor 13; de hecho el mensaje escrito *Canal trece* y *TV 13* refuerza la asociación que hacemos con el número 13.



## LOGOTIPO DE TV AZTECA

Para la fundación de México-Tenochtitlán la civilización azteca tuvo que partir de Aztlán para encontrar el sitio indicado para establecer su ciudad. Una señal bastaría para conocer dicho lugar: una águila parada sobre un nopal devorando una serpiente. Fue entonces donde se estableció la ciudad que actualmente es el centro de la República Mexicana.

Los aztecas crearon un sistema numérico vigesimal, crearon los días, los meses y los años. Tenían dos calendarios (lunar y solar), pues el tiempo y el espacio eran fundamentales en su mundo. El calendario lunar de 260 días y el solar de 360 más 5 ó 6 días si era bisiesto o no. Los primeros veinte números de los días tenían un nombre representado por una figura; dichos nombres correspondían a animales, elementos naturales, utensilios y plantas.

En la sociedad azteca existieron dos grupos distintos: los *pilli* y los *macehualli*. Los primeros se encargaban de las funciones administrativas, militares y sacerdotales; en las principales órdenes militares se encontraban los *caballeros águila* y los *caballeros tigre*.

El águila azteca tenía una representación simbólica del sol como el principal guerrero que luchaba contra los poderes de la noche. Correspondía a los dioses de la vida y del alimento de los hombres.

Esta información histórica sirve para hacer una referencia del logotipo que estudiamos, un *águila azteca*. Hemos detallado su importancia en esta civilización: ave que representa y da nombre al decimoquinto día (15) del calendario azteca; aunque no hay relación numérica con alguno de los canales de la televisora, sí podemos señalar que existe conexión con el nombre de la empresa y que el logotipo es parte de su identidad. Esto se refuerza con el mensaje escrito *Televisión Azteca* que también forma parte del logotipo.

Si observamos el logotipo podemos decir que las tres figuras centrales (color azul, violeta y rojo) corresponden al cuerpo del ave, y las figuras laterales (verde y amarillo) son las alas. Inclusive la misma empresa maneja de esta manera el logotipo.



La significación de la aguilta azteca indica además que esta televisora mexicana desea conservar raíces culturales del país, en tanto a valores e imagen se refiere.

### COLORES

En los dos logotipos estudiados, el color está presente, cinco colores siguen el mismo orden en ambos: verde, azul, violeta, rojo y amarillo, colores con que se identifica a Televisión Azteca y acorde con los linamientos que se siguen en la empresa, ellos simbolizan.

*Verde* Relación con la naturaleza, juventud, resurrección, tranquilidad y ciudadanía.

*Azul* Color de los dioses, constancia y verdad, caracterizan el buen juicio y la inteligencia.

*Violeta*, Relación con sabiduría, magia y modestia

*Rojo* Relación con la seriedad, autoridad, libertad, fuerza y potencialidad.

*Amarillo* Relación con el sol, claridad, fuerza, alegría y dominación.

Estos colores se relacionan también con algunos (amarillo, rojo, violeta, azul y verde) que se emplean en el logotipo de la National Broadcasting Company (NBC), además dicho logotipo se interpreta como las plumas de la cola de un pavo real, que a su vez lo relacionamos con el águila (ave) del logotipo de *Televisión Azteca*, esto haciendo referencia de la asociación con la NBC

Los colores analizados pertenecen en la comunicación visual al color esquemático, pues permite la identificación de la empresa, corresponden igualmente al color emblemático porque junto a los signos que componen los logotipos forman parte de un código cultural mexicano

Aquí es esencial argumentar que los colores fueron elementos prominentes en los pueblos prehispánicos, ya que eran ciudades con mucho colorido. En otro punto, un color identificaba alguno de los cuatro rumbos del universo<sup>13</sup>

- Oriente. donde sale el sol, identificada por el color rojo y regido por el dios Xipe Totec (parte masculina del universo)
- Poniente de color blanco, regido por Quetzalcoatl (región de las mujeres).
- Norte de color amarillo, regido por el Tezcatlipoca (región del frío y la muerte).
- Sur. de color azul, regido por Tláloc (Huitzilopochtli en la versión mexicana, región húmeda)

Podemos señalar que los elementos *logotipos y colores* se relacionan con aspectos de las primeras civilizaciones mexicanas, las características propias de la cultura maya y azteca corresponden a puntos que maneja la televisora, reforzando la expresión de *una nueva televisión mexicana*

## ILUMINACIÓN

Debemos añadir aquí la importancia de la iluminación, ésta desde el inicio del programa permite distinguir la escenografía, los conductores y el panel, así como otros elementos. Solamente existe una ligera escasez de luz en una parte del escenario al finalizar la emisión, se pueden identificar principalmente los logotipos

13 "Dioses del México Antiguo". Folleto de Exposición, México, 1995-1996



## LOGOTIPO DE CIUDAD DESNUDA

El logotipo que identifica a este programa está formado por tres significantes de la imagen: un símbolo, un mensaje escrito y el color

El símbolo está conformado por dos círculos, uno dentro de otro con una cruz que los divide, éste corresponde a un símbolo de detectar, de aquí que tenga relación con el campo visual

Este símbolo se puede encontrar en el campo visual que muestra un visor, es decir, en los lentes de algunos instrumentos ópticos o con la mirilla de un rifle. Tiene el propósito de centrar la imagen, así se asocia con conceptos como vigilancia, aspecto, panorama, mirada, observación, acecho, etc.

*Ciudad Desnuda* es el mensaje escrito que le da nombre al programa, veamos la significación de cada palabra:

**Ciudad** significa una población grande, territorio, pueblo

**Desnuda** significa despojo de algo, ya sea ropa, adorno y también se relaciona con la claridad, verdad

Ambas palabras siguen un estilo gráfico; la forma en como están delineadas las letras, ellas son de una tipografía llamada *Olive bold condensed*

El color es otro elemento significativo para destacar mensajes implícitos en cada uno de ellos. El rojo, amarillo y negro son los que se encuentran en el logotipo. Con los datos mencionados sobre el estilo del programa los colores simbolizan:

*Rojo*, sangre, señal de peligro, ira, crueldad, fuerza, repulsión, violencia. Si se combina con el negro se relaciona con la dominación y la tiranía.

*Amarillo* atracción, fuerza, claridad, placer, arrogancia, poder, enfermedad y mal.

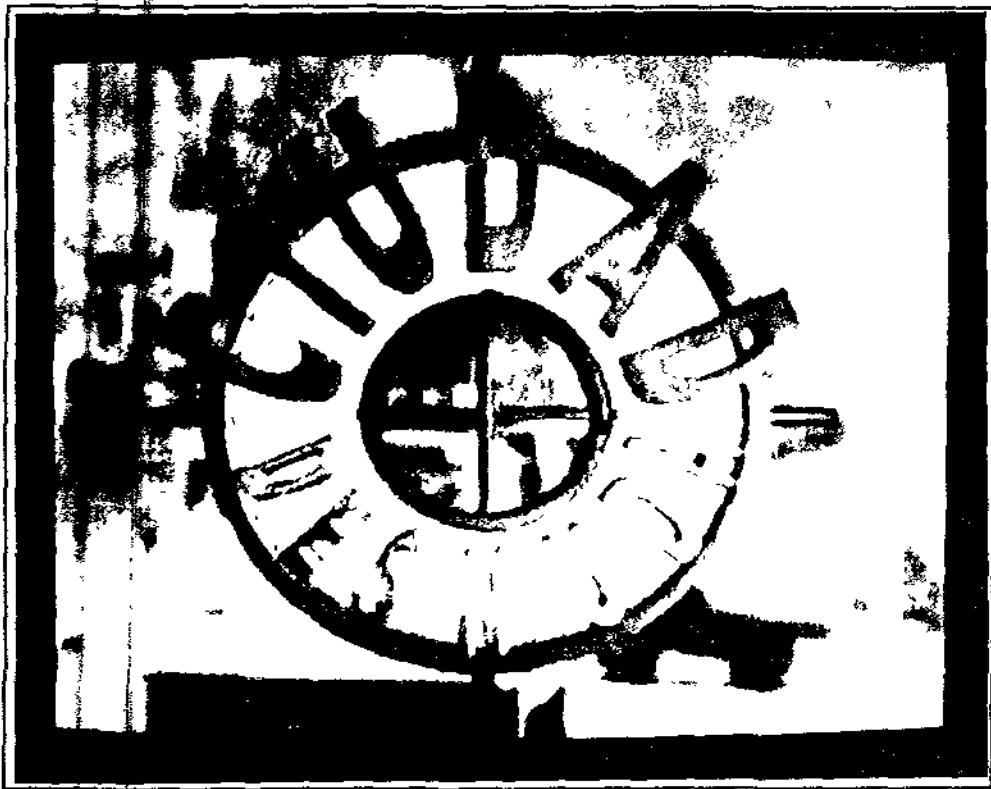
*Negro* aunque no es propiamente un color se le asocia con lo negativo, oscuridad, duelo, terror, crimen, muerte y noche. El negro asociado con el amarillo significa precaución.

Ligeramente en el logo se distingue un color *amarillado*, como resultado de la combinacion de los dos primeros colores expuestos, se identifica como un choque y disturbio

Como podemos observar, los colores se relacionan a una simbolizacion puramente negativa, conceptos que se manifiestan en el programa y que *si determinan* su estilo e imagen en su presentacion visual. Se le presentan al televidente los aspectos negativos de la ciudad, del pais, situaciones de crueldad y odio

En la escenografia, el logotipo de **Ciudad Desnuda** se encuentra sobre un fondo rojo simulando un cielo que conlleva violencia y que cubre a una ciudad, esta representada por las siluetas de edificios en color azul oscuro. Así interpretamos que la violencia cubre a una ciudad oscura, sin seguridad

Así todos los elementos se conjugan y nos permiten decir que *si se enfocan* en la exposicion de situaciones desagradables de nuestra urbe



## 2. LOS PRESENTADORES

Otro punto importante en un programa son las personas que se encargan de presentarlo o conducirlo. Ellos deben tener una apariencia agradable ante la pantalla, pues son los primeros que establecen comunicación con los televidentes.

En todo programa los conductores son vitales, presentan las noticias, le dan ritmo a la emisión, tienen un estilo particular y en equipo, etcétera. El programa **Ciudad Desnuda** es conducido por Rocío Sánchez Azuara y Eduardo Blancas, quienes presentan las notas y en ocasiones las narran y/o participan.

El estudio que a continuación presentamos está fundamentado en la comunicación no verbal, ya que ésta permite conocer más sobre los conductores y su imagen.

La conductora Rocío Sánchez Azuara posee:

*Identidad:* mujer rubia, seria, con un peinado moderno y discreto, se viste formal y con colores distintos (no llamativos), no utiliza joyas ostentosas, es discreta y su apariencia física es grata.

*Capacidad de relación con otros:* la relación con el conductor ante cámara y en la emisión del programa es cordial y amistosa, no hay indicios de que ella ejerza dominio sobre el otro.

*Sentimientos y emociones:* las expresiones del rostro son las más enfatizadas en la conductora, sus ojos y cejas expresan notablemente su furia, tristeza y sorpresa, también sus manos las emplea mucho para reafirmar lo que siente en ese momento.

Del conductor Eduardo Blancas podemos identificar:

*Identidad:* hombre moreno claro, serio, con vestimenta formal al utilizar saco y corbata de colores generalmente oscuros, de un carácter reservado y que es una persona confiable.

*Capacidad de relación con otros:* ante las cámaras, la relación con la conductora es de respeto y de amistad, no se distingue competitividad o rivalidad.

*Sentimientos y emociones:* difícilmente el conductor expresa en su rostro o manos sus sentimientos, sus movimientos son escasos aunque sus cejas muchas veces expresan sorpresa. Muestra seguridad en sí mismo.

Los televidentes podemos fijarnos minuciosamente en los conductores, cómo se visten, las joyas que poseen, sus movimientos, etc. La kinésica varía notablemente en cada conductor. Por lo general ella es mucho más expresiva y él sólo cuando entabla conversación con la conductora para comentar la nota. Ambos reflejan un buen trato con los reporteros, con el equipo del programa y con los protagonistas de los casos que se presentan

Podemos resaltar también que al existir la conducción de hombre y mujer, se complementa mutuamente, no hay ninguna discriminación de sexo, racial o dominación. Cada conductor tiene su participación individual, en tiempo y espacio. No se recurre a un vestuario llamativo o exótico, ni a joyería ostentosa para llamar la atención del público. La formalidad y sencillez son puntos que identifican la personalidad de los presentadores, podrían ser estereotipos por seguir ciertas características para poder estar frente a las cámaras de televisión: tener personalidad, poseer buena apariencia física, facilidad de expresión, inteligencia, buen gusto en la vestimenta, así como asumir el papel de periodistas y humanos, transmitiendo su estado de ánimo ante la historia presentada.



Foto R. C.



Foto R C



Foto R C

### 3. LECTURA DE IMÁGENES

A continuación realizaremos la lectura minuciosa de 13 notas seleccionadas por su impacto visual, de los programas transmitidos los días 24, 25 y 26 de junio de 1997, siguiendo la metodología de Eco y Barthes, expuesta al inicio de este capítulo

La presentación de las historias son esenciales en el programa; las imágenes de los hechos son el elemento básico y atractivo de la narración visual para el televidente. Cada género periodístico que se emplea sigue el estilo propio del programa, tanto en la narración oral como visual.

#### **SIN DEBERLA**

##### *Registro verbal*

La persecución de unos delincuentes que roban y se enfrentan en una balacera contra los policías. Los fugitivos se esconden en una unidad habitacional, pero finalmente son capturados.

##### *Registro visual de imágenes:*

Una patrulla llega a la unidad habitacional, los policías armados suben las escaleras de un edificio en busca de algo o alguien, mientras que los habitantes y vecinos comentan la situación. Los balazos se hacen presentes y al encontrar gotas de sangre se presume que hay un herido. La policía realizó su trabajo y en la delegación se encuentran los presuntos delincuentes para declarar

##### *Planos y movimientos:*

- \* Plano general de la unidad habitacional
- \* Movimiento de persecución detrás de los policías o cámara subjetiva.
- \* Stand up con plano americano de la reportera
- \* Plano general de los vecinos en la calle.
- \* Primer plano del balazo en la patrulla
- \* Movimiento de persecución enfocando los pies o cámara subjetiva.
- \* Medium close up de cada uno de los delincuentes.

*Mensaje escrito*

Título de la historia "Sin deberla" ya que los habitantes no tenían que ver con los delincuentes, ni la culpa que éstos se escondieran en la unidad

Nombre del comandante de patrullas, *Víctor Santos* quien estaba al frente de la operación

Nombre de la reportera, *Jasive Pérez* como testigo de la situación

Nombre de un presunto delincuente, *Miguel Pineda*

*Comotación:*

En la unidad habitacional hay tensión entre los vecinos porque los policías tratan de encontrar a los delincuentes y como producto de la balacera, una bala de incrusta en la patrulla. Finalmente los presuntos delincuentes son capturados y se presumen inocentes.

SIN DEBERLA



Foto R C



Foto R C



**FURIA ASESINA***Registro verbal*

En un CERESO (Centro de Rehabilitación Social) los internos se pelean contra los policías.

*Registro visual de imágenes*

Unos policías se encuentran en la barda que rodea al CERESO cubierto por una malla metálica. Ellos se protegen con escudos de las piedras y palos que les lanzan los internos. La policía logra entrar al lugar y catea a los reclusos, hay un herido.

*Planos y movimientos*

- \* Plano general en contrapicado que muestra a los policías en la barda
- \* Plano general en contrapicado para observar el comportamiento de los internos.
- \* La cámara recorre la malla (travelling) para observar en contrapicado a los presos.
- \* Plano general del motín destacando al herido.
- \* Movimientos confusos de la cámara por encontrarse en el amotinamiento

*Mensaje escrito:*

Título de la nota "Furia Asesina" ya que las personas que iniciaron el motín son presos que han cometido delitos: asesinatos, asaltos, violaciones, etc., y expresan violencia.

Referencia "Cortesía, Núcleo Radio TV, Monclova Cuah." Se entiende que las imágenes fueron proporcionadas por esa televisora de Coahuila, en donde ocurrió el suceso.

*Connotación:*

La furia de los presos se manifiesta al máximo mientras que los policías tratan de calmarlos, pero la situación es difícil y un herido va protestando no importándole la sangre en su cuerpo. La situación es tensa aunque al final se tranquiliza y comienza el cateo para quitar cualquier cosa que pueda utilizarse como arma.

FURIA ASESINA



Foto R C



Foto R C

## MISIÓN EXPLOSIVA

### *Registro verbal*

Una persona ataca a sus vecinos con bombas molotov.

### *Registro visual de imágenes*

Existen desperdicios y bombas molotov en una casa; lo cual hace que la gente de la colonia se vea afectada, pero el dueño de la vivienda está tirado en el suelo.

### *Planos y movimientos:*

- \* Plano general de los desperdicios y bombas molotov.
- \* Full shot del supuesto dueño de la vivienda.
- \* Medium close up de cada persona entrevistada.
- \* Plano general de la colonia y los vecinos.
- \* Full shot del policía.
- \* Primer plano del letrero de peligro

### *Mensaje escrito*

Título del caso "Misión Explosiva" pues el que origina el problema responde a los vecinos con bombas molotov.

Nombre de los afectados: *María García, José Gutiérrez* y el nombre del policía de Ecatepec *Andrés González*

### *Connotación*

Los desperdicios en una casa provoca mal olor en la colonia, sus habitantes molestos tratan de solucionar el problema quejándose con el dueño de la vivienda, pero éste se encuentra en mal estado o drogado y los ataca con bombas molotov.

MISIÓN EXPLOSIVA



Foto R C



Foto R C

**EN LOS 15 AÑOS***Registro verbal*

Un muchacho es detenido con su banda por asesinar a un joven en una fiesta de 15 años.

*Registro visual de imágenes.*

En una casa donde se celebraron los 15 años se encuentra la silueta del cuerpo de un sujeto asesinado. Los familiares del occiso son entrevistados, mientras que en los separos se encuentra el presunto homicida y sus cómplices esposados. Se les toma fotografías y sus datos para abrir un expediente.

*Planos y movimientos.*

- \* Group shot de los detenidos.
- \* Medium close up del presunto homicida.
- \* Stand up de la reportera.
- \* Paneo de la casa.
- \* Full shot de la silueta.
- \* Medium shot de los familiares.
- \* Group shot de la banda.
- \* Tight shot del expediente del asesino.
- \* Tilt up del presunto asesino.
- \* Plano general del pasillo de la delegación.

*Mensaje escrito*

Título del caso "En los 15 años" porque en esa celebración ocurrió el asesinato y de allí comienza la nota.

Nombre de la madre de la víctima, *Agripina Salmas* y del padre *Ángel Martínez*.

Nombre del presunto homicida *Ricardo Zetina*.

*Comotación*

Los familiares del joven asesinado entristecidos piden justicia. El culpable y su banda se muestran insensibles ante la situación sin preocuparles estar en una celda acusados de homicidio.

EN LOS 15 AÑOS



Foto R C



Foto R C

## CONDUCTO AL MISTERIO

### *Registro verbal*

En una coladera se encuentra el cuerpo de una persona muerta.

### *Registro visual de imágenes:*

En una coladera policías y peritos remueven con guantes algo que se encuentra allí. En el servicio médico forense se encuentra el cuerpo de un individuo y sus pertenencias, se muestra su ropa en el piso.

### *Planos y movimientos:*

- \* Primer plano de la coladera
- \* Dolly in hasta la coladera con cámara subjetiva
- \* Plano general de donde se encuentra la coladera.
- \* Paneo hacia la derecha con plano general hacia la coladera.
- \* Plano general del servicio médico forense.
- \* Plano general de las prendas del muerto.
- \* Stand up con full shot del reportero.

### *Mensaje escrito*

Título de la nota "Conducto al misterio", ya que en una coladera se encontró el cadáver de un humano y se desconoce su identidad.

Nombre de un vecino de la zona donde está la coladera, *Miguel Meneses*, el nombre del comandante *Jorge Escabedo*; nombre del forense *Enrique Acosta* y nombre del reportero *Nacho Nuñez*.

### *Connotación:*

En una coladera se encuentra el cuerpo de un hombre que no ha sido identificado, por eso presentan su ropa; tampoco se conoce cómo es que llegó hasta ese lugar o si fue un accidente. Las prendas se muestran con mucha sangre.

# CONDUCTO AL MISTERIO

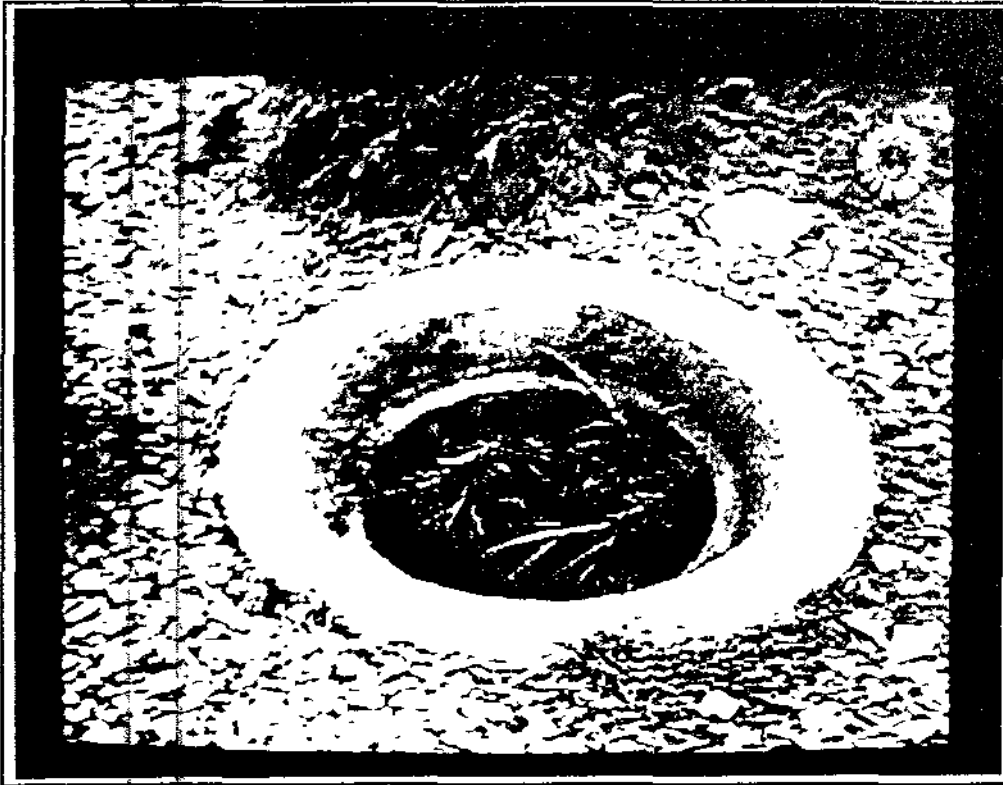


Foto R C



Foto R C



## CRUEL DESCUIDO

### *Registro verbal*

El choque entre un carro y un camión deja a una joven sin pierna.

### *Registro visual de imágenes:*

Un carro de marca *Chevy* color blanco se impacta contra un camión de limpieza; una mujer sufre porque perdió una de sus piernas. La ambulancia llega, los paramédicos la atienden y la llevan a un hospital. El dueño del carro no desea ser entrevistado.

### *Planos y movimientos:*

- \* Plano general del carro chocado en la avenida.
- \* Medium close up del dueño del carro.
- \* Paneo hacia la derecha, partiendo del camión hacia el carro.
- \* Plano medio de la joven llorando
- \* Medium close up de los entrevistados.
- \* Stand up con plano americano del reportero.
- \* Plano general de la chica accidentada siendo atendida por socorristas.

### *Mensaje escrito:*

Título de la nota "Cruel Descuido" porque el conductor del carro quizá por descuido se impactó con el camión, pero provocó el dolor de la joven accidentada.

Nombre del policía *José Sandoval*, del ministerio público *José Luis Chimal* y del reportero *Roberto Duarte*.

### *(onnotación:*

El impacto entre los vehículos es aparatoso y la persona herida expresa su sufrimiento con quejidos y lágrimas por la pérdida de una pierna. El culpable se molesta por la presencia de la cámara y se nota preocupado.

CRUEL DESCUIDO



Foto R C



Foto R C

## PRENDIÓ LA VELADORA

### *Registro verbal*

Una veladora es el medio por el cual una niña sufre de quemaduras.

### *Registro visual de imágenes.*

Se enciende una veladora que es colocada sobre una silla, ésta se cae en las cobijas (dramatización) y provoca quemaduras en la niña envuelta. La pequeña ha sido operada, pero no ha quedado bien físicamente y sólo se muestra una parte de su físico.

### *Planos y movimientos:*

- \* Plano general del lugar donde vive la niña
- \* Over shoulder de la niña
- \* Primer plano de la muñeca de la pequeña.
- \* Primer plano de fotografías.
- \* Encuadre del cuerpo de la niña sin tomar la cara.
- \* Group shot de la madre, hermanas, niña de espaldas y reportera.

### *Mensaje escrito.*

Título de la historia "Prendió la veladora" porque ésta provocó un accidente que hace sufrir a la niña. La veladora se prendió para dar gracias a Dios del nacimiento de la pequeña.

Nombre de la madre de Paola, *Bertha Soto* y de la reportera *Jusive Pérez*.

### *Connotación.*

Una familia de escasos recursos y religiosa sufre como la niña, de las quemaduras que desfiguraron su rostro y manos. La madre desea encontrar la manera de ayudar a su hija, para evitarle el rechazo de la gente.

### PRENDIÓ LA VELADORA



Foto R C



Foto R C

**¡ RATAS !***Registro verbal*

Las ratas son un problema en una unidad habitacional.

*Registro visual de imágenes.*

Las ratas libremente viven en los patios de una unidad, se ven comiendo y paseándose entre la basura. Los vecinos se quejan de las ratas, pues aumentan y esta situación no se ha controlado; ellos tratan de matarlas.

*Planos y movimientos:*

- \* Primer plano de rata comiendo.
- \* Plano general del lugar donde habitan.
- \* Primer plano de madrigueras.
- \* Medium close up de los entrevistados
- \* Primer plano de rata muerta

*Mensaje escrito.*

Encabezado "¡Ratas!", pues son animales que traen enfermedades, son asquerosos e intolerables. Nombre de los vecinos de la unidad Tlatelolco, *Juana Arvizo, Alma Venegas, Antonio Borges* y del reportero *Gustavo Castillo*.

*Connotación:*

Los vecinos de la unidad Tlatelolco al ver a las ratas les provoca repulsión, asco y suciedad; estos animales se han convertido en una plaga y frecuentemente se pasean entre los edificios y patios. Los vecinos quieren exterminarlos.

¡RAFAS!

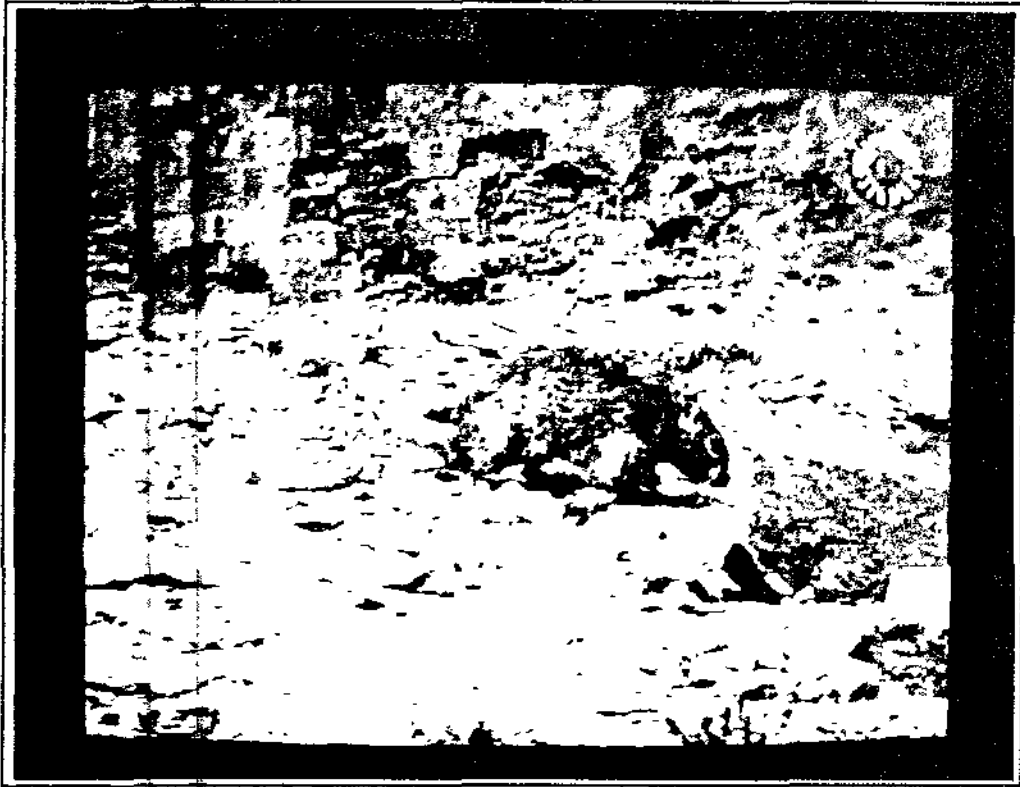


Foto R C



Foto R C

**BRUJO ASESINO***Registro verbal*

Un joven que se decía *brujo* asesinaba a mujeres.

*Registro visual de imágenes:*

Se muestra el sepelio y el panteón de una víctima. Un sujeto se encuentra tras la reja y explica cómo él asesinaba a las mujeres con ayuda de sus manos.

*Planos y movimientos:*

- \* Plano general del sepelio y panteón
- \* Medium close up del homicida.
- \* Plano general de una papelería.
- \* Primer plano de una fotografía.
- \* Primer plano de la cerradura de la celda.
- \* Stand up con plano americano del reportero

*Mensaje escrito:* Encabezado "Brujo asesino" pues el hombre presumía de ser brujo para curar males y aprovechaba para asesinar

Nombre del ministerio público *Enrique Gascón*, del presunto homicida *Rubén Aguilar*, madre de una víctima *Natalia Dios* y del reportero *Agustín Olais*.

*Connotación:*

Mediante engaños el sujeto convencía a las mujeres para curarlas por medio de la brujería, ante cualquier descuido de ellas, el brujo las estrangulaba con sus propias manos. El hombre se encuentra mal psicológicamente porque su esposa lo engañó con otro tipo y desquita su coraje asesinando mujeres

BRUJO ASESINO



Foto R C

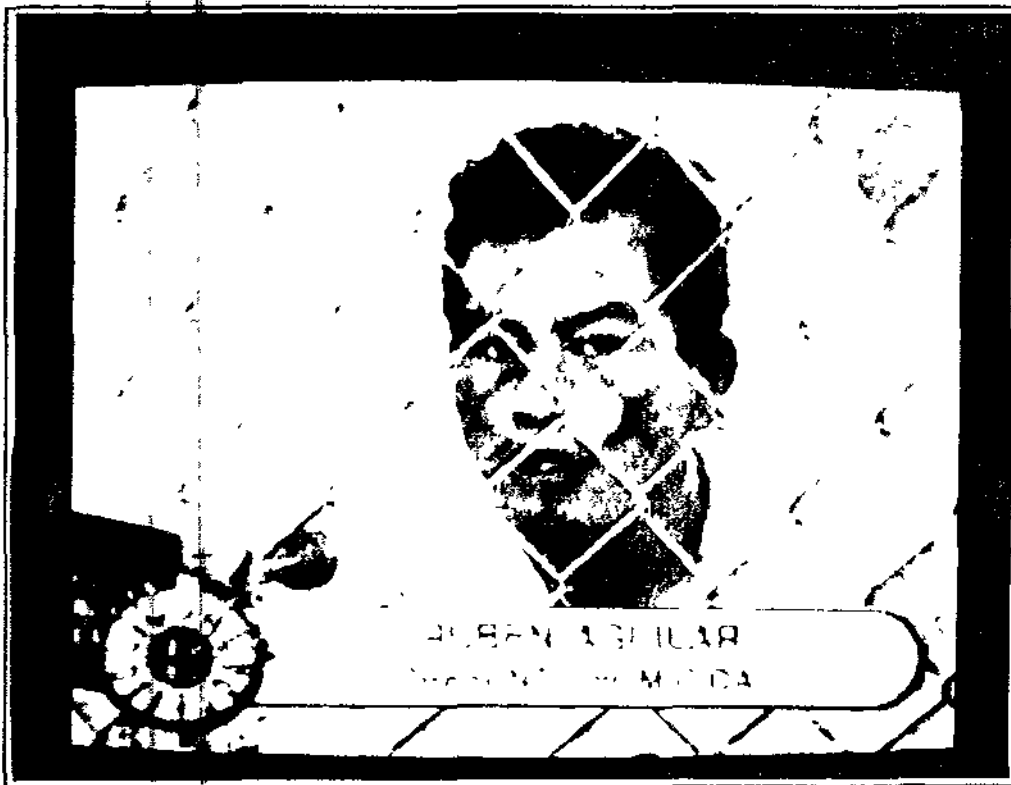


Foto R C



**DURO DESTINO***Registro verbal*

Una niña sufre desde su nacimiento por no tener piernas y brazos.

*Registro visual de imágenes*

En un hogar una pequeña nació sin piernas y brazos, su familia la abraza y la ha llevado al médico. La niña pasa el tiempo en una cama y entre los abrazos de su familia, una señora visita a la pequeña.

*Planos y movimientos*

- \* Close up de la niña
- \* Two shot de la madre y la niña
- \* Stand up con plano americano del reportero.
- \* Medium close up de una señora.
- \* Group shot de la familia
- \* Plano general del lugar donde habitan.

*Mensaje escrito.*

Encabezado "Duro destino" porque las condiciones físicas de la niña la enfrentarán a una vida difícil e incierta.

Nombre de la madre de Eulalia, *Neli Méndez*, del doctor *Dr. Israel Sarmiento*, conocida de la familia *Margarita* y del reportero *Agustín Olais*.

*Connotación.*

La familia está triste porque su hija nació sin brazos y sin piernas, no encuentran una solución para ayudarla por ser de escasos recursos; sin embargo, le demuestran su cariño. El médico y la señora ayudan en lo posible a toda la familia. La niña sufre por estar mucho tiempo acostada mostrándose siempre triste.

DU RO DESTINO



Foto R C



Foto R C

## **SIGUEN LAS AMENAZAS**

### *Registro verbal*

Una familia sufre de amenazas de los asesinos de su hijo.

### *Registro visual de imágenes*

Familiares de un joven denuncian públicamente las amenazas que envían constantemente los asesinos de su hijo. El rostro de los integrantes de la familia son parte del anonimato

### *Planos y movimientos.*

- \* Primer plano de fotografías.
- \* Toma sin rostro de personas.
- \* Primer plano de la foto del occiso
- \* Over shoulder de la demandante
- \* Camara subjetiva a los pies.
- \* Toma general de la casa
- \* Stand up y fullshot de la reportera

### *Mensaje escrito*

Encabezado "Siguen las amenazas", porque los parientes de un muchacho asesinado constantemente son amenazados por los presuntos asesinos.

Nombre de la reportera *Olga Lidia Arellano*

### *Comotación*

El dolor y el temor de los familiares del occiso es constante por las amenazas que sufren por parte de quienes dieron muerte a su hijo, por eso desean mantenerse anónimas.

SIGUEN LAS AMENAZAS



Foto R C



Foto R C

**HACIA LA CALLE***Registro verbal*

El desague de una casa sale hacia la calle sin pavimentar

*Registro visual de imágenes:*

En una calle llena de charcos, lodo y desperdicios provoca más problemas al verse invadida por el desague de una casa que desemboca allí. Vecinos hablan con una habitante de la casa para solucionar la situación. El tubo del desague destaca y los vecinos se encuentran presentes en la calle.

*Planos y movimientos:*

- \* Plano general de la colonia.
- \* Medium close up de los entrevistados.
- \* Stand up con plano americano del reportero
- \* Tilt up y down del tubo.
- \* Primer plano de desperdicios

*Mensaje escrito*

Título de la nota "Hacia la calle" pues todos los desechos de una casa caen hacia la avenida.

Nombre de las vecinas afectadas *María Trinidad, Isabel Juárez, Guadalupe Trejo* y nombre del reportero *Juan Barragán*

*Connotación*

La condición en que se encuentra el suelo de la colonia provoca problemas por no estar pavimentado, además de los desperdicios que el desague de una casa genera hacia ella, originando olores desagradables para los vecinos que tratan de arreglar la situación.

# HACIA LA CALLE



Foto R C



Foto R C

**CONTACTOS E.T.***Registro verbal*

Personas construyen pirámides en el patio de su casa

*Registro visual de imágenes*

En un poblado donde vive una pareja adulta existen pirámides en el patio, dentro de ellas hay mensajes y dibujos: un ojo y una cruz.

*Planos y movimientos*

- \* Plano general con **paneo** hacia la derecha del poblado.
- \* Contrapicada con **zoom back** de la pirámide
- \* Primer plano de la pirámide
- \* Medium close up de los entrevistados
- \* Plano general del interior de la pirámide.
- \* Full shot de la reportera y señor.
- \* Plano general de las pirámides.

*Mensaje escrito*

Título del caso "Contactos E. T." ya que tienen comunicación con extraterrestres

Nombre de los dueños de las pirámides *Ricardo Garcés y Juana Hernández*

*Connotación:*

La pareja adulta tiene pirámides en su casa para comunicarse telepáticamente con extraterrestres que les mandan mensajes positivos. La señora describe la forma de las orejas de los extraterrestres (largas) y está entusiasmada por su experiencia al igual que su marido

CONTACTOS E.T.

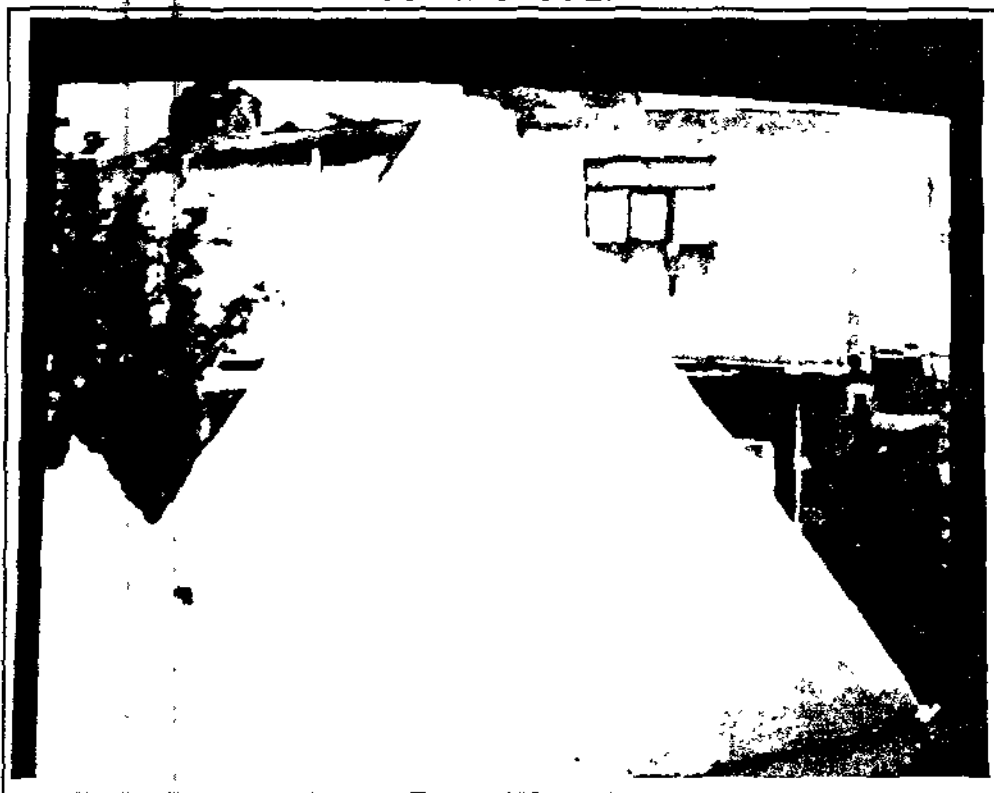


Foto R C



Foto R C



#### 4. TIPO DE IMÁGENES

Durante la transmisión de la imagen televisiva podemos reconocer diferentes tipos que aportan información y ayudan a dar una mejor interpretación al discurso visual total, es decir, al programa íntegro

Siguiendo las clases de **imágenes** que hemos indicado en los capítulos anteriores, encontramos primeramente las

##### Imágenes dinámicas:

- Imágenes diferidas que corresponden a las notas presentadas.
- Imágenes directas que se transmiten en vivo desde el lugar de los hechos y la transmisión en vivo del programa, en tiempo real

##### Imágenes estáticas:

- Fotografías de sujetos implicados en los casos (ociso, asesino, herido, etc.).
- Mapas en señal de recorrido o como logotipo.  
*(Estos casos sólo se presentan en un 1% del total de la transmisión móvil).*
- Imágenes de imágenes: el retrato hablado de un delincuente.

##### Serie informativa visual lingüística

- Signos lingüísticos proyectados: títulos, nombres de los sujetos protagonistas, implicados y papel que desempeñan dentro del caso y nombre de los reporteros.

##### Serie visual no lingüística

- Alteración de la imagen en transmisión en vivo o en la edición de la nota (ruido)

##### Serie visual paralingüística

- Efectos de cambio de página en la edición de notas y efecto en la entrada y salida de títulos de las notas (como de estallido).

Continuando con el uso interpretativo que el programa prevé para el espectador, los **signos** en pantalla son:

##### Signos de inferencia naturales

- ◆ Teaser inicial y parciales de las notas que se presentan
- ◆ Emisión en vivo, tiempo real que el reloj señala.
- ◆ Transmisión en el estudio con el lugar de los sucesos

Signos de equivalencia arbitraria

- ◆ La escenografía (elementos que la conforman)
- ◆ Logotipos del programa, canal y televisora.

Signos de equivalencia analógica:

- ◆ Mapas que se utilizan para informar el lugar donde ocurre la nota o como logotipo de la sección **resumen nacional e internacional** (mapa de la república mexicana y mapamundi).

Si recordamos las aportaciones de Lorenzo Vilches sobre que las imágenes funcionan como texto dentro de un sistema de producción de noticias, las imágenes emitidas corresponden a la siguiente clasificación:

Imágenes de reconocimiento:

⇒ Todas las notas pregrabadas que son presentadas corresponden a esta clasificación porque ellas hacen un testimonio de los hechos y nos dan indicios de lo que ocurre como muerte, dolor, pobreza, rareza, etc.

Imágenes de ostensión:

⇒ La presencia de los conductores para guiar el programa; el *stand up* de los reporteros en cada nota y el reportero mismo cubriendo una nota en directo en la calle, sala de edición o cabina.

Imágenes de réplica:

⇒ Mapa en donde se señala mediante puntos el recorrido de un sujeto o el lugar donde ocurre el hecho.

Imágenes de invención:

⇒ Creados por la computadora en la pantalla como efectos en los títulos, su tipología, en la edición, los logotipos, franja en donde se colocan los nombres de los entrevistados y créditos.

Ahora que se han identificado las imágenes es necesario profundizar en el análisis de los títulos y logotipos se secciones, pues todos ellos también forman parte de la imagen televisiva del programa

**TITULOS** Los títulos están formados generalmente por escasas palabras que dan una idea del caso, pueden calificarse de crudos, irónicos con un toque severo o curioso: Cruel destino, Ratas, Contactos Extraterrestres, etc ; también pueden iniciar con signos de interrogación o admiración

Son escritos con letras mayúsculas en color amarillo sobre un fondo rojo, colores que marcan la imagen y estilo del programa y que corresponden a la repulsión y violencia.

**LOGOTIPOS DE SECCIONES** En la presentación de la sección *Resumen Nacional* el logotipo es el mapa de la república mexicana en colores amarillo y lineamientos verdes (claridad y vegetación con bordes que simulan la tierra). Para indicar en qué estado ocurrió la nota, aparece en nombre del estado con mayúsculas en color amarillo y como fondo el mapa.

El logotipo de la sección *Resumen Internacional* es un mapamundi, con lineamientos negros y fondo rojo. El nombre del país también indica el lugar donde ocurrió el suceso.

La sección de *Mundo Insólito* está representada con el logotipo formado por círculos que simulan el lente de una cámara visto de frente. Las palabras también son letras mayúsculas y en color rojo y amarillo.

## 5. EDICIÓN

La transmisión total del programa **Ciudad Desnuda** es de una hora y cuarto, sin embargo hay detrás de ésta más horas de trabajo. Todo un grupo de elementos como el productor, reporteros, guionista, editores, etcétera, depende para que el programa salga al aire.

Un punto interesante es la forma en que se organiza cada nota que se presenta, pues el reportero junto al camarógrafo recaban información oral, escrita e imágenes del caso y posteriormente al tener ya un material se comienza a estructurar para generar una historia visual en escasos minutos (1 o 2 min ), es decir, pasa por el proceso de edición.

Al haber realizado una lectura de imágenes, podemos destacar las características generales de la construcción visual de las notas:

- 1 Título llamativo.
- 2 Cortes directos de las imágenes.
3. Entrevista a involucrados en el hecho.
- 4 Edición de la entrevista por medio de efecto de cambio de página.
5. Dramatización o reconstrucción de hechos.
6. Logotipo del programa en el margen superior derecho.
- 7 Planos generales del campo de acción
- 8 Primeros planos de detalles impactantes de la nota (coladera, impacto de bala, choque, etc )
- 9 Cámara objetiva y subjetiva

El discurso visual puede sufrir de errores "saltos" en la edición o en colocar a tiempo y correctamente títulos o nombres. Ahora bien, aunque destaquemos la edición de las notas hay que recordar la participación de los conductores para guiar el programa y en la narración visual.

Los cortes entre los presentadores y las notas se da por medio de un pequeño efecto para presentar los títulos, al mandar a comerciales el corte es directo hacia el teaser o cortinilla. El manejo de cámaras es directo y los planos habitualmente son de medium shot con zoom in para impactar y dar ritmo, inclusive se muestran violentos por ser rápidos, atrayendo la atención del telespectador. Los movimientos de cámara sobre grúa permiten conocer el set y sus dimensiones, además de que tenemos una visión mayor de los conductores en la mesa de trabajo.

Aunque veamos sólo un producto estructurado, los conductores, notas, reporteros y la transmisión completa; un cuerpo editorial y técnico realizan tareas para que lleve un orden el programa y así el televidente se mantenga interesado durante la emisión

Estos componentes también forman parte del estilo y la imagen que maneja el programa, lo que puede identificarlo y caracterizarlo

## CONCLUSIONES

En este trabajo hemos estudiado la imagen televisiva, el elemento más expresivo de la televisión, la cual está compuesta por distintos elementos que tanto individual como en conjunto dan información al televidente.

Un signo siempre será la base de una imagen, a él le determinamos un significado y un significante para establecer una comunicación y lograr entender el mensaje. Los signos los podemos estudiar de acuerdo con el tipo de relación que existe entre ellos mismos y/o con otros elementos: estudios gramáticos, lógicos y retóricos; de allí que exista una división del signo que podemos identificar en un fenómeno visual.

Todo esto se descubrió con la participación de un intérprete, es decir, cada uno de nosotros al identificar un signo, el cual podemos encontrar en nuestro ambiente cotidiano como signo visual, lingüístico o hasta sonoro, que dentro de un contexto interpretamos para comprender su mensaje.

La imagen tendrá una interpretación denotativa: lo que es su descripción, y una interpretación connotativa en la cual los sentimientos, gustos e ideología del interpretante intervendrán. Del mismo modo la imagen permite la inmediatez, expresión y significación

Dentro de la diversidad de signos, el icono es quien compone a la imagen, pues él posee características del objeto al que representa y por esa razón existe tanta semejanza entre ambos; aunque a veces en menor grado nos permite reconocerlo.

En *Ciudad Desnuda*, los iconos tienen un alto grado de realismo, lo cual nos permite reconocer nuestro entorno; por eso las imágenes que observamos las consideramos *reales* y con información verosímil.

En la imagen televisiva podemos encontrar series informacionales correspondientes a códigos independientes, éstos de manera conjunta conforman todo lo que vemos y escuchamos. De allí que los signos tengan diferentes usos interpretativos dentro de un programa y nos permitan conocer más allá de lo visto y escuchado en unos minutos.

Podemos encontrar a lo largo de un programa imágenes fijas y/o móviles que nos ilustran icónicamente una noticia: las fotografías, el dibujo, los mapas, las imágenes filmadas directas o diferidas, aportan información a la nota y refuerzan el mensaje

*La imagen televisiva* también está compuesta por sus significantes, ellos conjuntamente son la significación del objeto. Cada uno nos da información y son manejados acorde con el programa televisivo, por eso en nuestro análisis semiótico fue importante darles un estudio particular a la mayoría de ellos e interpretarlos de la siguiente manera

*Los conductores* son quienes guían, dan ritmo y agilidad al programa con su participación individual y/o en equipo. Rocío Sánchez Azuara y Eduardo Blancas en ocasiones se involucran con los protagonistas de las notas para crear mayor emotividad en los telespectadores y un sentido más humano. También manifiestan su postura ante los hechos, al hacer un breve comentario o un gesto.

*La comunicación no verbal* nos ha demostrado que no hace falta el habla. Un lenguaje oral sí refuerza un mensaje visual pero no es fundamental para comprenderlo, por ejemplo podemos interpretar lo que una persona dice si observamos detenidamente sus labios y omitimos su voz. Por medio de movimientos faciales, corporales o de las manos, podemos descifrar lo que una persona expresa, lo que quiere decir; también nos permite determinar su identidad, capacidad de relación con otros, sentimientos y emociones. En pocas palabras a través de la kinésica podemos conocer algo de las personas y lo que desean comunicar.

Al observar a los conductores de **Ciudad Desnuda**, interpretamos la existencia de una dualidad porque son dos elementos contrarios que se complementan; es decir, el programa es conducido por una mujer rubia y un hombre moreno. Rocío Sánchez es más expresiva en sus gestos, de hecho con su mirada muestra su furia, tristeza, alegría, etcétera; por otro lado Eduardo Blancas no es muy expresivo y pocas veces demuestra sus emociones ante los casos presentados.

La relación que existe entre los conductores hace más amena la emisión del programa. No existen indicios que alguno ejerza poder sobre el otro, que exista una mala relación o discriminación.

*El mensaje escrito* de la imagen televisiva es por medio de signos lingüísticos, aparecen como recursos visuales (tipos de letras, colores, forma, tamaño, estilo, intensidad). La escritura proyectada en pantalla orienta, amplía la información y fija el contenido de los mensajes, convirtiéndose en imagen; tales como: el título de la nota, el nombre de la persona entrevistada, el papel que desempeña en el suceso, el lugar donde ocurre el hecho, el nombre del reportero que realiza la nota, etc

*El color* es otro elemento que llama la atención del telespectador en la imagen. Este significante da intención, información y valores en donde se emplee. Cada color tiene una simbolización, un significado que sin duda aporta conocimiento sobre alguien o algo. Esto lo pudimos constatar en el análisis de logotipos en los cuales al ser vistos simplemente, el color aparece como un elemento estético; sin embargo, aprendimos que cada uno de ellos tiene su razón de ser, es decir, un propósito e información sobre la televisora y el programa. Los colores que se utilizan en la escenografía y logotipo del programa: rojo, amarillo y negro, refuerzan el estilo de **Ciudad Desnuda**, ya que el rojo se refiere a la violencia y al peligro, el amarillo con el mal y, el negro con el crimen y la muerte, la combinación de amarillo y negro significa precaución.

*La iluminación* nos permite identificar todo lo que observamos en las notas presentadas, el lugar donde se desarrolla la situación, sus características, a las personas que participan, si el hecho ocurrió durante el día o la noche, nos permite también conocer las características de la imagen que se maneja en la escenografía y a los conductores. En conclusión, nos permite distinguir todos los elementos visuales y la graduación o intensidad de ella puede interpretarse como inicio o final de la emisión.

También es importante mencionar otros significantes que no se estudiaron a fondo, pero que su función radica en lo siguiente: el grafismo (no utilizado en las notas estudiadas), es empleado pocas veces para representar datos estadísticos sobre algún asunto específico en el programa.



De igual forma el sonido como imagen acústica, refuerza la parte sonora de la imagen televisiva; el lenguaje verbal (voz) va cargado de calificativos desalentadores o negativos, con un sentido irónico. La música por su parte, da mayor impacto a la nota y le otorga agilidad a la emisión. El sonido ambiental nos permite situarnos, conocer el ambiente en donde se desarrolla el hecho e involucrarnos en ese campo de acción.

Ahora, al conocer el lenguaje técnico en la imagen televisiva nos hizo mirar con otra perspectiva cada nota analizada, identificamos los planos y movimientos más significativos, afirmando que cada uno de ellos tiene una intención, o sea, expresividad; nos dan información produciéndonos sensaciones, por ejemplo a menor tamaño del cuadro, hay mayor sentimiento del espectador, se trata de destacar algo, enfatizar; en cambio a mayor tamaño del plano hay mayor campo visual, el espectador se da cuenta de todo lo que hay alrededor, sin destacar, sólo conoce el panorama.

Reconocemos que los planos más característicos en las notas, corresponden al *primer plano* para destacar imágenes más significativas: balazos, rostros de personas, fotografías, etc., el *medium close up* de las personas entrevistadas para sentir mayor cercanía con los sujetos involucrados o protagonistas; y los *planos generales* para conocer el sitio donde se desarrolla la acción.

Al aplicar una cámara objetiva sólo participamos como testigos, o con la cámara subjetiva en que tomamos el lugar de quien ve, también nos hace participar pero como si estuviéramos en el lugar de los hechos.

Los planos y movimientos al ser organizados y llevar una continuidad, crean un discurso (gran sintagma) o historia visual que puede mantener interesado al espectador al otorgarle un ritmo o por el contrario puede éste rechazarlo. Por esta razón, el montaje o edición debe ser adecuado, presentar buenos planos con cierto ritmo y lógica.

A partir de un discurso visual, ya conformado como programa y organizado bajo reglas y cuidados para ser presentado en televisión, el telespectador puede leer e interpretar con detenimiento los signos existentes, tiene la posibilidad de determinar la estructura de la emisión, en este caso **Ciudad Desnuda** presenta la siguiente:

## I. ENTRADA

- a) Teaser general.
- b) Presentación del programa y cortinilla
- c) Bienvenida por parte de los conductores

## II. BLOQUES INFORMATIVOS

- a) Al finalizar el bloque y dar paso los conductores a los comerciales hay: teaser y cortinilla.
- b) Al regreso de los comerciales los conductores inician otro bloque.

## III SALIDA

- a) Salida diaria: los conductores se despiden e invitan al público a la siguiente emisión.
- b) Salida institucional: créditos de la producción del programa.
- c) En ocasiones se finaliza con la cortinilla del programa.

Recordemos que la estructura de un programa es determinada por el productor, y si comparamos ésta estructura con la de un noticiario, notaremos que son similares. Podemos afirmar que con los datos obtenidos el programa **Ciudad Desnuda** corresponde a un reality show con una estructura de noticiario, siguiendo un periodismo *amarillista*. Éste se dedica a informar sobre casos sensacionalistas, mostrando sucesos sangrientos, morbosos e insólitos.

**Ciudad Desnuda** como noticiario, presenta la siguiente tipología:

*Por cobertura geográfica:* nacional y extranjera

*Por su periodicidad:* diaria, de lunes a domingo.

*Por sus contenidos:* dramas personales, policíacos e insólitos

*Por su duración:* de una hora y media.

*Por su horario de programación:* nocturno 19:30 horas.

*Por su recurso de producción:* Televisión Azteca lo presenta.

Los *Reality Show*, como se ha indicado, se encargan de presentar la nota roja televisiva en donde las imágenes son básicas para espectacularizar el dolor, rareza, violencia, repulsión, etc.; puntos

que al ser enfatizados atraen al telespectador. Podemos mencionar las características que se adoptan en este tipo de programas:

1. Hechos policíacos, insólitos, escabrosos, repugnantes, etc., que informan al telespectador situaciones a las que se enfrenta un sector determinado de la ciudad.
2. Su público meta pertenece a la clase baja, quienes protagonizan las historias e incluso las expone.
3. Emplea encabezados sensacionalistas, breves, impactantes y cínicos.
4. Se emplea la entrevista a sujetos implicados en cada caso: víctimas, familiares, testigos, policías, etc.
5. El contenido visual debe ser impactante.
6. Tratan de dar solución a los casos.
7. La cámara capta situaciones inesperadas y/o actúa como testigo.
8. Llega a hacer uso de géneros dramatizados.

Asimismo podemos clasificar a **Ciudad Desnuda** dentro de los programas de servicio al público, ambos muestran las situaciones de los ciudadanos ante las cámaras y tratan de darle una solución favorable a sus problemas; recurre a los lineamientos de una telenovela porque da seguimiento a los casos (aunque en las notas analizadas no sucede), pero es característico en las emisiones para que el telespectador continúe interesado en la nota (hilo narrativo).

Los géneros periodísticos empleados en el programa le dan un toque particular, la entrevista para recabar información de los protagonistas de la historia; el reportaje con estructura testimonial y de reconstrucción.

El principal elemento que maneja el noticiario **Ciudad Desnuda**, es la presentación visual del periodismo amarillista, mostrándonos notas rojas que solían ser censuradas en la televisión y que actualmente impactan más al televidente. El objetivo de este programa es exhibir la delincuencia, marginación, pobreza y/o condiciones de vida de la clase baja. Presenta la realidad que viven las personas de esta clase social para manejar los sentimientos del espectador y lograr que se conmueva, sorprenda o juzgue los casos que se proyectan.

Todo lo mencionado anteriormente, son los elementos que el programa **Ciudad Desnuda** maneja en su imagen televisiva para que el público conozca y viva de cerca las historias policiacas, insólitas y trágicas. Lo único que le interesa es mostrar visualmente los problemas ajenos y ser un noticiario exitoso

## FUENTES BIBLIOGRAFÍA

- 1 Ahumada Barajas, Rafael. Análisis de la imagen televisiva.  
Editorial UNAM-ENEP Aragón, México, 1996, págs. 58
- 2 Ahumada Barajas, Rafael. El guión de televisión y sus características técnicas.  
Editorial UNAM-ENEP Aragón, México, 1996, págs 110  
Trabajo mimeografiado
- 3 Ahumada Barajas, Rafael. Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de mensajes educativos para televisión  
UNAM, Cuadernos de la ENEP Aragón, México, 1994, págs 44
- 4 Ávila, Raúl. La lengua y los hablantes.  
Editorial Trillas, México, 1989, págs 152
5. Baena Paz, Guillermina. Géneros periodísticos informativos.  
Editorial Pax México, México, 1990, págs. 212
- 6 Barthes, Roland. La retórica de la imagen.  
En Comunicaciones Número 4. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1972, págs. 380
7. Carl, Hersh. Producción televisiva: el contexto latinoamericano.  
Editorial Trillas, México, 1995, págs 179
- 8 Carontini Enrico *et al*, Elementos de semiótica general. El proyecto semiótico.  
Editorial Gustavo Gili, España, 1979, págs. 139
- 9 Casasús, Josep Maria. Ideología y análisis de los medios de comunicación.  
Editorial Mitre, Barcelona, 1985, págs 208
10. Cebrián Herreros, Mariano. Géneros informativos audiovisuales.  
Editorial Ciencia 3, Madrid, 1992, págs. 457
11. Cebrián Herreros, Mariano. Información Audiovisual.  
Concepto, técnica, expresión y aplicaciones.  
Editorial Síntesis, España, 1995, págs 523
12. Cebrián Herreros, Mariano La información audiovisual. Un servicio a la sociedad.  
Editorial Forja, Madrid, 1983, págs. 376
13. Deleuze, Gilles La imagen tiempo. Estudio de cine 2  
Editorial Paidós Comunicación, España, 1987, págs 371
14. Eco, Umberto La estructura ausente.  
Editorial Lumen, España, 1975, págs. 510

15. Ekman P. and Friesen W. The repertoire of nonverbal behavior  
Categorías, orígenes, usage and coding. *Semiótica*, 1969
16. Fernández, Carlos *et al.* La comunicación humana.  
Editorial McGraw Hill, México, 1993, págs. 468
17. Goethe, Johan W. Esbozo de una teoría de los colores.  
Editorial Aguilar, Madrid, 1950
18. G. Cohen-Seat *et al.* La influencia del cine y la televisión.  
Editorial FCE, México, 1967, págs. 184
19. González Requena, Jesús El espectáculo informativo  
Editorial Akal, España, 1989, págs. 142
20. Gutiérrez, Francisco El lenguaje total.  
Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1989, págs. 190
21. Koppers, Harold. Fundamentos de la teoría de los colores.  
Editorial Gustavo Gili, México, 1992, págs. 204
22. Linares, Marco Julio. El guión Elementos, formatos, estructuras  
Editorial Alhambra Mexicana, México, 1994, págs. 302
23. Martínez, José Diccionario general de periodismo.  
Editorial Paraninfo, España, 1981.
24. Maza Pérez, Maximiliano *et al.* Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión.  
Editorial Alhambra Mexicana, México, 1994, págs 402
25. Méndez Torres, Ignacio. El lenguaje oral y escrito.  
Editorial Limusa, México, 1994, págs. 318
26. Moles, Abraham. Grafismo funcional.  
Centro Internacional de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación  
Barcelona, España, 1990, págs. 284
27. Ortiz, Georgina. El significado de los colores.  
Editorial Trillas, México, 1992, págs 275
28. Paoli, Antonio. Comunicación e información.  
Editorial Trillas, México, 1990, págs. 138
29. Ruesch J. and Kees W Nonverbal communications.  
Notes on the visual perception of human relations, Berkeley y Los Ángeles.  
University of California Press, 1956. págs 7

30. Sanders Peirce, Charles. La ciencia de la semiótica.  
Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1986, págs. 116
31. Saussure, Ferdinand de. Curso de lingüística general.  
Editorial Fontamara, España, 1980, págs. 319
32. Serrano, Sebastián. La semiótica. Una introducción a la teoría de los signos.  
Editorial Montesinos, España, 1984, págs. 121
33. Soler, Llorec. La televisión, una metodología para su aprendizaje.  
Editorial Gustavo Gili, España, 1991, págs. 189
34. Torán, Enrique L. La información en televisión.  
Editorial Mitre, España, 1982, págs. 140
35. Toussaint, Florence. Crítica de la información de masas.  
Editorial Trillas, México, 1992, págs. 94
36. Velarde Hermida, Olivia. La realidad especializada.  
Revista de la UNAM, Núm. 552, Vol. LII, México, 1997, págs. 72
37. Vilches, Lorenzo. Lectura de la imagen, prensa, cine y televisión.  
Editorial Paidós Comunicación, España, 1990, págs. 248
38. Vilches, Lorenzo. Manipulación de la información televisiva.  
Editorial Paidós Comunicación, España, 1989, págs. 415
39. Viya Miko. El director de televisión.  
Editorial Trillas, México, 1994, págs. 241
40. Mecanorma Internacional. Tipografía.  
Graphic Book No 14, España, 1988, págs. 493
41. Teoría de la imagen. Tomo 29.  
Editorial Salvat, España, 1974, págs. 143

## HEMEROGRAFÍA

“Dioses del México Antiguo”. Folleto de Exposición, México, 1995-1996

“Sangre fría por la Ciudad Desnuda”. El Universal, Sección de Espectáculos, 12 de julio de 1996, págs. 1 y 14

“Un equipo, un objetivo: una nueva Televisión Mexicana”. Folleto de Televisión Azteca, 1995, págs 2, 3, 4 y 5.

Birdwhistell, Ray. Introduction to kinesics. University of Louisville Press, 1952. S/F

Gómez Mont, Carmen. “Nuevas imágenes en TV” Revista Mexicana de Comunicación, México, No.35, junio-julio, 1994, págs. 35 y 47

Le Heard. Color harmony spectrum. California, 1945 S/F

Mejía Barquera, Fernando. “Ecos de los medios en 1993”. Revista Mexicana de Comunicación, México, No 33, enero-marzo, 1994, págs. 16, 17 y 52

Millán Nuñez, Jaime. “La sociedad con *NBC* transformará a Televisión Azteca”. Época, Semanario, No 155, México, 23 de mayo de 1994, pág. 5

Morales Martínez, Felipe. “Nadie se atreve a vestirla”, El Universal, Sección de Espectáculos, 29 de agosto de 1996, págs 1 y 8.



## VIDEOGRAFÍA

### CIUDAD DESNUDA

Canal 13

19:00 horas

24 de junio de 1997

México, D.F.

Conductor: Eduardo Blancas y Rocío Sánchez Azuara

Duración: 1 hora y 30 minutos

Noticiario

### CIUDAD DESNUDA

Canal 13

19.00 horas

25 de junio de 1997

México, D.F.

Conductor: Eduardo Blancas y Rocío Sánchez Azuara

Duración: 1 hora y 30 minutos

Noticiario

### CIUDAD DESNUDA

Canal 13

19:00 horas

26 de junio de 1997

México, D.F.

Conductor: Eduardo Blancas y Rocío Sánchez Azuara

Duración: 1 hora y 30 minutos

Noticiario