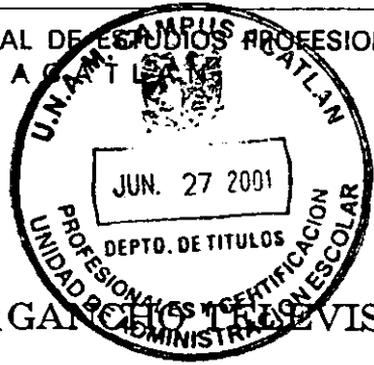




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES



NOTA ROJA: ¿GANCHO TELEVISIVO?

2011-37

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA PRESENTA: SUSANA INGRID CONTRERAS CRUZ

ASESOR: LIC. HUGO HERNANDEZ MARTINEZ



JUNIO, 2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

PAPÁ

JAMÁS EXISTIRÁN PALABRAS PARA DECIRTE CUÁNTO TE AMO Y AGRADECERTE TODO LO QUE HAZ HECHO POR MÍ.

ESTO ES POR TÍ Y PARA TÍ.

MAMÁ

TU APOYO INCONDICIONAL HA SIDO LA PALANCA CLAVE QUE ME HA IMPULSADO A SEGUIR EN TODO MOMENTO. ESTO VA POR TI.

GRACIAS POR TODO. POR HOY Y POR SIEMPRE, TE AMO.

LIZ-A Y VIC-A

NO CABE DUDA QUE AMBAS FUERON PARTE TRASCENDENTAL PARA QUE LLEGARA ESTE MOMENTO.

GRACIAS POR ESTAR AHÍ SIEMPRE. LAS QUIERO.

GABRIEL

NO HAY DUDA, EL TIEMPO ES SABIO EN COMPLICIDAD CON EL DESTINO.

A PESAR DE TODO, TÚ Y YO SEGUIMOS JUNTOS Y ME ALEGRO.

POR TODO TU AMOR Y APOYO, MIL GRACIAS.

SIN TI NO LO HUBIERA LOGRADO.

RECUERDA: TE AMO HOY, MAÑANA Y SIEMPRE.

A TODA MI FAMILIA

SIN FALTAR NADIE: GRACIAS POR SER PARTE DE MI VIDA Y POR TODO SU APOYO INCONDICIONAL.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CAMPUS ACATLÁN**

TODO UN HONOR HABER PERTENECIDO A ESTA HONORABLE INSTITUCIÓN Y TODO UN COMPROMISO LLEVAR SIEMPRE SU NOMBRE EN ALTO.

GRACIAS POR DEJARME SER PARTE DE SU HISTORIA.

PROFESOR HUGO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

NO HAY PALABRAS PARA EXPRESARLE TODO MI AGRADECIMIENTO Y CARÍÑO POR SU APOYO Y ASESORÍA EN ESTA PARTE TAN IMPORTANTE Y DECISIVA EN MI VIDA.

DE TODO CORAZÓN: ¡MUCHAS GRACIAS!

A MI JURADO

POR SIEMPRE AGRADECIDA CON CADA UNO DE USTEDES PORQUE MÁS QUE MI JURADO FUERON FUENTE DE CONOCIMIENTO A LO LARGO DE MI APRENDIZAJE.

MIL GRACIAS PROFESORES.

CENTRO REINA SOFIA PARA EL ESTUDIO DE LA VIOLENCIA

MI MÁS PROFUNDO Y SINCERO AGRADECIMIENTO POR SU APOYO EN LA ELABORACIÓN DEL PRESENTE TRABAJO.

EN ESPECIAL A SU DIRECTOR, D. JOSÉ SANMARTÍN, POR ATENDER MIS LLAMADOS.

GARCÍA CERVANTES LETICIA, GODOY MORALES MA. DE LOS ANGELES, HERNÁNDEZ MORALES LIZY SARI Y MARROQUIN SANDOVAL CECILIA

AL PRINCIPIO SÓLO ÉRAMOS 5 EXTRAÑAS COMPAÑERAS.
MÁS TARDE FORMAMOS UN EQUIPO.
AHORA Y SIEMPRE 5 MUJERCITAS ENTRAÑABLEMENTE AMIGAS.

POR SU AMISTAD, POR LOS BUENOS Y MALOS MOMENTOS, MIL GRACIAS DE TODO CORAZÓN.

INDICE

	PÁGINA
Introducción.....	1
1 La Nota Roja.....	4
1.1 Amarillismo y/o Sensacionalismo.....	7
1.2 La Nota Roja en la Televisión.....	9
1.2.1 A través de los Años.....	11
1.2.2 La Nota Roja Hoy.....	13
2 El Reportero de la Nota Roja.....	15
2.1 Ética Periodística.....	18
2.2 El Medio da la Última Palabra.....	21
3 La Nota Roja en los Noticiarios.....	24
3.1 La Nota Roja en Hechos.....	27
3.1.1 Imagen en Hechos.....	29
3.1.2 El Texto en Hechos.....	35
3.1.3 Ubicación en Hechos de la noche.....	37
3.1.4 Tiempo al aire de Hechos.....	39
3.2 La Nota Roja en El Noticiero.....	41
3.2.1 Imagen en El Noticiero.....	44
3.2.2 Texto en El Noticiero.....	49
3.2.3 Ubicación en El Noticiero.....	51
3.2.4 El Tiempo en El Noticiero.....	53
4 La Competencia en la Televisión.....	55
4.1 La Nota Roja como Gancho Televisivo.....	60
4.2 Hechos y el Raiting.....	65
4.3 El Noticiero y el Raiting.....	68
Propuestas y Conclusiones.....	70
Bibliografía.....	73

INTRODUCCIÓN

A lo largo de nuestra vida hemos establecido contacto con los seres humanos que nos rodean ya sea para satisfacer necesidades o simplemente para nuestra propia sobre vivencia. Desde la aparición del primer hombre sobre la tierra hasta nuestros días la comunicación ha sido, es y será de vital importancia para nuestra vida.

Existen muchas y diversas definiciones de comunicación por lo que podemos comenzar por entender como tal a la capacidad de los seres vivos para interactuar a través de la manifestación y/o transmisión de un significado en común.

Por su parte, Manuel Martín Serrano considera que la comunicación es "la capacidad que tienen algunos seres vivos para interactuar por la vía del intercambio de información, aún separados".¹

Poder expresarse incluye la adaptación a un medio determinado por el momento y la situación en la que nos encontremos, así como la facultad para decidir si deseamos algo o no, a fin de cuentas lo que suceda será resultado de nuestra decisión sin la intervención de otra persona.

Siglos han pasado desde que se dio el primer acto comunicativo, hoy en día vivimos en un mundo donde el comunicarse y estar informado es fundamental. Es importante recordar que para establecer comunicación o un proceso comunicativo entre dos o un grupo de personas, es indispensable la presencia de por lo menos tres elementos denominados emisor, mensaje y receptor.

El emisor es el elemento principal para establecer la comunicación pues es quien va a comenzar la plática o el asunto en cuestión. Ubicándolo en nuestro objeto de estudio, sería denominado como la televisión. Un segundo elemento importante es el mensaje o sea lo que se va a comunicar, lo que responde a la pregunta qué, referido también a mi tema de interés que deseo transmitir. Algo así como la información y las noticias que nos presentan en los noticieros. El receptor, tercer elemento fundamental en el proceso comunicativo, es quien va a recibir el mensaje del emisor, es decir, escucha lo emitido por el interlocutor. En nuestro caso se refiere al público televidente.

Los sujetos de la comunicación (conductores) se valen y usan la información para lograr un fin (ganar mayor rating), producen y perciben expresiones a partir de una actitud o intención ayudados por diversos instrumentos (televisión).

Algo muy común en cualquier emisión de mensajes entre un emisor y un receptor es el surgimiento de la retroalimentación. Es decir, el primer personaje que sirvió como emisor intercambiará su papel con el receptor; a su vez, el receptor se convertirá en emisor. Más simple, podemos decir que hay retroalimentación cuando existe una respuesta al mensaje del locutor o conductor de "X" programa.

Puede haber ocasiones en las que no se de la retroalimentación debido a diversos factores que son obstáculo en la transmisión de nuestro mensaje, pueden ser causados de manera natural o intencional. Como ejemplo podemos mencionar el ruido, la diferencia de contextos socioculturales entre una persona y otra, la diferenciación de código, el retardo de la transmisión y la distracción.

Ismael Vidales, en su libro Teoría de la Comunicación², menciona problemas más específicos del emisor y el receptor en el momento de tratar de entablar un diálogo.

Los problemas el emisor son:

1. Mucha emotividad puede ocasionar que el receptor no atienda lo esencial.

¹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. UNAM, México, 1993.

² Vidales Delgado, Israel. Teoría de la Comunicación. Editorial Límusa, México, 1992. 2ª Edición.

2. La sensibilidad a la percepción; debe hablar en el momento preciso, no antes ni después.
3. Existe el emisor extraviado, el que hace comentarios innecesarios.
4. Hablar muy rápido puede suscitar la incompreensión del mensaje.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario observar las reacciones de los interlocutores para saber si se transmite de manera adecuada la información.

Sin embargo, podemos encontrarnos con que el receptor también entorpece le diálogo al tomar actitudes impropias cuando hace conjeturas sobre lo que va a escuchar o simplemente cuando no tiene confianza y no está dispuesto a recibir el mensaje del interlocutor. Esto sucede comúnmente en el momento de ver los noticiarios y no saber cuál tiene mayor veracidad en cuanto a su información y juzgar de manera subjetiva.

Actualmente y desde hace varias décadas, contamos con diferentes aparatos de gran tecnología que nos ayudan a transmitir información a un grupo de personas considerando como masivo o masa: me refiero a los conocidos medios de comunicación, aquellos que desde su llegada revolucionaron al mundo.

Las hojas volantes, los periódicos, la radio, la televisión, el telégrafo, la publicidad, las historietas, el cine, el teléfono y las computadoras, son medios de comunicación con los que afortunadamente o desafortunadamente, a lo largo de su vida, el hombre ha tenido a su alcance para conocer todo lo que acontece a su alrededor.

La introducción de nuevas tecnologías modificó la forma de vida de la gente en cierta manera. Podemos considerarlos como vehículos de la información y distracción que utilizan signos de tipo icónico y la interacción de las imágenes con los textos verbales en los mensajes que difunden. Además de que permiten la transmisión de mensajes simultáneamente a una gran cantidad de personas desconocidas que los usan.

Algo fundamental que debe darse para que los medios de comunicación cumplan con su función de transmitir mensajes de importancia colectiva es que cada individuo tenga el derecho y la posibilidad de escoger entre los diversos medios el más conveniente a sus necesidades y gustos para recibir la información. Lo que provoca la competencia entre los diversos medios.

Cada ser de este planeta tiene la libertad de decidir u optar por una respuesta afirmativa o negativa, de seleccionar qué medio de comunicación va a utilizar para informarse; asimismo, la información que desea consultar. Nadie está en el derecho de establecer gustos y preferencias en nadie, por eso cada individuo selecciona el noticiero o periódico por el cual se va a mantener informado.

Hay un medio de comunicación en especial que puede ser considerado uno con gran penetración en los hogares: la televisión que constituye uno de los sistemas audiovisuales de comunicación mas generalizados, considerado como un medio familiar doméstico.

Su programación suele ser muy divertida y ¿cómo no?, si de lo que actualmente se trata es de ganar el mayor número de público televidente posible. Y así incrementar el rating. Aunque va no es valido que mal informen y tergiversen la información con tal de ganar credibilidad, así sólo logran lo contrario.

Hoy por hoy, en la programación existen espacios con contenidos altamente amarillistas en donde lo más predominante son los golpes, insultos, sangre y agresiones verbales que van más allá de lo que hace 10 ó 15 años se hubiese pensado que iba a estar permitido a través de la televisión. Dichos espacios son los llamados "talk show", manejados de tal manera que van dirigidos a un sector de la población fácilmente de enajenar.

Esto tomando en cuenta que la masa esta integrada por miembros heterogéneos pues incluye personas que viven en condiciones muy diferentes, en culturas muy variadas, que provienen de diversos estratos sociales, tienen variables ocupaciones y por lo tanto, poseen intereses, modos de vida y grados de prestigio, poder e influencia que difieren entre sí.

Como ya es notorio, cada día es mayor la necesidad por ganar la simpatía del público televidente y así poder obtener el más alto rating entre las televisoras. Nuevamente es válido mencionar a los talk show o espacios de "labor social" como "Metrópoli" (TV Azteca) o "Testigo en Alerta" (Televisa), programas en donde según se busca realizar una labor social. Asimismo, los noticieros han pasado a formar parte de los programas con gancho rojo.

Hay que tomar en cuenta que actualmente a lo más que llega la gente es a una rápida leída al periódico o un simple vistazo a la televisión puesto que la vida de una persona se vuelve cada vez más rápida, lo que provoca una escasa o nula información.

Lo que en estos momentos nos presentan los noticieros en su contenido muchas veces podríamos considerarlo poco objetivo pues cada medio presenta lo que le conviene o mejor dicho de la manera que más le genere curiosidad al tele auditorio. El género periodístico de Nota Roja o Policiaca es uno de los más explotados de tal manera que se exagera la información pues por ahí dicen que entre más sangre y dramatización contenga la Nota, mayor será el éxito de la misma. Lo malo es que comúnmente es algo de lo que la gente de los medios de comunicación hace al momento de informar.

Si bien los medios toman la violencia de la realidad, más que retratarla como tal, la amplifican y la convierten en un producto comercial. Por algo es de conocimiento público que la televisión en México forma parte de un sistema político, económico y social, y está determinada por él.

Actualmente, algo de suma importancia entre las televisoras (llámese TV Azteca y Televisa), es la competencia por obtener más público, por lo que ganar la noticia es parte fundamental en la labor periodística sin importar muchas veces brindar una información poco o casi nada objetiva.

En ocasiones, es tanta la exageración en la información de la Nota Roja que se llega a confundir con el amarillismo o sensacionalismo. Hay diversidad de programas que nos brindan imágenes que provocan el morbo entre los televidentes más que el verdadero interés. Y algo que va de por medio para presentar ese tipo de información es el aspecto económico pues muchas veces de ello depende su sostén o el de los reporteros por presentar información benéfica o perjudicial de acuerdo con o que le sea solicitado.

Hoy en día, como se ha ido mencionando a lo largo del presente trabajo, existen programas especialistas en la presentación de Nota Roja como Notas Urbanas de labor social: Primer Impacto, Metrópoli y Testigo en Alerta.

El periodista Guillermo Ortega Ruiz considera que "la Nota Roja dejará de predominar en los noticieros cuando el índice de delincuencia disminuya y deje de ser noticia".¹

Lo malo de ello es que los índices de la delincuencia van hacia arriba cada día por lo que podemos comenzar a deducir que jamás se acabará la Nota Roja en el contenido de un noticiero.

Lo importante e interesante pero mayormente preocupante es el manejo que cada espacio televisivo le dé pues actualmente lo utilizan como el plato fuerte para comenzar un noticiero, en la parte media y al final de éste.

En el presente trabajo se ha realizado un análisis del manejo de la Nota Roja para determinar hasta dónde la usan como gancho televisivo dentro de la diaria competencia y así obtener el mayor el mayor número de rating.

Como apoyo se han analizado dos noticieros (Hechos de la noche y El Noticiero), considerados con la mayor penetración en los hogares mexicanos. La etapa de dichos noticieros se tornó durante los meses de diciembre de 1998 y enero de 1999.

¹ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

CAPÍTULO I LA NOTA ROJA

Hoy en día vivimos a la expectativa de conocer qué es lo que sucede a nuestro alrededor, sin especificar el tema, es decir, tenemos interés por los acontecimientos que ocurren día a día, ya sea del mundo del espectáculo, de la moda, del financiero, del político, del social, del deportivo o del urbano.

Son los medios de comunicación, llámense radio, televisión o prensa, los encargados de proveernos de la información generada a cada momento y desde cualquier lugar. Podemos estar en México y conocer lo que sucede en China, Japón o Francia sin necesidad de transportarnos a dichos lugares.

La televisión es un medio de comunicación masivo que proporciona a los protagonistas un foro desde el cual pueden difundir sus puntos de vista.¹

Su programación abarca desde espacios divertidos, de entretenimiento, de debate, educativos e informativos. De manera particular, estos últimos, es decir, los noticiarios nos presentan información del estado del tiempo, la situación financiera, espectáculos, asaltos, muertos, incendios, inundaciones, desastres naturales, huelgas, marchas, paros, etc.

La diversidad de información que nos presentan hoy en día los noticiarios varía de tal manera que cada uno de nosotros tiene la ventaja de decidir qué, cuándo, cómo y en qué canal vamos a percibir las noticias transmitidas en los noticiarios.

Tan enorme es dicha variedad de información que sería imposible abarcar todas. Sin embargo, hoy en día la que atrapa más la atención o el "morbo" de la gente es aquella que contiene choques, muertos, heridos, sangre, golpes, riñas, dolo ajeno, en una palabra: violencia.

Actualmente, los medios de comunicación están impregnados de un lenguaje de palabras, imágenes, gritos y sonidos violentos en donde el sexo, la sangre y la muerte son hechos cada vez son más normales y comunes. Al respecto, Enrique Mercado, director del periódico *El Economista*, considera que "lo grave es que siempre han existido a lo largo de la historia del periodismo".²

Esta cultura es presenciada día a día por niños y jóvenes a través de películas, música, video juegos, internet y programas de televisión.

De acuerdo con Sarah García, en su libro "Medios de Comunicación y Violencia"³, divide la violencia en: real (lo que en carne propia pudimos haber vivido: un asalto); ficticia, bélica (una balacera); urbana (una violación); crímenes (muertes por venganza, accidentes o suicidios) y criminales (captura de delincuentes).

Asimismo, diversas maneras de presentar la violencia: implícita o explícita (sólo cortes o muy bien explicada); física o verbal (con imágenes o sin ellas, sólo testimonios); enunciada o descrita o mostrada (imágenes con texto o sólo imagen); representada o real (a través de una dramatización o tal cual sucedieron los hechos); con efectos explícitos, implícitos o sin ellos (efectos involucrados o sin ellos); violencia "aceptable" o "inaceptable" (depende del criterio y subjetividad de cada televidente por aceptar o rechazar algo que no le gusta y considera muy fuerte para ser transmitido por televisión); legal o ilegal; productiva o reactiva; como agresión o como defensa (insisto en que corresponde al criterio de cada persona que mira televisión y juzga).

¹ Veron, Eliseo. *La Ventana Electrónica*. Ediciones Efusa. México 1983 P. 291

² Comentario hecho durante la conferencia Prensa Escrita y Responsabilidad Social, dentro de la 2ª Semana de la Comunicación de la ENEP Acadán, UNAM. Octubre de 1998.

³ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México 1998.

Dentro de la violencia real, urbana y de crímenes podemos inmiscuir a la conocida Nota policiaca mejor conocida como Nota Roja. Puede ser presentada de manera física, verbal, descrita, mostrada y, en ocasiones, solamente representada o dramatizada.

Para Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, la Nota Roja es "todo aquello que tiene que ver con fenómenos de violencia, ya sea provocada o accidental, desde un asalto hasta un asesinato".⁴

Así pues, la Nota Roja puede abarcar hechos sangrientos, violentos y repudiables; además, es catalogada como nociva e incitadora a la comisión de delitos, proliferando así la violencia.

El psicólogo David Reyes, investigador social, opina "yo creo que en todo momento se ha dado violencia televisiva a través de los noticiarios. A la gente no le interesa saber qué pasa sino cómo pasa".⁵

Ciertamente, es más el morbo por ver cómo quedó la persona después del choque o de la pelea, que saber a cuánto asciende el índice delictivo o de heridos por accidentes automovilísticos.

Según el doctor Armando Nava, catedrático de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México, "todos tenemos posibilidades de recibir estímulos llamados alarmógenos, los cuales nos advierten de un riesgo o peligro. La reacción va a depender de la educación, el nivel cultural, económico y político que cada persona maneje".⁶

La conductora de Hechos AM de TV Azteca, Ana María Lomelí, asienta "resulta que a últimas fechas la Nota Roja vende más porque somos morbosos. La televisión resulta violenta pues es un reflejo de la realidad. Por un lado, hay que tener cuáles son los hechos y, por el otro, hay que estar consientes de lo que la gente quiere ver y necesita".⁷

Carlos Monsiváis opina "la Nota Roja o páginas de crímenes o de información policiaca ha sido muchas cosas entre nosotros: la ocasión esplendente del morbo, la normalidad reducida en fotos o poses que le dan la bienvenida al escándalo y la muerte, el morbo que desearía exorcizar a la violencia urbana, la lectura con ánimo retrospectivo que imagina los instantes climáticos —la víspera de los velorios cuando estallan las pasiones y la locura, la codicia, la pérdida, los celos, la lujuria, son los incentivos de la voluntad inesperada".⁸

Si se tratara de diferenciar las secciones de color rojo de las demás, resultaría una tarea realmente fácil puesto que sus características son únicas. Basta con no olvidar las cabezas, textos o imágenes llamativas que nos presentan este tipo de Notas.

Dentro del tema policiaco o de Nota Roja se han encasillado meramente asuntos de violaciones, secuestros, robos, asesinatos y toda clase de delitos. Asimismo, penetra en la vida privada de los personajes públicos, generalmente políticos, artistas y deportistas famosos a los que se les exagera una enfermedad o historia con el fin de lucrar con su imagen pública, siempre con el propósito de llevarse la primicia.

La Nota Roja, al igual que todas las noticias, cumple una función dentro de los medios informativos y, por tanto, de acuerdo con Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, "un periodista debe saber manejar correctamente su información".⁹

La información de color rojo no sólo debe catalogarse en los hechos de sangre porque también tiene fines informativos (caso de Daniel Arizmendi). Además, sirve como información preventiva del delito y como

⁴ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

⁵ Entrevista realizada el 1º de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México.

⁶ Comentario hecho en el programa Confesiones y Confusiones llamado "La violencia y los medios de comunicación", transmitido el 29 de Agosto de 1999 por Canal 22.

⁷ Entrevista realizada el 2 de Noviembre de 1999 en TV Azteca México.

⁸ Prólogo de Carlos Monsiváis al libro Fuera de la Ley, Arellano, Antonio. Editorial Cal Y Arena, México 1991.

⁹ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

entretenimiento. La gente conoce qué canal va a sintonizar, qué programa y cuál es su contenido; estamos inmersos en una sociedad tan plural que bien dicen por ahí 'cada cabeza es un mundo'.

De acuerdo con Daniel Williamson, en su libro "Técnica y Arte de la Nota Periodística"¹⁰, las Notas pueden enfocarse desde varios puntos de vista:

- ❖ Relato de una o más víctimas. Ayudaría al reportero a destacar los aspectos humanos globales del hecho. De no haber sobreviviente alguno, puede entrevistarse a algún familiar o amigo para explicar cómo ese ser humano llegó al lugar fatídico.
- ❖ El estado anónimo. Se debe concentrar en la descripción del escenario y de las personas que intervinieron en el hecho, destacando situaciones irónicas y las distintas perspectivas que afrontan los sobrevivientes.
- ❖ El héroe. Si existe, debe ser entrevistado para obtener sus comentarios.
- ❖ La víctima propiciatoria. Si alguien causó accidentalmente el siniestro, el potencial para un relato realmente dramático es aún más potente que los ángulos ofrecidos por actos heroicos.

Probablemente no exista una definición a ciencia cierta de lo que es la Nota Roja; sin embargo, podemos considerar un conocimiento tácito su significado.

En conclusión, entendamos como Nota Roja aquellas noticias empapadas de hechos violentos y de sangre, hechos de índole delictivo o de inmiscusión en la vida privada de personajes públicos. Incluyendo zafarranchos, bombardeos, venta ilegal de cohetes, operativos policíacos, asaltos bancarios, saldos rojos. Mismos que han sido tomados como Nota Roja debido a su presentación dentro de los noticiarios estudiados pues presentan imágenes sangrientas y violentas.

Además de manejar las protestas y enfrentamientos de granaderos no sólo como conflictos sino como violencia sin causa.

¹⁰ Williamson, Daniel R. Técnicas y Arte de la Nota Periodística. Editorial Asociados. Buenos Aires, Argentina 1997.

1.1 AMARILLISMO Y/O SENSACIONALISMO

Lo que hoy día se presenta como Nota Roja son crímenes, suicidios, robos, violaciones, accidentes automovilísticos o asaltos. Dicha información es frecuentemente criticada y calificada como "amarillista"; sin embargo, tiene su aspecto positivo y pese a las críticas existen y tienen su lugar en los periódicos y noticieros "serios".

El amarillismo es un término que nace del vaquero amarillo en la prensa estadounidense. Éste era un personaje de caricatura que satirizaba especialmente a los políticos del momento. Después de ahí comenzó su deformación y la invención de diversas palabras. Eduardo Blancas, presentador de noticias de TV Azteca, opina que "de acuerdo con lo que se entiende en México por amarillismo, es darle una tendencia de la información quizá el exagerar la Nota o volar la Nota porque exagerar la Nota la llamarían nuestras mamás y volar la Nota la llamaría nuestro jefe de información".¹¹

Llamado también sensacionalista o amoral, el periodismo amarillista se caracteriza por la falta de escrúpulos al momento de presentar las noticias; asimismo, expone de manera cruda los hechos, puede causar daño a personas inocentes y omite las partes positivas de la información.

Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, dice "la noticia exagerada, presentada dramáticamente, presentadas con imágenes tremendas buscando lo más sangriento, lo más escandaloso en la Nota, es lo que yo definiría como amarillismo o sensacionalismo".¹²

Esto implica un periodismo poco ético, en donde se exagera la información, escandaliza y pone a flote el morbo del televidente. Es posible considerar que el matiz sensacionalista está delimitado por los lineamientos a seguir dentro de un medio y no por la información proporcionada por la Nota Roja, la cual ante todo ofrece veracidad en su contenido.

El amarillismo no sólo existe dentro de la Nota Roja, tiene cabida en Notas políticas, financieras, de espectáculos y de todo tipo de información contenida en los noticieros. Todo depende de cómo sea tratada la información: tal cual o abultada con el propósito de tener la primicia de la credibilidad.

El amarillismo recurre a trampas o trucos como gráficas y encabezados elocuentes con el propósito de que el lector compre un periódico o elija un programa específico de televisión. La realidad es maquilada y moldeada de tal modo que ya no es "la realidad", sino una realidad creada por la magia de la televisión.¹³

Durante el Primer Congreso de A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación, el ex Presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León, opinó que "el sensacionalismo es un estilo informativo que invade la privacidad. Cuando prevalece se ignoran las buenas acciones de la sociedad y se fomenta la intolerancia, la cual es fuente de violencia y destrucción. Por lo que los medios de comunicación deben asumir y cultivar el valor de la tolerancia, así como alentarla".¹⁴

Cada una de las personas del público tiene el derecho a conocer todos los aspectos positivos y negativos de su entorno social pero eso no quiere decir que alguien tenga la facultad de ensuciar la mente de otra persona, de destruir sus sentidos o inculcarle el gusto por lo desagradable como medio para atraer la atención de más público. Sin embargo, el amarillismo hace de la libertad de publicar, un libertinaje.

¹¹ Entrevista realizada el 25 de Agosto de 1999 en TV Azteca México.

¹² Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

¹³ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México 1998.

¹⁴ Comentario hecho durante la Inauguración del Primer Congreso A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación, 21 Abril de 1999.

En México, ejemplo de ello son los periódicos "Alarma" e "Insólito". Y como parte de la competencia entre las televisoras, en los años recientes la pantalla se ha visto bombardeada de sensacionalistas espacios de Nota Roja, en las correspondientes versiones de ambas empresas (TELEVISA: "Duro y Directo", "Fuera de la Ley"; TV AZTECA, "Ciudad Desnuda", "Visión Urbana", "Metrópoli"), de la puesta en práctica de la espectacularización de las noticias y hasta el regateo de elementos artísticos y figuras deportivas (caso Gloria Trevi o suceso Paco Stanley).

El ex titular de El Noticiero, Guillermo Ortega Ruiz, cuenta "a mí me tocó producir durante años el programa A Través del Video. No tenía inconveniente de que mis hijos lo vieran porque era un programa de investigación y muy serio. También me tocó producir un programa que se llamó A Sangre Fría y ese sí estaba prohibido para todos. No me gustaba ese programa. Era un programa que sí exaltaba la violencia, que la llamaba porque al presentar tanto caso de asesinato y de crimen pues uno va de alguna manera, fomentando la violencia".¹⁵

La televisión puede ser empleada de tal manera que una escena, que pudiese ser ficticia en la vida real, se convierta en una desproporcionada fuerza de impacto, hasta el punto de que, en mayor o menor grado, se puede tomar por real lo ficticio.

Al respecto, Félix Cortés Camarillo, ex Director de noticiarios de TELEVISIÓN, considera que "los medios comerciales procuran su circulación entre su público. Utilizar el sensacionalismo es un recurso válido aunque sumamente criticable. La noticia es como la telenovela de cada día y lo que todos buscamos es que el mejor programa sea el nuestro. Es legítimo".¹⁶

De forma contraria, Ana María Lomelí, conductora de hechos AM de TV Azteca, opina "uno no puede abusar del uso de la televisión para buscar rating. En TV Azteca no queremos rating por rating; aquí el rating es importante pero necesitamos cosas de calidad, contenidos e información, sin dejar de informar las cosas que pasan".¹⁷

Dentro de la información de las Notas existen diversos grados de exageración. Lo más obvio es la creación de toda la Nota usando material "abultado". Y la mayor tentación se presenta cuando el reportero ve la oportunidad de escribir una buena Nota especial y le faltan algunos elementos de impacto. Ejemplo de ello hoy en día hay muchos. Basta prender la televisión y ver la programación de los programas "sensacionalistas" que transmiten noticias como "le dicen la mujer lobo y no sale a la calle porque siempre la humillan", "pelean por la herencia de su abuela", etc.

Como término unitario el amarillismo o sensacionalismo puede ser entendido como un estilo especial de presentar las noticias al público con el fin de producirles una exaltación de las pasiones y despertar en ellas un interés morboso para que finalmente exija la publicación o presentación del hecho en los días subsiguientes.

Y como diferencia entre Nota Roja y amarillismo y/o sensacionalismo podemos dejar claro que es la exaltación, exageración o abultamiento de información de una Nota con contenido sangriento, muertes, heridos y todo aquel acto de índole delictivo. Despertando así el morbo del televidente para querer ver día a día la violencia presentada en televisión.

El presentador de noticiarios de TV Azteca, Eduardo Blancas Sandoval, aclara "la Nota Roja es nada más consignar los hechos sangrientos, policíacos y del crimen".¹⁸ Y Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, agrega "la diferencia es presentarlos en su verdadera dimensión o exagerarlos".¹⁹

¹⁵ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

¹⁶ Comentario hecho durante una conferencia dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo de Comunicación Carlos Septién García, Mayo 1999.

¹⁷ Entrevista realizada el 2 de Noviembre de 1999 en TV Azteca México.

¹⁸ Entrevista realizada el 25 de agosto de 1999 en TV Azteca México.

¹⁹ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

1.2 LA NOTA ROJA EN LA TELEVISIÓN

Como anteriormente se comentó, hablar de violencia televisiva implica mencionar diferentes tipos de violencia, así como diversidad en su manejo. Lo cierto es que la televisión nos transmite una ideología dominante constituida por diversas formas de ver la realidad, una concepción del mundo, de la vida, una serie de principios y valores, estilos de vida y diferentes comportamientos.

Conforme pasan los años, la Nota Roja ha ganado terreno dentro de la televisión; anteriormente seguía una línea pero hoy en día podemos decir que es más abierto el enfoque y presentación de la información de los acontecimientos.

Volviendo la mirada atrás, en 1988 comenzó la “expectativa” por conocer realmente los resultados de las elecciones. En torno a esto surgieron un sin fin de ‘teorías’ que finalmente sólo quedaron en el aire sin confirmarse. En ese entonces los medios de comunicación estaban restringidos a cierto tipo de información o mejor dicho, tenían mayor autocensura. Debían acatarse a lo que se decía y nada más. Acertado es aclarar que la Nota Roja puede encaminarse o desbordarse en caminos con tintes políticos, religiosos o lucrativos.

Por ejemplo, en 1993, la muerte del Cardenal Posadas fue una Nota Roja con gran impacto entre la población pues se hablaba de narcotráfico y sangre, algo meramente imposible de creer. Los televidentes estaban a la espera, frente a su televisor, de recibir la mayor información veraz, oportuna y objetiva del homicidio pues no era posible una relación entre narcos y religiosos. Los medios de comunicación comenzaron a inmiscuirse un poco más en este tipo de asuntos en los que aún había censura.

Para 1994, con el asesinato del candidato del PRI a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, fue mayor la penetración de los medios de comunicación lo que permitió una más grande profundización de los acontecimientos con lo que se cumplía cada vez más con la labor periodística: informar al auditorio de los acontecimientos. Los medios de comunicación estuvieron desde el momento del disparo hasta el momento en que se afirmaba que había muerto el priísta.

Sin embargo, la Nota Roja como exclusiva en los noticieros de televisión tuvo su auge en México en canal 9 de Televisa cuando incursionó el noticiero estadounidense “Primer Impacto”, conducido por Myrka Dellanos y María Celeste, quienes en poco tiempo lograron el reconocimiento y preferencia del público mexicano.

Con imágenes estremecedoras, golpes, sangre, crimen y violencia poco a poco fueron metiéndose en las casas del auditorio mexicano, quien dio gran aceptación ante este tipo diferente de presentar las noticias urbanas.

Primero comenzaron dando información de lo que ocurría en las calles del país vecino. Conforme avanzaron los programas fueron introduciendo información nacional, quizá una Nota mexicana entre la gran mayoría del extranjero. Así pues, la aceptación fue tal que actualmente continúa la transmisión de Primer Impacto en territorio mexicano. Ahora con una nueva sección llamada ‘Imágenes de Impacto’ en donde presentan lo más sangriento o insólito de los hechos.

A este programa siguieron otros como “Fuera de la Ley”, de Televisa y “Ciudad Desnuda”, de TV AZTECA.

Eduardo Blancas Sandoval, presentador de noticieros de TV Azteca, comentó “en la televisión mexicana nunca se dio lugar a la Nota Roja hasta el año de 1995 en que a TV Azteca llega una directora mexicana y productora ejecutiva cubana, llegan del mercado de Estados Unidos, una de Univisión y otra de Telemundo, con un concepto más universal y menos comprometido comienzan a darle vuelo a la Nota Roja. Hechos que se estaban convirtiendo en relevantes toman mayor vuelo porque no son relegados y se les da la dimensión necesaria”.²⁰

²⁰ Entrevista realizada el 25 de Agosto de 1999 en TV Azteca México.

Como vemos todo ha cambiado y de acuerdo con ello, el psicólogo David Reyes, investigador social, opina "antes no había tanta libertad de imágenes; antes las noticias las daban sobre una imagen estática, ahora las dan sobre una secuencia de video; donde, además, han capacitado gente para que esté en el momento".²¹

Se dice que lo importante es obtener la primicia y tal parece que eso es lo que los noticieros toman en cuenta primero que nada, sin importar la presencia de imágenes escabrosas o lamentables. Muchas veces imágenes que pueden causar gran impacto entre los televidentes pues no estamos acostumbrados a ver cabezas destrozadas, muertos bajo escombros, sujetos llenos de sangre o desfigurados del rostro por "X" circunstancia.

No sólo debe haber pesimismo dentro de las noticias sino además otras raíces. Existe una teoría sugerida por el sentido común: el mundo es malo; por tanto, también lo es su imagen y sin embargo, cuántas veces se oye decir "no miro más la televisión para no hacerme mala sangre".

Existe más paz en un ambiente natural, sin pantallas, que en una casa tapizada de noticias, es decir, la realidad con todos sus problemas es difícil, pero no siempre trágica. Y el curso natural de la vida privada no pone el acento sobre lo peor.

Al respecto, Omar Chanona Burguete, director de la Unidad de Televisión Educativa de la SEP, dice "la pantalla va más allá de la simple imagen, tiene contenido. Dentro de la televisión hay una investigación permanente".²²

Algo que existe dentro de la imagen presentada en una Nota Roja es el morbo. El impacto causado por una imagen es muy importante pues atrae más rápido la atención del televidente. Lo que convierte al espectador en testigo directo de los hechos, en este caso, de la Nota Roja.

Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, aclara "la violencia está en las calles, eso no lo inventamos nosotros, sólo les informamos y reproducimos. Aunque creo que podemos ser muy cuidadosos en los contenidos de las noticias sin dejar de cumplir con nuestra obligación de informar".²³

²¹ Entrevista realizada el 1° de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México.

²² Comentario hecho durante la conferencia Televisión y su Impacto Social, dentro de la 2ª Semana de Comunicación de la ENEP Acatlán, UNAM. Octubre de 1998.

²³ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

1.2.1 A TRAVÉS DE LOS AÑOS

A sabiendas de que la historia de la televisión es extensa, sólo se hará mención de algunos datos relevantes para cumplir con el objetivo del presente trabajo que es la Nota Roja a través de los años dentro de los noticiarios.

Actualmente, la programación televisiva varía de acuerdo al tipo de público al que se dirige y de la televisora que la maneja también; en particular, los noticiarios han tenido una evolución muy interesante a lo largo de los años. Durante los años 70 se transmitían en horarios de los llamados Triple "A", a diferencia de ahora que existen noticiarios en la mañana, en la tarde y en la noche pues la noticia tardó 20 años en ganarse un espacio dentro de la programación.

En diciembre de 1978, el canal 13 reorganizó la dirección de noticiarios con la finalidad de que la información generada se difundiera de la mejor manera. El primer noticiario en canal 13 fue "Siete Días"²⁴, el último hasta hoy es "Hechos, con Javier Alatorre a la cabeza. Hoy en día es más fuerte la competencia entre las televisoras por tener el más alto rating y están basados con el fin de ser mejores cada día y presentar la mayor veracidad en sus contenidos.

Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, opina "cada quien hace una oferta noticiosa, cada quien tiene un prestigio y una experiencia de diferente grado".²⁵

Sergio Uzeta, presentador de noticias de Canal 11, considera "los últimos 10 años, en cuanto a televisión, han sido muy rápidos. Ha habido gran pluralidad y esto se ve reflejado en los contenidos tan diversos dentro de los noticiarios. Cada cabeza es un mundo y este país está conformado por diferentes ideas".²⁶

La televisión tiene como misión principal la de entretener e informar a su auditorio. Y por ello, sólo a través de los noticiarios televisivos se ha logrado cumplir fielmente con esas responsabilidades. Aunque el psicólogo David Reyes, investigador social, considera lo contrario pues asegura "los noticiarios son una fuente de manipulación pues manipulan lo que quieren informar".²⁷

Actualmente, los noticiarios nos presentan la violencia como parte de una noticia periodística conocida como Nota Roja o policiaca. Se dice que una de las fuentes principales de la violencia son las influencias subculturales, ligadas a sistemas sociales distintos de la familia (el barrio en el que habita). Entre esas influencias subculturales figuran las condiciones socioeconómicas deprimidas (estar en paro, habitar en un barrio marginal, etc.) como uno de los componentes ambientales que mayor influencia presentan en la aparición de la violencia.²⁸

Merced a los noticiarios Televisados, la historia universal se transforma en un conjunto de imágenes vistas cotidianamente de las que participa, de manera muy distinta que en el pasado, la masa de televidentes.²⁹

Anteriormente sólo se percataban de lo que la televisión les podía ofrecer con imágenes que no iban más allá de unas cuantas tomas. Algunas quizá estáticas. Hoy en día la tecnología está tan avanzada que el instante mismo en que ocurre el hecho nos estamos enterando desde nuestro hogar sin tener la necesidad de estar en el lugar.

²⁴ Televisa. Espacio 98. Apuntes para una historia de la televisión mexicana. México, 1998.

²⁵ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

²⁶ Comentario realizado durante una conferencia dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo de 1999.

²⁷ Entrevista realizada el 1º de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México.

²⁸ Sanmartín, José. Violencia, televisión y cine. Editorial Ariel, Barcelona, 1998.

²⁹ García Sílberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. FCE, 1998.

La televisión produce modelos de espectáculos que son antiguos, bien arraigados y conocidos, ya sea por espectadores lejanos o por los protagonistas. Lleva consigo el "modelo funesto" como el "drama de la fe" y el de la "lucha contra el mal". Todo esto sucede porque el periodismo de los mass-media se asigna funciones inconscientemente éticas del lenguaje, las secuencias, el montaje de imágenes y conscientemente edificantes. Pero incluso porque no puede hacer otra cosa que fatales modelos de espectáculo.

Así pues, los noticiarios han tendido una evolución que, a merced de tener la primicia y el mayor rating, atrapa la atención del televidente a través de imágenes e historias que en ocasiones pueden rebasar la veracidad y objetividad del suceso, recurriendo a la exageración de la información, convirtiendo una Nota de color rojo en amarillista o sensacionalista.

1.2.2 LA NOTA ROJA HOY

Ante el rápido crecimiento de medios electrónicos, de cada vez mayor alcance y diversificación, se tienden a unificar los contenidos informativos y parecen estar diseñados para ocultar, exagerar y/o distorsionar más que para informar objetivamente. Algo que todo televidente espera al ver las noticias.

La gente no se espera para conocer de cerca un choque automovilístico con heridos: ahora la televisión se lo presenta con lujo de detalles. Todo tipo de violencia se puede presenciar en la pantalla del televisor y en la comodidad de los hogares.³⁰ Es así como millones de televidentes presencian los hechos violentos en ocasiones en el momento mismo en que suceden y con una crudeza de gran realismo. Los ejemplos son innumerables: el asesinato de Francisco Stanley, el asalto a un banco, el ataque de cualquier ciudadano común o la detención de un delincuente.

El sufrimiento, real o fingido, atrapa a un auditorio que mira televisión con el fin de liberarse el estrés cotidiano de su vida, como un escaparate o simple entretenimiento. A las empresas televisoras no les interesan las consecuencias sociales del contenido de su programación, sino del aumento del rating traducido en beneficios económicos. Dichas empresas explotan sin límites lo espectacular, para lo cual ya no basta con que el hecho en sí sea sensacional, sino que además hay que dramatizarlo para aumentar su atractivo. Y esto podemos apreciarlo en el momento en que el conductor da la noticia.

Los contenidos de la programación televisiva se han modificado con el paso del tiempo, tanto en cantidad como en calidad, hacia mayores contenidos de violencia.³¹ Hoy en día la Nota Roja está considerada como algo negativo y repudiable para la sociedad gracias a que muchas veces la Nota se convierte en amarillista por la exaltación o exageración de la información. Sin embargo, la insistencia por parte de los medios de comunicación en incluir contenidos violentos parece acentuarse cada vez más, lo que ha generado gran inquietud en los más diversos sectores de la sociedad, desde los ámbitos gubernamentales, educativos y religiosos hasta los mismos ciudadanos, quienes padecen el constante crecimiento en los índices delictivos y la violencia cotidiana.

La violencia Televisada es un campo en donde nos enfrentamos a una representación de la violencia más no a la realidad misma. Este problema es realmente preocupante ya que la violencia exhibida por los medios de comunicación audiovisuales contribuye a la aparición de efectos antisociales en los espectadores como lo es la agresión en el mundo real.

En 1996, TV AZTECA inició una de las producciones más polémicas llamada "Ciudad Desnuda" a través de la cual la televisora creía realizar una labor de tipo social sin darse cuenta que sólo acrecentaba el morbo de las personas por ver sangre, golpes o el dolor ajeno. Por su parte, TELEVISIA tenía al aire su programa de la misma línea "Fuera de la Ley".

Con respecto a dichos programas hubo diversidad de comentarios, por ejemplo, Alma Rosa Alva de la Selva expresó "prefieren presentar hechos catastróficos en vez de abrir espacios a analistas y de utilizar los distintos géneros periodísticos".³²

Así como ella, mucha prensa escrita y comentaristas de radio pusieron el grito en el cielo y el gobierno, desesperado por disimular la ola de criminalidad que sufre el país, ordenó a las televisoras bajar el tono y, en lo posible, "ocultar la mugre bajo el tapete".

Lejos de invitar a la reflexión generó un clima de miedo generalizado y una exigencia cada vez mayor de la población para que el gobierno aumentara los cuerpos de seguridad, los castigos a los delitos, al armamento a

³⁰ García Silberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. FCE, 1998.

³¹ García Silberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. FCE, 1998.

³² Alva de la Selva, Alma Rosa. "Entre la crisis financiera y la guerra de los ratings televisivos". Revista Mexicana de Comunicación. Año Once / Núm. 57 Enero-Marzo de 1999. P. 7-10

los policías, la instauración de la pena de muerte, la disminución a la edad penal y la búsqueda de más culpables.

A partir de la conclusión de 24 horas, en enero de 1998, casi todos los programas en materia de noticias, a pesar de tener nombre propio, han seguido el modelo de trabajo de dicha experiencia.³³

Los noticieros de hoy nos presentan imágenes con cuerpos ensangrentados, mutilados o sin vida; choques automovilísticos en donde los carros quedan destrozados en su mayoría; gritos desesperados y desgarradores de los familiares de los accidentados y, por si fuera poco, nos presentan el lugar de los hechos en el momento mismo en que ocurre la noticia.

No importa el lugar en dónde ocurran los hechos pues la televisión es el medio que nos permite conocer lo que sucede al otro lado del planeta sin la necesidad de estar presentes. El mundo es la principal fuente de información en la actualidad, ya que la información no puede ser privativa a una sola parte del mundo.

Hoy la televisión nos muestra en directo guerras, catástrofes y atrocidades. No hay método para dañar, matar o humillar que no nos sea detalladamente expuesto, absorbemos una violencia que parece simulada; leemos, vemos y escuchamos noticias de violencia con tal normalidad que lo hacemos mientras comemos. Parece como si nos resultara necesario devorar desastres y sufrimientos.

De tal manera que, la Nota Roja se ha convertido en parte común y corriente dentro de los espacios informativos pese al grado de violencia que pueda presentar.

³³ Televisa. Espacio 98. Apuntes para una historia de la televisión mexicana. México, 1998.

CAPITULO 2 EL REPORTERO DE LA NOTA ROJA

Sujeto clave del periodismo informativo es el reportero; el cual, está en contacto directo con los hechos. Se dice que hace el ejercicio de las libertades de expresión y de información su actividad principal de forma permanente y remunerada.

Existen enviados especiales que cubren información de relevancia y desde el lugar de los hechos mandan sus trabajos periodísticos, tratando siempre de ser veraz, oportuno y claro en su información.

Niceto Blazquez, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, opina que "para revelar la verdad el reportero no debe inmutarse por ser falso, siempre tiene la curiosidad por meter las narices en donde no lo llaman. Hay mucha tentación que puede ser irresistible. El informador satisface necesidades públicas y no puede callar ante el daño de los inocentes aunque sea el propio gobierno. Hay que informar no diciendo nada que alimente a los terroristas y violentos. Hay veces en que estos intentan ser espectáculo y no debe ser tal".¹

Ahora bien, la función del periodista es comunicar, investigar e informar para dar a conocer al público la verdadera historia de los hechos. No obstante, muchas veces, la gente se va con la "verdad" de quien tiene el poder económico o político, o la verdad de algún declarante imprevisto, aunque no sepa nada.

La televisión es un medio que influye de manera determinante entre su auditorio; llámese adultos, jóvenes y niños. El psicólogo e investigador social, David Reyes, considera que "la televisión es uno de los medios de comunicación mal aprovechados pues es el más influyente sobre la población común pues influye de una manera muy subjetiva, muy negativa más que positiva".²

Por tal motivo, los periodistas deben tener cuidado en el manejo de su información, ya sea de una u otra fuente. Alberto Gómez, reportero de espectáculos de TV Azteca, opina que "la ética va muy relacionada con lo que tú eres como persona. Lo que recuerdo de mis clases de ética en la realidad no aplicas nada, más bien lo aplicas de acuerdo a tu criterio".³

Así como en el caso de los espectáculos, es considerable que dentro de la nota roja o policiaca deba existir mayor cuidado a la hora de presentar la información, tomar nota del número de actas levantadas, los sujetos involucrados o afectados. Nunca deben existir informaciones imprecisas, no se debe tener demasiada confianza en la palabra de cualquier persona.

El periodista debe de ser escrupuloso en el manejo de su material para que la información sea irrefutable, es decir, no exista problema alguno en el momento de presentarla y no lastimar a terceras personas.

Así como cualquier persona, los periodistas tienen derechos humanos que respetar dentro de la sociedad a la que sirven. Cada individuo, al comportarse moralmente, se sujeta a determinados principios, valores o normas morales.

De acuerdo al libro de Alfonso Sánchez, Ética, el comportamiento moral es una forma específica del comportamiento del hombre, que se pone de manifiesto en diferentes planos.⁴

El reportero televisivo, desde un punto de vista egoísta, sabe que su propia reputación es vital para el éxito en la profesión; además de ser el principal proveedor de la materia prima del periodismo (la información), es la pieza clave de toda institución periodística.

¹ Comentario hecho durante el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación dentro del diálogo "Ética y Medios de Comunicación" el 21 de Abril de 1999.

² Entrevista realizada el 1º de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México.

³ Entrevista realizada el 20 de Julio de 1999 en TV Azteca México.

⁴ Sánchez Vázquez, Adolfo. Ética. Editorial Grijalbo. México, 1992.

Un reportero, como tal, debe reunir cualidades como: vocación –gusto y voluntad de conocer para informar de los hechos de interés colectivo. Sentido periodístico –debe encontrar el ángulo de interés general en diferentes áreas de la vida social. Aptitud adquirida –sí afirma y confirma su vocación con estudios teóricos y prácticos de técnicas de redacción desarrolla una aptitud superior a la que es improvisado. Honradez –la incorruptibilidad del periodista. Tenacidad insistencia, persistencia, la búsqueda de un dato central de la información que se trabaja. Dignidad profesional –autonomía moral no sólo frente a los sujetos y asuntos que trata el periodista para obtener la información sino también frente a sus compañeros de trabajo. Iniciativas –debe responder a todo aquel imprevisto que significa una nota periodística. Agudeza –lo que ve y escucha el reportero nunca es incidental si se tienen agudeza para percibir “la nota”.

Así pues, existen diversos estilos periodísticos entre todos los reporteros. Cada uno le pone a su nota su “tinta mágica” que la hace diferente una de otra; además, cuentan con ciertas cualidades que la hacen buena ante los ojos del público. Algunas de las características que debe tener un estilo para considerarse como excelente son: la claridad (visión clara de los hechos o de las ideas); la concisión (usar palabras que expresen lo que se quiere decir); la densidad (palabra o frase con sentido); la sencillez (palabra o frase de uso común, sin poses); la variedad (diversas formas expresivas); la atracción (lo original); el ritmo (marcado por el acontecimiento), y la sonoridad (frase de impacto).

De no contar con dichas cualidades podríamos considerar al sujeto como no reportero. Claro ejemplo de ello son los gemelos Brennan, los cuales según Félix Camarillo (Televisa), “son actores, no reporteros, participan en un programa de entretenimiento que tienen como materia prima las noticias”.⁶

Pero no sólo la parte textual es importante en la presentación de la información pues, como veremos en los siguientes capítulos, el reportero televisivo apoya su nota con imágenes, lo que la hace más dinámica, atrayeva y de mayor comprensión.

En el caso de la nota roja se involucra aspectos legales que se llevan a cabo en las delegaciones, juzgados y agencias del Ministerio Público. La información para la sección policiaca se obtiene en dependencias como la Procuraduría General de la República, la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, la Suprema Corte de Justicia, Juzgados o Agencias del Ministerio Público.

Aunque hay algunas veces que las mismas dependencias obstaculizan la labor del reportero al proporcionarle sólo la información que a ella le conviene, motivo por el cual tiene que involucrarse en el hecho por cuenta y riesgo propio investigando los asuntos que interesan a éste, por lo tanto, es necesario tener una relación estrecha con jueces, abogados, así como contactos en las procuradurías o corporaciones policiacas, para obtener la información necesaria, levantar imágenes y cubrir la nota.

Eduardo Blancas, presentador de noticiarios en TV Azteca, opina “cuando el reportero es hábil hace los contactos directos con policías. Y muchas veces pasan sucesos que antes de que se entere la procuraduría se lo dicen al reportero porque les cayó bien. Eso es muy importante, caer bien, tener una buena relación con la gente que pudiese estar involucrada. Gracias a los trabajos de los reporteros tenemos las primicias”.⁷

El uso del lenguaje en la nota roja es sencillo y coloquial, no hay rebuscamiento en las palabras y resulta de fácil comprensión. Hay ocasiones en que existe la exageración de adjetivos que no tienen otro fin más que cautivar la atención del auditorio. Por otra parte, algo común en la nota roja es el uso de los sobrenombres. Cuando es en un periódico van entre comillas y, por supuesto, en todos los párrafos debe de quedar claramente escrita la fuente de información.

⁵ Williamson, Daniel R. *Técnicas y Arte de la Nota Periodística*. Editores Asociados. Buenos Aires, Argentina, 1997.

⁶ Comentario hecho dentro del 50° Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo 1999.

⁷ Entrevista realizada el 25 de Agosto de 1999 en TV Azteca México.

La libertad de expresión con la que cuenta el reportero es un derecho fundamental que protege la emisión de ideas, opiniones y juicios de valor. El Periodista Pedro Ferriz de Con dice "el periodismo en televisión es informativo y al mismo tiempo formativo. Se necesita gente culta que haga un comentario juicioso".⁸

En el caso de la libertad de información va a depender de la institución periodística a la que pertenezca; es un derecho fundamental que tutela la investigación, el tratamiento y la difusión de hechos y datos de carácter noticioso.

La responsabilidad de un reportero es proveer información a la sociedad, que pueda ayudarlo a tomar mejores decisiones con respecto a su entorno social. Ya no puede haber lugar para fuentes anónimas que transmiten los análisis personales de los reporteros, o para cambiar citas directas, o para invadir la privacidad con la mayor de las impunidades, o para trabajar a la vez como reportero y como asesor de gobierno de algún estado de la República.

La adopción de un código de ética debe ser voluntaria y tiene que ser aceptado sobre una base personal, intelectual y moral. Dependerá del sentido común y el buen juicio de los reporteros seguir tales principios o ampliarlos. Ninguna licencia puede ser revocada, como sucede con los doctores y los abogados.

El comportamiento ético en el periodismo no puede ser legislado. Para que cualquier código de ética sea útil, los individuos deben obedecerlo porque así lo desean, y deben seguir sus principios por convicción propia y no por imposición. Ya es tiempo de que los reporteros hagan algo respecto a la falta de acceso a la información, la carencia de profesionalismo, la enferma relación entre medios de difusión y gobierno, y la desconfianza del público.

Al respecto Sergio Uzeta, presentador de noticias en Canal 11, opina "debemos cerrarle el paso a la impunidad, una tarea importante para este siglo venidero".⁹

Lo malo es que todo reportero está expuesto a ser asesinado o lastimado en su persona por dar información perteneciente únicamente a cierto sector. Como dice Margarita Rodríguez, corresponsal del noticiario NTC de Colombia, "ejercer periodismo es peligroso por ser crítico".¹⁰

Eso es cierto, pero ¿qué sucede con la ética de un reportero?, eso es un tema que trataremos con detenimiento en el siguiente capítulo.

⁸ Comentario hecho dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo 1999.

⁹ Comentario hecho dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, mayo 1999.

¹⁰ Comentario hecho dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, mayo 1999.

2.1 ÉTICA PERIODÍSTICA.

Detrás del trabajo reportil existen ciertas reglas o líneas que se deben seguir de acuerdo al medio de comunicación en el que se labore. Sin embargo, no estaría de más aclarar qué es la ética y en qué consiste dentro del campo periodístico.

De acuerdo con Alfonso Sánchez podemos entender a la moral como un sistema de normas, principios y valores con el cual se regulan las relaciones mutuas entre los individuos, o entre ellos y la comunidad, de tal manera que dichas normas, tienen un carácter histórico y social, se acaten libre y conscientemente, por una convicción íntima y no de un modo mecánico, exterior o impersonal.¹¹

Hoy en día, un mayor número de periodistas se preocupa por la ética y por mejorar los estándares de la profesión. A pesar de ello, aún prevalece la actitud de tener la nota y pasar por quien sea, por encima de todo.

La ética se basa en el escrúpulo de que las opiniones personales y la ficción están poscritas expresamente de todas las secciones del diario, salvo las específicas donde están permitidas.¹² Asimismo, guía la conducta y ayuda a diferenciar entre el bien y el mal, en algunos casos, entre dos males.

Bien es sabido que cada profesión tiene su código de ética que funciona como la conciencia del profesional u organización.

En el caso de los periodistas, como ya es sabido, la ética implica una obligación para sí mismo y para los demás como individuo o como profesional, el reportero debe definir su ética para ser más competitivo y tener una posición más sólida cuando llevan a cabo su quehacer tradicional de recabar información y difundirla.

Pero ¿en qué momento puede saber en dónde se encuentra la línea entre el bien y el mal? Es complicado decirlo pues cada código es falible y modificable. Sin embargo, tenemos una necesidad urgente en el periodismo mexicano de tener una línea base como parte de un esfuerzo por cambiar el panorama de las relaciones entre prensa y poder.

El reportero enfrenta día a día dilemas éticos y tiene que tomar decisiones inmediatas. Un código ético puede prever cada situación, pero sí puede ser una herramienta en la batalla cotidiana.

El conocimiento y la libertad permiten hablar de responsabilidad; por el contrario, la ignorancia y la falta de libertad permiten eximir al sujeto de la responsabilidad social.

El reportero no tiene obligación por guardar el secreto de sus fuentes de información, si bien por razones de profesionalismo y de ética esto así ocurre generalmente. Los argumentos que se han convertido a favor de incluir el secreto profesional como un derecho de los periodistas son:¹³

- ❖ Debe de proteger sus fuentes de información como una seguridad práctica de que continuará recibiendo información confidencial.
- ❖ La prensa contribuye al bienestar público y rinde un servicio público importante al reunir y presentar información sin guardar el secreto de las fuentes, no podría conocerse.

¹¹ Sánchez Vázquez, Adolfo. *Ética*. Editorial Grijalbo. México, 1992.

¹² Willianson, Daniel R. *Técnicas y Arte de la Nota Periodística*. Editores Asociados. Buenos Aires, Argentina, 1997.

¹³ Villanueva, Ernesto. *Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México*. UNAM, México, 1998.

- ❖ El informador, al servir al bienestar público, tiene el mismo derecho a un privilegio legal que cualquier profesional a quien se le reconoce legalmente el derecho a mantener el secreto profesional.
- ❖ Si un informador puede obtener información en el ejercicio de la función informativa, los organismos con su gran poder deberían obtener esa misma información, mucho más cuando el informador les ha proporcionado una pista; pero sin presionar sobre éste para que les facilite el trabajo a cambio de traicionar la confianza depositada en él.

Algo que está involucrada o consecuencia de conseguir una nota y ganar auditorio es la difamación que, no es otra cosa que comunicar dolosamente a uno o más personas, la imputación que se hace a otra persona física o moral en los casos previstos por la ley, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que puede causar deshonra, descrédito, perjuicio o exponerlo al desprecio de alguién.¹⁴

Niceto Blázquez, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, considera que “la ética sirve para crear y mantener la conciencia de emisores, para recordar que hay criterios para elogiar a los buenos y diferenciar a los malos, para fundamentar las reglas y disifcar la profesión dentro de los derechos humanos. La ética recuerda que no se puede robar a la sociedad aquellas cosas humanas”.¹⁵

Ciertamente, el hombre tiene la necesidad de expresarse y comunicarse con sus semejantes para alcanzar sus fines individuales y sociales; la ética juega un papel en su interior, por ejemplo, hay muchas ocasiones en que es más fuerte la tentación que el “compromiso” que se tiene ante el público de ser honestos, verídicos y objetivos en la labor periodística.

Al respecto, Ana Azurmendi, catedrática de la Universidad de Navarra, opina que “es necesaria una ética en los medios de comunicación, éstos tienen una gran responsabilidad de ser veraces; la comunicación no es una mercancía más, determina nuestra vida social (comportamiento); un comunicador debe interpretar la realidad”.¹⁶

Claro es que vivimos en una sociedad compleja donde la mayor parte de nuestra experiencia sobre el medio ambiente nos llega de forma directa a través de los medios de comunicación, los cuales alteran la información al seleccionar cuál van a transmitir y cuál no.

La libertad de expresión es el ejercicio del pensamiento, exento de barreras de cualquier tipo, aunado al acto volitivo de decir lo que se piensa, completado por la capacidad física de decir y pensar; avalado por el reconocimiento del derecho de los demás a ser escuchados en lo que quieren decir y piensan.¹⁷ Sin embargo, la noticia debe redactarse sin interpretar los hechos. El periodista, la mayor de las veces, se atiende a la verosimilitud y la oportunidad para dar cuenta de los hechos, les guste o no.

Rosario Espinoza Martínez, de Seguridad Pública de Iztapalapa, considera que existen elementos de inseguridad pero “también una parte muy importante la están fomentando los medios de comunicación”.¹⁸

Respecto a ello podemos mencionar como ejemplo la subjetividad que tienen algunos periodistas de nota roja al transmitir su noticia pues lo malo es que exageran su información, buscan detalles horribles, inventan mitos (chupacabras), heridas y creen que entre más sangre oscura de su nota, mayor aceptación tendrá.

Considerada como una mina de oro, la nota roja muchas veces presenta información alarmante o poco objetiva para ganar auditorio y esto, por desgracia, es algo que cada día es más común ver en los contenidos de los noticieros.

¹⁴ Ídem

¹⁵ Comentario hecho durante el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación en el Diálogo “Ética y Medios de Comunicación” el 21 de abril de 1999.

¹⁶ Comentario hecho durante el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación en la conferencia “Interacción: Medios de Comunicación – Sociedad” el 22 de abril de 1999.

¹⁷ Lomelí Rodríguez, Raúl. Libertad de Difusión Masiva. Editorial CONACULTA México, 1986.

¹⁸ Comentario hecho durante el 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo 1999.

De acuerdo con Marc Carletti, Reuters, la ética y la moral son elementos importantes para el periodista pues es la única manera de hacer un trabajo con calidad.

Es por eso que no está de más recordar nuevamente que el periodista tiene responsabilidades por cumplir como son: el dominio técnico del periodismo, el apego a la verdad y el servicio a la comunidad.¹⁹

Rafael Cardona, director del Uno Más Uno, dice que la primera obligación dentro del periodismo es cumplir con la ley de todos. Las noticias deben de estar libres de cualquier sesgo y el periodista debe ser neutral pues él presenta los hechos no los critica.²⁰

Ciertamente, los reporteros tienen diferentes lealtades y lazos que influyen en el proceso de recabación y distribución de las noticias. A veces tienen sesgos hacia cierta institución o determinada persona. Otras veces están demasiado preocupados por cumplir con los tiempos de entrega cotidiana. Esas presiones pueden entorpecer el juicio moral de los reporteros y producir decisiones periodísticas erradas. El público entonces sufre la distorsión de la información. Ahí es donde entran los ya conocidos "chayos" en donde los reporteros reciben una bonificación monetaria a cambio de publicar, decir o presentar cierta información que puede ser perjudicial o benéfica para determinada persona.

Por su parte, Enrique Mercado del Economista, asegura que "el chayo no es el problema, lo preocupante es la falta de profesionalismo que muchos tienen".²¹

Así como el chayo, seguramente existen más tentaciones que un reportero enfrenta y debe evadir. Sin embargo, ¿el medio da la última palabra?

¹⁹ Leñero, Vicente. *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo. México, 1996.

²⁰ Comentario realizado durante la 2ª Semana de Comunicación en la ENEP Acatlán, UNAM. Dentro de la conferencia "Prensa escrita y responsabilidad social". Octubre, 1998.

²¹ Ídem

2.2 EL MEDIO DA LA ÚLTIMA PALABRA.

Debido a su misión informativa, la televisión no puede realizar la selección de las noticias y de otros contenidos comunicativos de acuerdo con el material gráfico existente o según la visualización del tema. Así se hace inevitable que algunos acontecimientos tan sólo se comuniquen verbalmente, es decir, que sean reproducidos mediante un código verbal a nivel de acontecimiento.²²

En el caso de los diarios el objetivo que se persigue, de acuerdo con Roberto Rock de El Universal, es buscar sistematizar mensajes y transparentarlos.

Esto es sólo algo de lo que pasa antes de que a nuestros ojos lleguen las noticias. La información puede ser reforzada con entrevistas y conferencias de prensa. Aunque éstas son mínimas en comparación con las que organizan en otros sectores, principalmente en la información general.

Dentro de la nota roja existen reporteros que exageran la información con respecto al delincuente y lo presentan como alguien hábil que logró evadir a la ley en caso de haber sido buscado o perseguido por mucho tiempo. Claro ejemplo de ello son el caso Arizmendi, el mocha orejas, y Velardí, secuestradores que antes de ser capturados por las autoridades, inteligentemente evadieron la justicia por mucho tiempo. Asimismo, en ocasiones justifican sus actos criminales y dan a entender que no tuvo otra opción más que matar, violar, amenazar, agredir, etc.

En este tipo de noticias debe acrecentarse más el criterio objetivo y es allí cuando muchas veces el reportero falla debido a la línea periodística que sigue el medio de comunicación en el que labora.

La televisión puede ser defendida de la consciente manipulación alarmista de los hechos, pero no se puede negar la implícita y natural tendencia a elevar el tema de un programa sobre un hecho de emergencia por parte de quien, por profesionalidad, tiene la obligación de hacer funcionar bien aquel programa. Por consiguiente, la televisión puede tender a nutrir un acontecimiento dramático o excepcional con materiales de la misma naturaleza que el acontecimiento de referencia centuando el alcance de estos.

El reportero, a través del encuadre, tiene oportunidad de analizar la realidad, seleccionando aquellos aspectos que considera importantes e interesantes. Pero tan decisivo es para la información que proporciona lo que muestra como lo que oculta.²³ Esto puede pensar que depende del medio. Guillermo Ortega, ex titular de El Noticiero, afirma que "en Televisa los reporteros son libres de salir a la calle con plena libertad para observar, escuchar, captar, tomar testimonios, traerlos y presentarlos aquí".²⁴

Las escenas violentas en la televisión causan comportamientos agresivos en niños a corto plazo y los niños más agresivos en el mundo real son aquellos que ven más violencia en las pantallas. El psicólogo e investigador social, David Reyes considera "el desarrollo de una sociedad, el desarrollo de un individuo se va a dar por el aprendizaje pero sobre todo por un aprendizaje de imitación".²⁵

La violencia en los medios de comunicación cambia también las creencias y actitudes en torno a la violencia misma. Cuanta más violencia televisiva ve un niño, más acepta una actitud favorable hacia la conducta agresiva.

²² Doelker, Christian. *La Realidad Manipulada*. Editorial Gustavo Gili, S.A. México, 1982.

²³ Toran, L. Enrique. *La Información en Televisión*. Editorial Mitre. Barcelona, 1982.

²⁴ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

²⁵ Entrevista realizada el 1º de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México.

La periodista Pilar Ferreira opina que "los medios deben replantear su función, dar voz a los olvidados, una visión más amplia".²⁶

Posiblemente, bueno o malo, lo cierto es que cuando se está dentro de un medio hay una línea que seguir. "Lo importante no es ganar la nota sino dar veracidad para tener credibilidad. La información es manejada de manera diferente cayendo, a veces, en el amarillismo; hoy es más circo que información verdadera", opina Francisco Garduño, de Multivisión.²⁷

Los delitos extremos –como el secuestro, el homicidio y la violación– son de baja incidencia, y éstos son los que exaltan los medios de comunicación cuando lo que la gente ha sufrido son robos o injusticias.

La necesidad de una información veraz, sin deformaciones subjetivas o interesadas solamente pueden alcanzarse mediante la libre difusión de las ideas y acontecimientos.

Ernesto Villanueva, Investigador de la Universidad Iberoamericana, dice que "la democracia no se construye sin los medios. Es preferible un exceso en los medios antes que censurar la información".²⁸

La libertad de difusión masiva podemos entenderla como el hacer llegar información de cualquier fuente para difundirla a través de los medios de comunicación. Mediante mensajes debidamente tratados, atendiendo la línea del medio y avalado por la disposición de recibir para su difusión las respuestas que se deriven de esos mensajes.²⁹

Los encargados de manejar a los medios masivos de comunicación, sea cual fuera su ideología, procuran alcanzar al mayor número de receptores humanos de los mensajes transmitidos a través de estos medios, en varias ocasiones no importa mentir con tal de alcanzar el mayor rating.

Las formas como se falta a la verdad periodística son: primero, deliberadamente cuando por consigna, intereses comerciales o políticos se informa lo contrario de lo que pasó. Y, segundo, de manera involuntariamente cuando por incapacidad o descuido se deforma los acontecimientos.³⁰

Los medios tienen la importante función de mantener informada a la sociedad y para ello requieren del más alto grado de libertad, requisito indispensable para llevar a cabo la indagación necesaria de los hechos.

Por su parte, los individuos se enfrentan a la necesidad de ajustar sus conductas a normas que se tienen por más adecuadas o dignas de ser ampliadas. El hombre es libre de decidir y actuar sin que su decisión y acción dejen de estar causadas. Pero el grado de libertad se halla, a su vez, determinado histórico y socialmente, ya que se decide y actúa en una sociedad dada, que ofrece a los individuos determinadas pautas de conducta y posibilidades de acción.³¹

Aquilino Polaino, catedrático de Psicopatología de la Universidad de Madrid, considera "cada camino se hace con libertad de modos diferentes. La libertad personal hay que defenderla".³²

²⁶ Comentario hecho durante la conferencia Prensa Escrita y Responsabilidad Social, dentro de la 2ª Semana de la Comunicación de la ENEP Acatlán, UNAM. Octubre 1998.

²⁷ Comentario hecho durante la conferencia Televisión y su Impacto Social, dentro de la 2ª Semana de la Comunicación de la ENEP Acatlán, UNAM. Octubre de 1998.

²⁸ Comentario hecho durante la conferencia Televisión y su Impacto Social, dentro de la 2ª Semana de la Comunicación de la ENEP Acatlán, UNAM. Octubre de 1998.

²⁹ Lomelí Rodríguez, Raúl. *Libertad de Difusión Masiva*. Editorial CONACULTA. México, 1986.

³⁰ Leñero, Vicente. *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo. México, 1996.

³¹ Sánchez Vázquez, Adolfo. *Ética*. Editorial Grijalbo. México, 1992.

³² Comentario hecho durante la conferencia Autorrealización Personal y Medios de Comunicación, en el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación, 21 de abril 1999.

La transmisión informativa y bien intencionada de hechos violentos por televisión puede conducir a tomar conciencia de la realidad y motivar el cambio. Por el contrario, la censura suele acentuar el atractivo de lo prohibido.

Bueno sería saber que los medios de comunicación están en contra de la violencia y nunca contribuyen con lo violento de ninguna manera.

Al respecto, Guillermo Ortega, ex titular de El Noticiero, dice "la violencia está en las calles; eso no lo inventamos nosotros, simplemente lo referimos. La televisión no inventa situaciones en las noticias, las informa".³³

Con ello se puede pensar que empresas de medios de comunicación quieren o quisieran hacernos creer: nada está más lejos de la verdad.

La violencia existe en la sociedad y la televisión así lo refleja, incluso, agranda ya que los niveles de audiencia son más elevados ante las informaciones morbosas que expresan la maldad de los hombres.

En el siguiente apartado detallaremos con dos ejemplos de noticieros televisivos (El Noticiero y Hechos) la manera en que se maneja la Nota Roja con imágenes e información llenas de violencia, casos sangrientos, dolor ajeno y muertes. Asimismo, situaciones de no violencia pero manejadas como tal.

³³ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

CAPITULO 3 LA NOTA ROJA EN LOS NOTICARIOS.

La evolución de los programas informativos en televisión ha sido dominada por el importante deseo de lograr el directo, por reducir el intervalo acontecimiento-transmisión y por lograr el mayor número de auditorio posible. En un principio, el directo sólo se realizaba desde el estudio; informativamente esto se traducía en cabezas parlantes y entrevistas. Todavía no desarrollado el Iconoscopio, las imágenes a emitir sólo podían ser aceptadas en un locutorio especial en estudio por medio de un rudimentario telecine provisto del primitivo disco de Nipcor.¹

Actualmente, los noticiarios nos presentan diversidad de imágenes en sus presentaciones y contenidos; ya sea de tipo político, económico, el estado del tiempo, espectáculos, cultura, deportes y, quizá lo más controversial, la nota roja. Cada vez que vemos un programa informativo no hay duda de que veremos en directo guerras, catástrofes y/o atrocidades.

No hay método para dañar, matar o humillar que no nos sean detalladamente expuesto, absorbemos una violencia que parece simulada; leemos, vemos y escuchamos noticias de violencia con tal normalidad que lo hacemos mientras comemos. Parece como si nos resultara necesario devorar desastres y sufrimientos.

Cada día se vuelve más normal ver dentro de un noticiario la presentación de noticias acompañadas por imágenes cargadas de violencia. Cotidianamente vemos escenas que no siempre son iguales debido a que su contexto varía de forma muy significativa y las diferencias entre estos pueden influir de forma decisiva en el impacto que la escenificación de la violencia tenga sobre la audiencia.

Con respecto a la Nota Roja ha habido cambios en cuanto a su manejo. Ana María Lomelí, conductora de Hechos AM de TV Azteca, considera que "primero hubo un incremento, creo que se abusó y eso lo notamos todos tremendamente y después se le bajó de tono en algunos lados, en otros lo siguen utilizando como gancho pero ya depende mucho del medio".²

De acuerdo con Edward Donnerstein, profesor de Comunicación y Psicología en la Universidad de California en Santa Bárbara, existen tres tipos principales de representaciones violentas: amenazas creíbles (conductas intencionadas: asaltos y muertes), actos comportamentales (daños físicos: golpes y peleas) y consecuencias perjudiciales (desastres naturales: terremotos, nevadas, intensos fríos).³

La televisión reproduce acontecimientos con imágenes acompañadas del comentario; registrado con éstas, el sonido pasa a ser parte importante dentro de un hecho televisivo ya que todo encuadre presupone una pequeña selección de lo que es el mundo real. Es decir, las imágenes permiten situar al espectador en el lugar del acontecimiento, comprobar la veracidad de la narración y, hasta cierto punto, "vivir" el hecho y ser testigo del mismo.

El comentario resulta ser una posibilidad general de acompañar el acontecimiento de forma aclarada o interpretativa, cuestionadora o valoradora. Esto según el tipo de noticia que se presente.

De acuerdo al libro de Ignacio Méndez, *El lenguaje Oral y Escrito en la Comunicación*⁴, el orador o conductor de un programa informativo debe tomar en cuenta una serie de puntos en el momento de decir un discurso:

- ❖ Debe tener valentía para afrontar los riesgos que entraña decir la verdad.

¹ Torán, L. Enrique. *La Información en Televisión*. Editorial Mitre. Barcelona, 1982.

² Entrevista realizada el 2 de Noviembre de 1999 en TV Azteca México.

³ Sanmartín, José. *Violencia, Televisión y Cine*. Editorial Ariel. Barcelona, 1998.

⁴ Méndez Torres, Ignacio. *El Lenguaje Oral y Escrito en la Comunicación*. Editorial Limusa. México, 1994.

- ❖ Debe tener dominio de sí mismo, sobre todo cuando tenga que mostrar su postura ante personas que están en desacuerdo con él.
- ❖ Es menester que tenga autoridad en lo que dice, pues un orador que no tenga voz de mando no podrá convencer al auditorio.

Actualmente, vivimos una etapa particularmente difícil y preocupante en torno al incremento de los índices de violencia en las calles por lo que la credibilidad que tenga el conductor de un noticiario es de suma importancia pues de ello depende que dejen de existir comentarios del auditorio que consideran a los medios de comunicación, en particular a la televisión, fomentadores de la violencia. Esto debido a la programación sobrecargada de escenas que muestran con dramatismo todo tipo de hechos violentos, principalmente de carácter delictivo.

A lo largo de la historia de nuestro país ha sucedido infinidad de sucesos sangrientos, crímenes y delitos (caso Colosio, Osamenta del Encanto, asesinato Francisco Stanley y Ruiz Massieu); de los cuales, sólo una pequeña parte conocemos. Quizá esto no depende de los medios en sí sino de las autoridades responsables de los casos. Eduardo Blancas, presentador de noticias de TV Azteca, considera que "es absurdo esconder información porque si yo hago eso y ambos trabajamos en televisoras diferentes, tú vas a sacar todo y me vas a ganar la nota a mí".⁵

El auditorio está al pendiente de lo que pueda pasar con respecto a un suceso y recibe los mensajes de los medios de comunicación a través de la sensibilidad sin obedecer a las inflexiones del raciocinio y, con mucha frecuencia, sin exponerse a ellas⁶. La persona que se encuentre al frente del noticiario tiene la total y absoluta responsabilidad de dar a conocer tal información con objetividad, oportunidad y certeza.

Es tan grande la importancia de los presentadores ante el tele auditorio de los programas informativos que debe producir una impresión de objetividad y para ello es necesario que aparezca personalmente implicado en lo que lee o dice, y esto lo consigue si los telespectadores saben que ha participado en la selección de la noticia y que los pequeños comentarios, que dulcifican o endurecen el tema, son suyos.

Respecto a ello, Guillermo Ortega, ex titular de El Noticiero, dice "yo siempre hago modificaciones en las notas cuando hay un punto que me parece confuso, cuando no están todas las partes de un suceso involucrado en la nota, siempre insistimos a los reporteros que en una controversia hay dos o más en pugna, que tienen que traer el testimonio de todos y si no traen alguno explicar por qué no lo traen".⁷

Otra parte importante es la presencia de la objetividad de la mirada del conductor que refuerza su aceptación en el telespectador a su intimidad, al menos en imagen. Y cuando los televidentes comienzan a reconocer y apreciar el profesionalismo o la simpatía o la belleza de algunos de tales conductores emerge su despegue en la pantalla de cristal.

El físico es parte importante en el presentador de noticias; la expresión de su rostro es auxiliar maravilloso para conmover; el aspecto desaliñado y ridículo desvirtúa el efecto del discurso y el timbre de voz debe ser agradable. Acompañar la voz con gestos y ademanes oportunos es contundente, con tal de que estos no sean exagerados y ridículos. La gesticulación ha de ser natural, digna y expresiva, acorde con la palabra.⁸

Hoy en día contamos con diferentes opciones para escoger qué noticiario ver, a qué hora y en qué canal. Posemos el derecho de elegir a quien mayor credibilidad nos proporcione; asimismo, cuente con la mayor objetividad en sus comentarios y/o aportes a una noticia.

⁵ Entrevista realizada el 25 de Agosto de 1999 en TV Azteca México.

⁶ García Silberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Editorial Fondo de Cultura Económica. México, 1998.

⁷ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

⁸ Méndez Torres, Ignacio. El Lenguaje Oral y Escrito en la Comunicación. Editorial Limusa. México, 1994.

Sergio Uzeta, Canal 11, considera "la diversidad de medios demuestra que ha habido una evolución real (televisión comercial, cultural, públicas, de paga) Pues genera diferentes formas de ver el mundo y de tratar de presentarlo a los televidentes. El gran reto está en poder, a partir de hechos cotidianos, transmitirlos".⁹

En particular, Televisa y TV Azteca son dos de las televisoras que más luchan por tener el más alto rating; ya sea a través de sus diferentes programas que van desde caricaturas, telenovelas, deportivos, infantiles y, nuestro tema de interés, los noticiarios. De estos últimos, José Gordon, Canal 22, considera que "tienen una tarea compleja pues pretenden atrapar la realidad en 30 ó 45 minutos".

En estos momentos, por parte de las dos televisoras contamos con una gran diversidad de noticiarios muy a pesar de las modificaciones que en el último año han sufrido cada una de las dos empresas.

TV Azteca nos ofrece noticias desde las seis de la mañana con Hechos AM que es conducido por Ana María Doméñil y Francisco Fragoso. En el transcurso de la mañana proporciona varios cortes informativos cada hora por lo que pudiese ocurrir. Y en punto de las catorce treinta horas, Rosa María de Castro es la encargada de Hechos de la tarde. Durante las siguientes horas contamos con la oportunidad de ver varios cortes informativos hasta las veintuna horas que comienza Hechos con Lily Téllez y Pablo Latapí. Finalmente, a las veintidós treinta horas, Javier Alatorre nos presenta lo más sobresaliente del día en Hechos de la Noche.

Por su parte, Televisa nos ofrece noticias desde las seis de la mañana con Jorge Berry y Lourdes Ramos; al término de éste pasan cortes informativos cada hora desde el helicóptero, así como desde el estudio con Eduardo Salazar. A las catorce horas con treinta minutos, Dolores Ayala tiene lo más relevante hasta el momento de todas las noticias en pocas palabras. En punto de las veinte treinta horas, Leonardo Kourchenko y Adela Michá tienen información del día por canal nueve. Para terminar, a las veintidós treinta horas, Joaquín López Dórga nos proporciona las últimas noticias de las veinticuatro horas en El Noticiero.

Hasta aquí tenemos sólo una pequeña visión panorámica de lo que nos ofrecen actualmente dos empresas de medios de comunicación más grandes en el mundo de habla hispana. Si de escoger un programa informativo se trata, tenemos mucho de dónde hacerlo. Lo interesante es saber quién tiene la mayor certeza en su información, la más alta credibilidad y el mejor convencimiento para retener nuestra atención al momento de transmitir sus noticias.

A continuación analizaremos más a detalle dos noticiarios, Hechos de la noche y El Noticiero, con respecto a la estructura de su Nota Roja y el manejo dentro del programa informativo desde un punto particular.

Se considera importante aclarar que dentro de lo manejado como Nota Roja dentro de los dos espacios informativos tenemos: ventas ilegales, choques, asaltos bancarios, cifras de la delincuencia, muertos, consecuencias de los terremotos, inundaciones, incendios, atentados, peleas y/o disturbios, detención de delincuentes, bombardeos, secuestros, avionazos y operativos policíacos.

Esto debido al manejo que cada noticiero le ha dado a cada nota; por ejemplo: los conflictos en Irak, zafarranchos en la Cámara de Diputados, entre otros; son presentados con imágenes sangrientas y con golpes.

En el presente estudio tomaremos como referencia todos y cada uno de los sucesos mencionados desde un punto de vista objetivo sin poseer inclinación alguna por uno de los dos noticiarios.

⁹ Comentario realizado dentro del 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo 1999.

3.1 LA NOTA ROJA EN HECHOS.

Canal 13 comenzó a operar el 1° de septiembre de 1968 con la difusión del Cuarto Informe de Gobierno del entonces Presidente Gustavo Díaz Ordaz, aunque no de manera continua sino a partir del 12 de octubre en el marco de inauguración de las Olimpiadas de México 68. Canal 7 nació el 8 de mayo de 1985.¹⁰

TV Azteca, como tal, emprendió vuelo en 1993 dentro del marco de una gran inestabilidad política. A la irrupción del movimiento armado en Chiapas, el 1° de enero de 1994, se sumaría el asesinato del candidato priista a la presidencia, Luis Donald Colosio, y posteriormente el del ex gobernador de Guerrero, José Francisco Ruiz Massieu.¹¹

En los años siguientes, TV Azteca siguió su crecimiento hasta ganar un gran número de auditorio con programas diferentes a los que la otra televisora estaba acostumbrada a transmitir. Desde sus temas controversiales en los contenidos de sus telenovelas hasta el nuevo formato en noticieros.

Pablo Latapí, conductor de TV Azteca, considera que “las noticias son de gran importancia en la televisión, hoy en día los noticieros cobran importancia en la televisión y los conductores tienen una gran responsabilidad de su realización y del contenido de las notas. Asimismo, deben hablar el lenguaje de su pueblo y legitimizar sus emociones. Hoy en día no se puede engañar a la gente debido a la competencia”.¹²

Ciertamente TV Azteca vive en constante lucha por mantener la preferencia y credibilidad de su auditorio frente a su gran competencia que es Televisa y sus programas informativos.

Particularmente, los espacios informativos han tenido modificaciones en los últimos años. Quizá hace diez años no había tal libertad como la hay hoy, podemos decir que anteriormente había mayor autocensura o que quizá sean más audaces o ‘entrometidos’ los reporteros al buscar una noticia.

La nota política, social, cultural, financiera, de espectáculos o la Nota Roja son parte fundamental dentro de la televisión mexicana actual. Ciertamente es que hay público para cada una de ellas.

En cuanto a TV Azteca se refiere, siempre se ha caracterizado por marcar el papel de primicia en los acontecimientos de mayor relevancia como pueden ser asaltos, muertos, choques, etc. Y esto se demuestra cuando hay algún acontecimiento de gran relevancia pues quien se encuentra al frente del corte informativo dice “TV Azteca el primero en informarle” o “primero que nadie TV Azteca le informa”, etc.

Cada hora realiza cortes informativos para brindar la información generada hasta el momento y si ocurriera un hecho de gran impacto (asesinato Francisco Stanley, Huelga UNAM) mantiene abierta la transmisión de la información durante horas, interrumpiendo su programación habitual. Presenta imágenes en vivo e información generada al momento.

Asimismo, realiza el recuento de los sucesos por aquello de que siempre hay alguien que acaba de prender el televisor y desea estar al tanto de los hechos.

El grupo de reporteros con el que cuenta TV Azteca son jóvenes que buscan la mayor credibilidad a través de diversidad de declaraciones o por parte de testigos involucrados en el suceso. Apoyados con imágenes y desde el lugar de los hechos, tratan de brindar la información más veraz y oportuna. Narran la nota como una historia pequeña en donde hubo buenos, malos y accidentados.

¹⁰ Televisa. Espacio 98. *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana*. México, 1998.

¹¹ Ídem.

¹² Comentario realizado durante el 50° Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo 1999.

Alberto Gómez, reportero de TV Azteca, considera "en TV Azteca somos más personales, damos la noticia más platicada para llegar de manera coloquial al público".¹³ Quizá sea la manera más penetrante de llegar al público y atraparle en toda la extensión de la palabra.

Por su parte, Ana María Lomelí, conductora de Hechos AM de TV Azteca, afirma "sabemos que hay que dar las cosas pero cada cual, según su público, sabe cómo tiene que hacerlo. En TV Azteca se trata de dar las cosas y de hacer un noticiario lo mejor que podamos".¹⁴

Así pues, gran controversia siempre se ha manejado con respecto al espacio que ocupa la Nota Roja. Ana María Lomelí considera "en los programas la Nota Roja se usará como cada quién quiera porque se acabó eso de que no, eso ya no lo saco".¹⁵

La Nota Roja ha sido utilizada como parte esencial en un noticiario siempre y cuando funja como noticia. Los noticiarios orientan, informan y retratan los momentos, lo malo es que hoy en día no interesa mucho cuál sea la noticia o cómo sea transmitida, lo primordial es ganar la preferencia del público a través de las primicias.

Ana María Lomelí, conductora de Hechos AM de TV Azteca, aclara "lo más importante es la noticia y éstas son tal cual. Nosotros no representamos a nadie ni estamos a favor de nadie ni en contra de nadie. Somos un servicio y es el momento de informar lo que está pasando. La estrella es la noticia, no tú".¹⁶

La Nota Roja como tal dentro de un espacio informativo puede o no ser imprescindible, lo cierto es que, de acuerdo con Ana María Lomelí, es un elemento que ahí está y dependiendo de su importancia se utilizará.

Con respecto a la censura, Lomelí considera que "más que censura es el cuidado y el manejo de la información".¹⁷ Además, de que asegura ser totalmente objetiva.

Eduardo Blancas Sandoval, presentador de noticiarios de TV Azteca, agrega "existe objetividad en cualquier aspecto de la nota. Yo creo que es absurdo esconder información. Todos en dado momento somos objetivos, la diferencia es que hay una verosimilitud de cada cual".¹⁸

Y parte de esa verosimilitud la podremos ver en el momento de ver las imágenes que nos presentan al momento de dar las notas. A continuación analizaremos más a detalle las imágenes y su manejo dentro del noticiario Hechos de la noche.

¹³ Entrevista realizada el 20 de Julio de 1999 en TV Azteca México.

¹⁴ Entrevista realizada el 2 de Noviembre de 1999 en TV Azteca México.

¹⁵ Ídem

¹⁶ Entrevista realizada el 2 de Noviembre de 1999 en TV Azteca México.

¹⁷ Ídem

¹⁸ Entrevista realizada el 25 de Agosto de 1999 en TV Azteca México.

3.1.1 IMAGEN EN HECHOS

Como ya es sabido, la televisión es considerada un medio capaz de reflejar el mundo desde diferentes enfoques, los efectos que de ello resulte dependerá de la sensibilidad del público que en esos momentos mire el televisor.

Es a través de las imágenes como podemos transportarnos al lugar de los hechos sin estar realmente ahí. Pero, ¿qué es una imagen?

La palabra imagen derivada del latín *imago* (figura, sombra, imitación) indica toda representación figurada y relacionada con el objeto presentado por una analogía o semejanza perceptiva.¹⁹

Dicho concepto supone la intervención del fenómeno de la percepción humana. Dentro de ello es importante distinguir cuatro variantes²⁰:

- ❖ Las imágenes: un video.
- ❖ Las imágenes de imágenes: la fotografía reproducida por televisión.
- ❖ Las imágenes de no-imágenes: créditos de una película.
- ❖ Las no-imágenes de imágenes: la descripción verbal de una imagen.

En el caso particular de Hechos de la noche, podemos darnos cuenta que al momento de presentar sus notas rojas cuentan una historia, dan antecedentes del suceso, la situación actual del mismo y una posible visión de lo que podría pasar después, esto último apoyado con preguntas que se dejan al aire para reflexionar.

En cuanto a la variante utilizada por dicho noticiero podemos constatar que en su mayoría brinda imágenes tal cual son. Son pocas las veces en donde sólo describe la imagen, es decir, casi no presenta las no-imágenes de imágenes.

Con respecto a las imágenes de imágenes podemos verlas cuando no se cuenta con una imagen. Por ejemplo, en la nota del caso del periodista estadounidense, Phillip True, quien fue secuestrado y después asesinado en la sierra Huichol el 17 de diciembre de 1998, como no se tenían imágenes del periodista se usaron fotografías en vida de la víctima.

Otro caso particular fue la captura del ex banquero Carlos Cabal Peniche, una historia contada en imágenes de imágenes, es decir, fotografías a través de la televisión.

Todo lo presentado en el televisor a través del noticiero lejos de ser una exposición fiel de lo que sucede es el fruto de una operación de selección dirigida por el equipo de producción.

El modo en que una persona mire el mundo en su televisor depende tanto de su conocimiento del mismo como de sus objetivos, es decir, de la información que busca.²¹

¹⁹ Ahumada Barajas, Rafael. Análisis de la Imagen Televisiva. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999.

²⁰ Ídem

²¹ Zunzunegui, Santos. Pensar la Imagen. Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen, Madrid, 1992. P.37

Así pues, podemos comenzar por entender que la imagen no se construye a partir de reglas sino de estrategias de base metafónica

El camarógrafo es un par de ojos disponibles, dispuestos a todo, operando allí donde se encuentra sin preocuparse de construir alrededor de su tema toda una escena. Puede avanzar, retroceder, tomar el personaje de cerca, de lejos, fragmentar el espacio según su conveniencia, privilegiando el instante aunque enigmático. Poco inclinado a afrontar escenas de conjunto bastante poco legibles, fija un detalle y después otro, reconstituyendo así, a la manera de un rompecabezas, el espacio de un acontecimiento.

La imagen visual puede dividirse en dos grandes clases:²²

- ❖ Imágenes fijas o estáticas y
- ❖ Móviles o dinámicas

Por un lado, la imagen fija permite retener y/o perpetuar a través del tiempo un aspecto visual del mundo exterior. Esta sólo es inteligible cuando el sujeto receptor identifica el objeto.

Por otro, la imagen móvil representa un fragmento del desarrollo de la historia visual del fenómeno o acontecimientos.

Por ejemplo, cuando sucedió el temblor de Colombia en enero de 1999, Hechos se encargó de transportarnos, en cierta forma, al lugar del suceso. Pudimos ver calles llenas de escombros, gente solidaria a pesar de su desgracia.

Imágenes fijas en donde se veían rostros angustiados, tristes, gente sufriendo, llorando, gritando y lamentándose por lo ocurrido. Imágenes móviles que presentaban gente corriendo, ayudando en las labores de rescate.

Asimismo, con enlaces hasta Colombia nos dimos cuenta del infortunio que estaban viviendo aquellos pobladores que en cuestión de segundos perdieron a sus familiares y casas.

El mensaje televisual es un conjunto de métodos y técnicas que se basan en códigos cuya finalidad es la promoción de modelos de vida. Dichos códigos son:²³

- ❖ Códigos perceptivos: elementos que forman las condiciones para una percepción suficiente.
- ❖ Códigos de reconocimiento: evocan rasgos del objeto representado.
- ❖ Códigos de transmisión: permiten la transmisión de una determinada percepción de imágenes.
- ❖ Códigos estéticos: el color, el gusto, emotividad capaces de producir reacciones y expresar situaciones psicológicas.
- ❖ Códigos icónicos: se configuran en formas, signos y enunciados.

Un código perceptivo en Hechos de la noche sería el momento de agresión entre un grupo de personas comúnmente visto en el medio oriente debido a los disturbios. Notas Rojas en donde nos presentan soldados armados disparando contra gente corriendo, jóvenes aventándose piedras, golpeándose a palos, a golpes y patadas. Esto sólo para dar una visión de lo que sucede al otro lado del mundo.

²² Ahumada Barajas, Rafael. *Análisis de la Imagen Televisiva*. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999. P. 14

²³ Ahumada Barajas, Rafael. *Análisis de la Imagen Televisiva*. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999. P. 21, 25.

Las Notas Rojas de arsenales y paquetes decomisados de droga dan referencia de lo que sería un código de reconocimiento; asimismo, los paquetes y montones de cohetes y su venta clandestina o los exteriores e interiores de un banco asaltado o una casa violentamente trascalada.

En el caso del tercer tipo de código, consideramos que es cuando pasan imágenes de los rostros de diversas personas, víctimas del hecho o, en dado caso, el típico grupo de testigos y curiosos cerca del lugar. Expresiones captadas que van desde angustia, tristeza, lamento o sorpresa, según sea el caso.

Por otro lado, el código estético podría quedar ejemplificado en el caso de las imágenes sangrientas y llenas de dolor ajeno. Provocando el morbo del auditorio.

Los códigos icónicos pueden ser aquellas notas explicadas sobre las notas referidas a las cifras o saldo rojos de la delincuencia, muertos, asaltos o choques. Tablas con cifras reportadas por las autoridades.

Por otra parte, las unidades o categorías que se interrelacionan para dar pie a la sintaxis de la imagen son:²⁴

- ❖ El encuadre: donde se ubica una persona u objeto, puede ser normal, estrecho o ancho. Toma comúnmente usado por Hechos de la noche para situar a su auditorio en el lugar del suceso. Por lo regular se usa en los enlaces en donde el reportero está al frente, atrás algo que caracterice la nota, por ejemplo, cuando fue el temblor de Colombia (enero 1999) el reportero daba pie a su nota en vivo desde un montón de escombros y/o damnificados a su lado.
- ❖ El plano: da dimensión y duración para la imagen en secuencia. Precisamente cuando una persona es entrevistada se dice que se encuentra en primer plano y al fondo el lugar donde se ubica.
- ❖ La escena: construcción o representación de una acción en un continuo espacio temporal a través de diferentes planos que permiten crear un significante fragmentario y dan como resultado un significado unitario y continuo.
- ❖ La secuencia: representación discontinua de las acciones. Usado en todas las notas que muestran imágenes en donde cada una tiene relación.

El universo del sentido es inmanente a la realidad, por lo que cada comunicación no es sino la recuperación-reproducción-repetición de un fragmento de la propia realidad que se comunica en cada acto lingüístico.²⁵

Así pues, Hechos de la noche se caracteriza por presentar rostros llenos de dolor ante situaciones tan desconsolables como puede ser un terremoto, la muerte, la impotencia ante diferentes situaciones.

Tal pareciera que con ello se logra mover las fibras del corazón de la gente y, más por morbo que por conmoverse ante ello, ganan la preferencia del auditorio pues siempre se busca ver la desgracia ajena y decir "¡pobrecito!".

Muy normal es que el titular del noticiario aparezca antes de cada noticia, dando un antecedente una frase que hable acerca de lo que a continuación se mostrará. Muchas veces utilizando gestos y tonos de voz tan dramáticos que por más que uno desee creerle no es muy convincente.

La gesticulación es importante al momento de transmitir un mensaje en el medio de comunicación con mayor penetración en el auditorio. Ésta trata un ámbito en donde el trabajo de transformación semiótica con

²⁴ Ahumada Barajas, Rafael. Análisis de la Imagen Televisiva. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999. P. 46

²⁵ Betteini, Gianfranco. Producción, Significante y Puesta en Escena. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P. 36

respecto a la norma de la vida cotidiana y la inscripción de esta transformación en una red compleja de sistemas de códigos pueden singularizarse en especial evidencia.²⁶

Podría afirmarse que la diferencia entre el gesto como acto y el gesto como signo es pertinente en el ámbito de la investigación semiótica aplicada en el ámbito televisivo, pero que muy bien puede descuidarse en el campo de una semiótica específica como la aplicada a la escena teatral, en donde la inclusión del gesto en un contexto de significación lo transforma ya en elemento de una cadena significativa, un gesto-signo.²⁷

La gestualidad podría presentarse como el producto de varios procedimientos definidos como:²⁸

- A. Gesto escénico como "símbolo analógico transparente del acto o del gesto de la realidad": procedimiento de reproducción en el que actúa un punto de vista, una selección y una organización de los rasgos pertinentes gestuales recogidos en muchos gestos semejantes.
- B. Gesto escénico como traducción de gestos muy socializados en la realidad y, por consiguiente, ya muy formalizados: procedimiento también reproductivo, en el que el código de la gestualidad escénica sufre la fuerte determinación del código social "representado" y no actúa sobre él por transformaciones sino a través de inscripciones dialécticas y contradictorias en el contexto de toda la pieza.
- C. Gesto escénico como transformación arbitraria de un gesto de la realidad: procedimiento representativo en el que la selección de rasgos pertinentes del gesto real queda, por lo general, muy ceñida y funcional a un acto de motivación original de la construcción injusta, a su utilización comunicativa, en el sentido de la comprensibilidad del trabajo escénico.
- D. Gesto escénico como resultado de una inclusión del cuerpo del actor en un "nuevo" contexto cultural que prescindiera de cualquier recurrencia a sus precedentes inscripciones en la sociedad y en la historia y que lo utilice como instrumento significativo autónomo, como mecanismo dinámico disponible a proyecciones arbitrarias.

En el caso A, nos encontramos ante un gesto mimético, modelo a partir de los actos y los signos gestuales de la cotidianidad; es el gesto típico del teatro naturalista y de la puesta en escena realista.

Generalmente, este gesto asume una función icónica de su referente "real" y su forma puede variara desde la "ostensiva" en la que el gesto referente es mostrado tal como es en su plenitud, quizá acentuando la intencionalidad de comunicación sobre algunos aspectos de esta referencialidad.

El icono gestual siempre se refiere a un esquema cultural de lectura de la realidad e imita un modelo del referente. Comúnmente el periodista Javier Alatorre recurre a sus gestos de tal modo que con ello leyéramos la noticia antes de que nos sea presentada. Casi siempre imita un gesto de dolor, coraje o quizá hasta de impotencia. Realmente no sabemos si está actuando o realmente es su expresión natural.

En el caso B, nos encontramos ante una gestualidad escénica reproductiva de una situación gestual muy socializada y, por consiguiente, inscrita en sistemas de codificación fuertes que representan notables instancias de formalización del gesto-objeto.

Javier Alatorre es uno de los protagonistas del mundo de los espacios informativos nocturnos hoy por hoy; además de ser precursor del uso de la gestualidad al momento de presentar las notas y no se diga las Notas Rojas, situación que dio un giro diferente de dar las noticias por lo que en sus inicios del noticiario Hechos de la noche, Alatorre gozaba de gran simpatía y el mayor número de audiencia le favorecía, puesto que es joven transmitía una gran credibilidad ante su público. Sin embargo, conforme avanzaba el tiempo se vinieron un sin fin de notas en las que no sólo él y el noticiario hacían dudar de su credibilidad sino la misma empresa, TV Azteca.

²⁶ Bettetini, Gianfranco. Producción, Significante y Puesta en Escena. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1977 P. 101

²⁷ Ídem P. 102

²⁸ Ídem 103-104

Una de esas ocasiones fue cuando se vieron (junio y mayo 2000) involucrados en el asesinato de uno de sus conductores, Francisco Stanley, el pasado 7 de junio de 1999.

En esa ocasión, al aire transmitieron imágenes de la cabeza baleada de Francisco Stanley. La manera de justificarse ante dichas imágenes fue que, el conductor Javier Alatorre reconoció lo anti-ético que eso significaba pero era más la rabia de ver hasta dónde había llegado la delincuencia y criminalidad que pensar en quién miraba el televisor en esos momentos. Era medio día.

Sin embargo, actualmente imágenes tales como heridas en diferentes partes del cuerpo de las personas llenas de sangre, individuos peleándose, policías golpeando gente, muertos tirados en plena calle y casa hechas escombros, son sólo parte de lo que Hechos de la noche presenta en el contenido de su noticiario con alto grado de violencia y por consiguiente lo más sensacionalista.

Lo menos amarillista es transmitido cuando se trata de asaltos bancarios pues suelen ser poco sensacionalistas pues al dar la nota muestran imágenes del exterior e interior del banco, el nombre del mismo, los asaltantes atrapados, dentro de una patrulla y cifras de cómo va el índice delictivo.

Curiosos en el lugar de los hechos, acercamientos (close up) a objetos de interés particular (armas, paquetes de drogas, billetes, ropa sucia y/o con sangre), banderas y mapas; son imágenes estratégicas para indicarnos en torno a y en dónde están sucediendo los acontecimientos. Asimismo, podemos agregar el nombre de sitios o calles.

En el caso de temblores, avionazos o incendios apreciamos imágenes más dramáticas. Por ejemplo: rostros angustiados, sucios, con lágrimas y con sangre, implorando, gritando o llorando por su desgracia, damnificados al lado de escombros que antes eran sus viviendas, gente cargando muertos, pedazos de aviones o bomberos y rescatistas realizando su trabajo.

En algunos momentos pudiera bajar el impacto televisivo al presentar sólo números y letras, es decir, cuando sólo se presentan cuadros con los saldos rojos de los índices de violencia en el mundo. Desde el número de secuestros hasta el de muertos o heridos.

Sin embargo, la violencia vuelve a hacer acto de presencia en el televisor en el momento de hablar de las notas internacionales; en particular, el Medio Oriente en donde constantemente ocurren enfrentamientos. Aquí la nota es ilustrada con sangre, casas saqueadas, gente golpeándose, aventándose piedras, palos o lo que se les cruce en su camino, lo que hace que sean notas consideradas como Nota Roja ya que las imágenes presentadas son cargadas de violencia extrema; además, la presentación tan alarmante y/o preocupante que le da el noticiero.

Algo similar ocurre cuando el titular del noticiario habla de peleas entre granaderos y comerciantes, no faltan por ahí los jalones, los gritos, las corretizas, la sangre nuevamente y, por si fuera poco, los oficiales armados y descargando sus balas o golpeando gente. Un caso particular de este último punto sucedió cuando un gran grupo de maestros realizaron varios intentos por entrar violentamente a la Cámara de Diputados y a la Asamblea Legislativa y al no lograrlo hubo varios 'zafarranchos', comúnmente llamados en Hechos de la noche, que terminaron en maestros encarcelados.

Por otra parte, cada vez que llega la temporada de frío son muchos los lugares en donde por la situación económica la gente debe dormir a la intemperie por lo que muere de frío ante las bajas temperaturas. Aquí la situación, en cuanto a ilustración, cambia porque la pantalla muestra calles con neblina o cuadros con cifras relacionadas a los fríos. Lo más violento que presentan son carros chocados más no gente herida ni muerta, de ello sólo se hace mención.

Situación que no pasó cuando se dio la nota de la Operación Zorro del Desierto, pues las imágenes presentadas fueron calles con neblina alumbradas por una luz verde fosforescente, ruidos alarmantes de sirenas, lugares en donde antes había casas y después sólo montones de escombros, personas heridas ante los bombardeos y, nuevamente, rostros lamentándose, algo que puede parecer desgarrador y lo es.

Es aquí donde surge la pregunta, ¿qué pasa con Hechos de la noche? ¿Será correcto mostrar la pena ajena, en el sentido de mostrar el sufrimiento de la gente? ¿No se ponen a pensar quién mira el televisor? ¿No saben cuánto es el daño que le ocasionan a su auditorio con tanta violencia?

3.1.2 EL TEXTO EN HECHOS

Como ya se ha visto, la imagen es una manera de transmitirnos algún mensaje, subliminal o no, en cuanto a un mensaje. Así pues, existe otro elemento importante que brinda una descripción y comprensión con mayor detalle del hecho en cuestión: el lenguaje o texto que escuchamos.

Levi-Strauss conceptualiza el lenguaje como "el modelo que permite el estudio de todos los fenómenos humanos y que llega a ser el polo de referencia de todas las ciencias humanas".²⁹

Es importante aclarar que cualquier lenguaje representa, vuelve a representar y representa algo que podría definirse como realidad, mas no la reproduce, es decir, produce el discurso, el espacio de la representación, la "escena" de su manifestación. Al lenguaje se le puede considerar como un instrumento de representaciones o como el resultado del trabajo de un conjunto de sistemas de códigos que hacen posible la realización de una serie de "puestas en escena".³⁰

Recordemos que los discursos están hechos de signos y la secuencia de estos en cierto sentido constituyen un texto. La forma de presentación será una influencia importante en la recepción del mensaje.

El lenguaje de la televisión a semejanza del sistema de comunicación cotidiano que usa el individuo, conluga los lenguajes verbal y visual, lo cual lo convierte en un sistema audio-escrito-visual.

Todo mensaje puede, para comunicarse eficazmente por la televisión o por cualquier otro medio, ser volcado en términos que susciten interés y las técnicas empleadas a ese fin en la comunicación humana no son exclusivamente verbales; sin el complemento de inflexiones de voz, expresión facial, voz, postura y todo un sistema de gestos y señas no verbales, perfeccionado a través de generaciones de práctica, la lógica verbal inmaculada de un pronunciamiento no funciona.³¹

Muy afinado resulta mencionar que parte del noticiero de Hechos de la noche, en particular su titular Javier Alatorre, hace uso de los gestos y el tono de voz dramatizado al momento de dar la noticia. Muchas veces le imprime un singular tono que exagera más de lo que realmente es la nota. Ejemplos son muchos, si no es que todos.

En el caso de los reporteros de Hechos de la Noche y su entonación, se puede decir que durante sus enlaces en sus rostros manejan mucha seriedad, apoyados en sus libretas, utilizan un tono de voz alarmante y de una preocupación que, a mi parecer, es bien estudiada porque, todos o la mayoría de ellos, tienen el mismo sonsonete al dar su nota.

Muchas veces al enfatizar cierta información su acento de voz es más remarcado. Basta con escuchar a alguno de ellos y comprobarlo. Por ejemplo: cuando sucedió el terremoto en Colombia (25 de enero 1999) los enlaces que hacían los describían con palabras y frases tales como: lugar de desastre, herida severa y muy profunda, una tragedia, el drama continúa, desafortunadamente, etc. Palabras dichas de tal manera que sí alarmaban al auditorio.

La necesidad de muchos reporteros formados en tradiciones periodísticas de informar "desde el lugar de los hechos" es común, incluso cuando allí no hay nada que señalar o que lo distinga de cualquier otro escenario. Más aún, en Hechos de la noche es común apreciar al reportero transmitiendo desde el lugar de los hechos

²⁹ Bettetini, Gianfranco. *Producción, Significante y Puesta en Escena*, Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P. 39

³⁰ Ídem P.78

³¹ Baggaley, Jhon. *Análisis del Mensaje Televisivo*, Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982. P.20

mostrando imágenes del lugar y testimonios de las personas que ahí se encuentran. Diálogos que en muchos casos no ayudan a nada pues son respuestas tan cortas y sin sentido.³²

El significante del lenguaje verbal es la palabra, ésta puede designar un objeto, un grupo de objetos o una clase de objetos, no importando el grado de abstracción. La palabra tiene un menor grado de polisemia y un mayor nivel de abstracción.

El lenguaje de la televisión a semejanza del sistema de comunicación cotidiano que usa el individuo, conjuga los lenguajes verbal y visual, lo cual lo convierte en un sistema audio-escrito-visual.³³

Tremenda golpiza, cobró víctimas, continúa la violencia, situación muy violenta, crudo invierno, es más intenso, noche fría, hoy le tocó a, como ya es costumbre, se recrudece la violencia, continúan tragedias, la violencia parece no tener límite, ola de violencia, regresa la tensión, se agudizó y nuevos actos de violencia; son sólo algunas frases que escuchamos al querer enterarnos de lo que ha ocurrido en el transcurso del día y que de manera "sutil" nuestro emisor dice.

Más eso no lo es todo, palabras como altercado, agarrón, incidente, zafarrancho, estrago, crimen, imprudencia, siniestro, arremetió y venganza; acompañan a los acontecimientos narrados que como choques, asaltos, muertos, accidentes, heridas y sucesos naturales ocurren en nuestro entorno social y que los medios de comunicación se encargan de difundir.

Clasificadas como graves, impresionantes, intensas y espectaculares las notas rojas, a parte de referirse a cosas llenas de sangre y violencia, con ello contribuyen a que se acreciente el morbo por parte de la gente para seguir viendo este tipo de noticias. ¿Será esa la fórmula original y predominante para ganar auditorio? Eso lo detallaremos más adelante.

Asimismo, cuando el conductor se dirige a su auditorio utiliza frases como: observe bien esto, no lo va a creer, vea usted y hoy más de. Algo inteligente pues con eso hace sentir a su público como parte de un todo, como algo más personal entre él y quién lo ve. Sin embargo, como ya se ha hecho mención, lo motiva también para que sea testigo y fan de lo enajenante, de las notas rojas o bien de aquellas que contienen dolor ajeno y que sólo provocan morbo.

Cuando sucedió el terremoto en Colombia, Hechos tenía a sus corresponsales para enviar la información y estar al tanto de lo que ocurría. El 25 de enero de 1999, Javier Alatorre estableció contacto vía telefónica con una de ellos y durante el informe se utilizaron palabras y frases como lugar de desastre, calles desoladoras, mucho llanto, tragedias, herida muy profunda; las cuales fueron repetidas más de una vez. Acompañadas también por los gestos de preocupación e impotencia, dan mayor impacto.

Como se ha visto hasta el momento, Hechos de la noche es una noticiero que maneja la nota roja de acuerdo a su importancia (esto de acuerdo con su presentadora, Ana María Lomelí). Sin embargo, usa frases que en cierto modo pueden acrecentar las noticias y ayudados por sus gestos y movimientos, provocan la curiosidad del televidente.

En particular, Hechos de la noche es un espacio informativo de la Nota Roja que presenta imágenes grotescas que después justifica señalando son necesarias para presentar la realidad de los sucesos. Asimismo, las palabras tan repetitivas y alarmantes.

³² Baggaley, Jhon. Análisis del Mensaje Televisivo. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982

³³ Ahumada Barajas, Rafael. Análisis de la Imagen Televisiva. Textos de Ciencias Políticas, UNAM. Campus Aragón, 1999. P. 23

3.1.3 UBICACIÓN EN HECHOS DE LA NOCHE

Cuando se trata de información, TV Azteca busca la primicia o al menos es algo que comúnmente remarca en su espacio informativo y esto, como ya se ha mencionado, se puede corroborar cada vez que hacen un enlace especial y el que está al frente lo remarca. Haciendo, quizá, parecer el segundo a su competencia.

Y para la empresa del Ajusco, no sólo es importante marcar su papel de primicia sino la colocación de sus notas dentro de sus espacios informativos. En este caso de Hechos de la noche.

Las notas rojas nacionales son presentadas en los primeros bloques del noticiario. Por ejemplo: el 2 de diciembre de 1998, un asalto a un comandante de la policía judicial ocupó el segundo lugar dentro de Hechos de la noche. El 3 de diciembre del mismo año, un operativo en Tepito, un asalto bancario y decomiso de droga en Baja California, fueron notas que estuvieron dentro de las diez primeras en el primer bloque.

Fueron seis días en las que Hechos de la noche presentó notas rojas como primera nota, dichas noticias fueron:

❖ Zafarrancho en la Cámara de Diputados	15 de diciembre de 1998.
❖ Bombardeos contra Irak	16 de diciembre de 1998.
❖ Bombardeos contra Irak	18 de diciembre de 1998.
❖ Funcionarios involucrados en matanza	8 de enero de 1999.
❖ Temblor en Colombia	27 de enero de 1999.
❖ Temblor en Colombia	28 de enero de 1999.

Mismas que es oportuno aclarar nuevamente, fueron tomadas como Nota Roja debido al manejo que se les dio pues sus imágenes fueron violentas y dramáticas.

Sin embargo, nueve veces predominó en segundo y tercer lugar la nota roja durante los dos meses de nuestro estudio con temas referentes a asaltos, ataques, incendios, asesinatos y heridos.

Traducido a dolor ajeno y violencia es lo que se considera importante para este noticiario pues golpes, muertes y víctimas sin presentadas en las primeras tres notas.

Durante 27 días, Hechos de la noche presentó nota roja de sus primeras diez notas, un promedio de 1 a 4 notas rojas por día.

Durante 28 días, en las siguientes notas (de la 11 a la 20) fueron una media de 1 a 5 notas rojas por día.

En 33 días, en las siguientes notas (de la 21 a la 30) fueron de 1 a 4 notas rojas por día.

Durante siete días dentro de las notas 31 a la 40 presentaron de 1 a 2 notas rojas por día.

Con esto se puede determinar que la nota roja es muy predominante a lo largo de la emisión de Hechos de la noche con Javier Alatorre y que no hay bloque en donde no sea presentada por lo menos una nota roja, llámese nacional o internacional. Esta últimas, por cierto, son presentadas al final o durante los 2 últimos bloques del noticiario.

Las notas rojas que más predominan dentro de hechos de la noche, en forma ascendente, son:

❖ Ventas ilegales de cohetes	2
❖ Avionazos	3
❖ Choques automovilísticos	4
❖ Cifras de delincuencia o saldos rojos	5
❖ Incendios y explosiones	11
❖ Operativos (Narcos, Policiacos)	17
❖ Heridos y/o accidentados	17
❖ Asaltos a bancos o personas	17
❖ Muertos ³⁴	31
❖ Enfrentamientos, peleas, golpes	83

Golpes, peleas, botellazos, palazos, sangre, gritos y jaloneos son lo que más predomina en las notas rojas de Hechos. Y como ya se ha visto, 83 son las notas que se presentaron en los dos meses de estudio.

Con esto se puede deducir, sin mucho esfuerzo, que existe un gran contenido de violencia y situaciones rojas en el noticiario, tal parece que la noticia sólo fuera eso. Aunque el espacio informativo se transmite en horario nocturno, debe tomarse en cuenta que su público está percibiendo más y más violencia.

Otra de las notas más frecuentes fueron los cadáveres encontrados en las calles, resultado de asaltos, de sobredosis, de bajas temperaturas, riñas o desastres naturales que Hechos de la noche hace llegar a cada hogar que lo sintoniza.

Las notas rojas menos frecuentes fueron la venta ilegal de cohetes en donde comúnmente se aprecia gente corriendo o los llamados operativos en contra de esto. Seguido por uno, los avionazos casi no hicieron mayor acto de presencia. Los choques y las cifras fueron también notas que casi no causaron gran furor como para ser presentadas más días.

Los asaltos junto con los operativos y los accidentes, ya sea por desgracias naturales o provocados, fueron notas rojas que aparecieron con un promedio de 17 notas cada una en dos meses.

Lo cierto es que, no hubo un día en el que no se presentarán notas rojas en las emisiones de Hechos de la noche, de 1 a 10 notas fueron presentadas en promedio con contenido sangriento y/o violento.

El día con mayor número de notas rojas fue el 3 de diciembre de 1998 con 10 notas entre las que se encontraron operativos, asaltos, incendios, peleas y enfrentamientos violentos.

El día con menor presencia de notas rojas fue el 16 de diciembre de 1998, cuando sólo fue el Bombardeo contra Irak la nota con contenido alarmante.

Tomando un promedio de 30 notas por día, Hechos de la noche dedica la tercera parte de su espacio informativo a nota roja. Es decir, más de la mitad es violento y muchas veces hasta sangriento. Y eso lo veremos a detalle en el siguiente apartado dedicado al tiempo utilizado en Nota Roja.

³⁴ Cuerpos ensangrentados, cubiertos por una sábana, en un ataúd, a causa del frío, etc.

3.1.4 TIEMPO AL AIRE DE HECHOS

El factor tiempo juega un papel importante en la transmisión de un noticiario y más aún en su contenido.

En este caso, la nota roja ocupa gran parte del tiempo en Hechos de la noche, el cual está previamente determinado por el equipo de producción. Todo va con habilidad para enganchar al auditorio y ganar credibilidad y confianza.

Durante 60 minutos, Javier Alatorre informa sobre política, economía, seguridad pública, cultura, espectáculos, deportes y demás noticias de interés público. Basándonos en el estudio del apartado anterior, en donde se estableció que de 30 notas la tercera parte era de color, podemos determinar que entre 20 y 22 minutos son dedicados única y exclusivamente a notas rojas.

Utilizando el ya mencionado tono de voz particular del titular de Hechos de la noche, la nota roja con mayor tiempo al aire que se presentó fue transmitida el día 29 de enero de 1999 con 3 minutos, 22 segundos y 69 centésimas; seguida por una del día 25 del mismo mes, con 2 minutos 57 segundos y nueve centésimas; en tercer lugar con mayor tiempo fue presentada el día 27, con 2 minutos, 44 segundos y 11 centésimas. Estas tres notas hicieron referencia a una misma situación: las consecuencias y el drama vivido por los colombianos por aquel devastador terremoto ocurrido precisamente el 25 de enero de 1999.

Sin embargo, otras notas con mayor tiempo al aire fueron los días 16 de diciembre de 1998 con la nota de los bombardeos contra Irak, el 13 de enero con una información de los enfrentamientos entre campesinos y soldados por unas parcelas de marihuana; asimismo, el 15 y 18 de diciembre, primero con una nota de enfrentamientos entre diputados con un minuto, 53 segundos y 20 centésimas; en segundo lugar con información de la venta ilegal de cohetes y sus restricciones con un minuto, 49 segundos y 19 centésimas.

Por otro lado, una nota considerada como roja debido al manejo que se le dio en el espacio informativo con menor transmisión dentro del noticiario fue transmitida el día 12 de enero con información internacional de protestas por el alza de impuestos, imágenes como golpes, palazos, gritos, empujones y jaloneos dieron un tiempo total de 6 segundos con 48 centésimas; en segundo lugar lo encontramos el 18 de enero de 1999 con una nota internacional sobre muertos por tornados, con un tiempo de 6 segundos con 82 centésimas; en tercer lugar estuvo una nota sobre amenazas de la OTAN durante el conflicto contra Irak presentada el 19 de enero con 7 segundos y 58 centésimas.

El cuarto, quinto y sexto lugar no varío mucho, con 8 segundos y 14, 53 y 78 centésimas, las notas fueron sobre muertos por las bajas temperaturas, enfrentamientos en Grecia y el hallazgo del líder del régimen rojo muerto, respectivamente.

Cuando se trata de presentar notas del mundo, éstas son transmitidas en forma de collage, tal vez y esa sea la razón por la que las notas rojas con menor tiempo sean internacionales en su gran mayoría. Caso contrario cuando se trata de notas nacionales pues, éstas pertenecen más tiempo al aire con un número mayor, tanto de imágenes como de información, quizá esto último debido a la facilidad de obtener la información.

El psicólogo David Reyes, considera que "los noticiarios antes eran imágenes fijas ahora han utilizado el color rojo, el amarillo para jalar más".³⁵

Y si tomamos en cuenta que la información transmitida en un tiempo mayor que otro tipo de noticias, daremos cuenta que la televisión lo que más busca es alcanzar el mayor rating a beneficio de su noticiario.

³⁵ Entrevista realizada el 1° de mayo de 1999 en la Universidad del valle de México Campus San Rafael.

Hay ocasiones en que la nota es dividida en una, dos o tres partes, pasando la mayoría de las veces las mismas imágenes, incrementando así el tiempo al aire, siendo que se podría evitar y presentar información menos desagradable o lastimosa en dado momento.

Para ejemplificar esto viene bien mencionar los reportajes que Hechos de la noche presentó acerca de la vida y familia de Daniel Arizmendi, el mocha orejas, después de su detención. Asimismo, notas divididas de la venta ilegal de cohetes y los ataques bélicos en el Golfo Pérsico.

3.2 LA NOTA ROJA EN EL NOTICIERO

Desde siempre la Nota Roja ha estado presente dentro de los noticiarios y El Noticiero no es la excepción. Noticiero que hasta hoy día se transmite por el canal 2, el cual inició transmisiones regulares el 21 de Marzo de 1951 bajo las siglas NEW TV.

Por su parte, Televisión Vía Satélite SA (Televisa) inició oficialmente sus actividades el 8 de enero de 1973.¹⁶ Hoy día son ya 26 años de transmisión. Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, asegura "en los noventa hubo mayor grado de libertad que permitió a la sociedad un campo más abierto y si se dio un cambio fue estructurado por la competencia"

Parte de dicha competencia la podemos encontrar en los programas informativos ya que en los últimos tiempos hemos podido ver la contienda por obtener la primicia en los sucesos más relevantes de los últimos tiempos. Por mencionar algunos diremos que el caso Francisco Stanley, el caso Trevi-Andrade y la huelga en la UNAM, son sólo algunas de las muchas primicias que siempre se ha buscado.

Emilio Azcárraga Jean, Presidente de Televisa, asegura "la credibilidad la buscamos en todos los noticiarios. Lo importante no es lo que se difunde por la televisión, lo importante es ésta misma que origina, difunde, cree y quiere crear su propia fantasía".¹⁷

Mucho se ha criticado acerca de la presentación de exceso de violencia en los programas informativos, comúnmente llamados de Nota Roja, que en un momento dado tuvieron su auge entre el auditorio. Llamémosle Fuera de la Ley, Duro y Directo, Cerezo Rojo, Ciudad Desnuda, Visión Urbana y, quizá el de mayor trascendencia, Primer Impacto.

Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, aclara "nosotros no inventamos la violencia, sólo la reportamos. La nota roja dejará de predominar en el noticiero cuando el índice de delincuencia disminuya y deje de ser noticia".

Situación que hoy en día se ha ido incrementado cada vez más. No sólo los noticiarios televisivos son los encargados de informarnos el número de muertos o el índice delictivo; también se cuenta con los noticiarios radiofónicos y la prensa escrita. Mismos que a lo largo de su historia se han estado ligados unos con otros.

Por su parte, la televisión ha tenido momentos brillantes siempre encaminados hacia la evolución, los primeros noticiarios eran auspiciados por periódicos, consecuentemente hubo un desarrollo tecnológico hasta lograr lo que hoy día tenemos: una televisión plural.

Elemento importante en este desarrollo lo ha tenido la sociedad quien busca en los noticiarios la objetividad, certeza, oportunidad y mayor credibilidad en las noticias. Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, dice "los noticiarios son el espejo en el que la sociedad quiere verse así misma críticamente pero al mismo tiempo objetivamente. Si realmente queremos evolucionar la única forma es escuchar lo que plantea la sociedad pues es quien influye determinantemente en la barra de programación televisiva".

Prueba de ello es el sube y baja de los índices de rating que manejan las televisoras para conocer qué tanta penetración tienen dentro de las familias mexicanas.

Apoyados en imágenes, textos y formas de dar las noticias, los noticiarios han logrado mantenerse en el gusto del público siempre con la idea de ser los que tienen mayor objetividad, credibilidad y veracidad en su información.

¹⁶ Ídem.

¹⁷ Comentario realizado durante Espacio Televisa de Vinculación Universitaria. Espacio 98. En la ciudad de México 1998.

En lo particular, El Noticiero ha sufrido cambios en el último año. Desde el cambio de titular, Guillermo Ortega Ruiz por Joaquín López Dóriga; así como el tiempo al aire. (En diciembre de 1998 su duración aproximada era de 45 minutos a una hora. Actualmente, año 2000, dura hasta 90 minutos).

Es importante aclarar que en este caso tomaremos en cuenta para nuestro estudio El Noticiero en la época que Guillermo Ortega Ruiz era su titular.

Televisa siempre se ha caracterizado por mantener su imagen intacta y llevarse el primer sitio en cuanto a tecnología y/o métodos para ganar la noticia. Ejemplo claro es el implemento del helicóptero encargado de vigilar la ciudad desde que sale el sol y, si la noticia lo requiere, hasta que se vuelva a meter.

Dando una vista panorámica general de la ciudad y echando un vistazo al lugar de los hechos desde arriba, nos proporciona, a nosotros como televidentes, varios enfoques de la noticia, visualmente hablando.

Asimismo, se encuentran apoyados por sus reporteros en tierra encargados de buscar mayor información que pueda describir o contar qué fue lo que sucedió en el lugar del suceso.

Muchas veces agredidos, los reporteros, jóvenes en su mayoría, están encargados de salir a las calles y buscar la noticia siempre con la libertad de decir lo que ven.

Al respecto, Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, comenta "el reportero sale a la calle con plena libertad para observar, escuchar, captar, tomar testimonios, traerlos y presentarlos. Siempre se ha insistido a los reporteros que en una controversia hay dos ó más en pugna, que deben tener el testimonio de todos y si no traen alguno, explicar por qué. Tampoco se puede obligar a las personas a dar entrevistas. Pero hay una libertad para aquellos que expresen lo que crean. No se limita el trabajo reportil. En todo caso, la línea editorial de la empresa está referida en ser respetuosos".³⁸

La información es apoyada con imágenes que muestran o ilustran mejor el acontecimiento, dándole mayor realismo y credibilidad a la nota.

Televisa cuenta con espacios informativos desde temprano; asimismo, con información durante la mañana en su programación y de ser necesario, con transmisiones permanentes por noticias generadas de gran relevancia que requieran ser informadas continuamente como cuando sucedió el asesinato de Francisco Stanley o el desalojo del CGH (Consejo General de Huelga) de la UNAM el 6 de febrero del 2000.

Cuando el periodista, Guillermo Ortega, se encontraba al frente de El Noticiero, los cortes informativos se comenzaban a lanzar una hora antes de que comenzara el espacio informativo, esto con la finalidad de enganchar a la gente para que se quedara en el canal y no le cambiara.

"Los encabezados y los avances del noticiero son para vender. Son recursos que tenemos los periodistas en los medios. Nuestro trabajo es público, no o hacemos para no vender, lo hacemos para vender"; aclaró el ex titular de El Noticiero, Guillermo Ortega Ruiz.³⁹

El tipo de noticias que se manejaban en los avances ayudaban para ganar preferencia, es por ello que se debe saber qué va a jalar más. Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, dice "los encabezados siempre son ganchos, son las noticias no tergiversadas, no modificadas pero sí presentadas de una manera atractiva para que la gente se quede pero esto no sólo es con la Nota Roja, esto es con las noticias en general".⁴⁰

Hoy por hoy, la situación no ha cambiado mucho. Joaquín López Dóriga, actual titular de El Noticiero, se encarga de llevar cada noche las noticias más sobresalientes del día. Y por supuesto, las Notas Rojas generadas durante las últimas veinticuatro horas.

³⁸ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

³⁹ Ídem

⁴⁰ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

Y precisamente, con respecto al manejo de la nota Roja, Televisa se ha caracterizado por cuidar más cuál será la imagen que presentará y no tanto el texto; aunque no por eso pierde importancia pues el reportero debe tener la rapidez para cubrir sucesos, así como la capacidad para improvisar a la hora de narrar.

Esto no quiere decir que hablará sólo por hablar pero sí ilustrará con el mayor número de imágenes posibles pues muy de acuerdo va aquello de que una imagen dice más que mil palabras.

Además, el periodista Guillermo Ortega Ruiz, asevera "la Nota Roja dejará de predominar cuando el índice de delincuencia disminuya y deje de ser noticia". Por su parte, Emilio Azcárraga Jean, Presidente de Televisa, dice "la credibilidad la buscamos en todos los noticieros".⁴¹

A continuación explayaremos más el manejo de la Nota Roja dentro de El Noticiero en cuanto al tiempo, imagen, texto y ubicación.

⁴¹ Ídem

3.2.1 IMAGEN EN EL NOTICIERO

Como ya se ha visto, El Noticiero es un espacio informativo nocturno que ha sufrido un sin fin de cambios en el último año, desde la sustitución de su titular hasta el incremento en el tiempo al aire de su transmisión. En este caso, el estudio será enfocado únicamente en el tiempo en que Guillermo Ortega Ruiz fue su titular, diciembre de 1998 a enero 1999.

Como hemos visto, Hechos es una competencia latente ante este noticiero. Cada uno tiene con qué defenderse y así, El Noticiero lo ha demostrado.

Quando se habla de imágenes, se pueden entender como el suceso visto en cuestión de segundos o quizá, en casos particulares, en minutos. Asimismo, la presencia de su titular y el uso que le da a la gestualidad en el momento de informar.

El comportamiento gestual cotidiano del hombre se manifiesta a través de actos socializados dotados en su mayoría por consiguiente, de una originaria intencionalidad de comunicación) y a través de actos que, aún susceptibles de experimentar una convencionalización, podemos considerar como fenómenos biológicos no controlados frecuentemente por el propio emisor. Podemos incluir en la primera categoría los gestos de asentamiento o de disentimiento, en sus diversas formas "culturales", los gestos de indicación, los gestos que onómatopéyicamente sustituyen o acompañan a algunas palabras imitando convencionalmente una acción determinada (o representando una parte o un efecto de la misma por metonimia); en la segunda categoría podemos incluir los gestos de cólera, lo que acompañan al llanto o a la risa y en general, los que acompañan a cualquier actitud natural.⁴²

La primera categoría puede ejemplificarse con la Nota Roja presentada el 2 de diciembre de 1998, respecto a la venta ilegal de cohetes en la merced en donde se entrevistó al delegado en Venustiano Carranza y aseguró que la venta de estos estaba prohibida; Guillermo Ortega Ruiz en tono sarcástico y con un gesto de burla comentó "menos mal que no se venden cohetes en la merced" y, enseguida, mostró un arsenal de los mismos que un reportero había comprado durante la realización de su nota. El gesto que mostró su rostro fue una sonrisa burlesca y movió la cabeza.

Por otra parte, la segunda categoría queda dentro de la Nota Roja del 4 de diciembre de 1998 cuando Guillermo Ortega daba la noticia de que un policía había fallecido después de haberse enfrentado a un asalto bancario, quien lo hirió gravemente. La fuerza de coraje en su rostro no se hizo esperar. Más sin embargo, la nota del niño baleado del 28 de enero de 1999 causó en su rostro un gesto de coraje e impotencia ante los agresores.

El gesto de la vida cotidiana, convencional o natural, se define, pues, como materia de los contenidos y sólo en el caso de una mimesis completa del gesto escénico, la forma de su contenido es transferida como forma del contenido del gesto mismo. Pero el gesto de la escena se construye, rehace, es representación: es el elemento de un lenguaje y siempre es filtrado a través de un determinado punto de vista, aun en los casos en que la analogía sea un objetivo fundamental.⁴³

Las técnicas utilizadas para el sólo propósito de despertar y mantener la atención de los espectadores hacia el contenido del programa, pueden producir efectos laterales inadvertidos sobre su aparente credibilidad.⁴⁴

En la televisión, la índole de la impresión que causa un intérprete queda potencialmente determinado no sólo por la actuación misma sino también por sus intermediarios, por los entrevistadores del estudio y por la compleja tecnología que el personal manipula.⁴⁵

⁴² Betteini, Gianfranco. *Producción, Significante y Puesta en Escena*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P. 101

⁴³ Betteini, Gianfranco. *Producción, Significante y Puesta en Escena*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P. 102

⁴⁴ Baggaley, Jhon P. *Análisis del Mensaje Televisivo*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982 P. 70

Todo se puede apreciar a través de los enlaces, transmisiones o la misma nota previamente grabada. Por ejemplo, cuando sucedió el terremoto de Colombia, el 25 de enero de 1999, Guillermo Ortega desde el estudio de Televisa daba la nota y en pantalla aparecían las imágenes referentes a la nota, como si hubiese estado allí para saber lo que ocurría.

Y es precisamente una de las ventajas que la cámara nos da: ella arrastra y/o dirige la mirada del televidente hacia el espacio en que transcurren las acciones; es como si todo lo vieran desde dentro, como si estuviesen rodeados por los personajes y ser testigos oculares.

La conformación de imágenes presentadas requiere la enjugación de elementos como la forma, el color, el movimiento, la percepción humana, entre otras, y sólo se reproducen cuando hay un agente receptor, es decir, todo aquel televidente que se encuentre mirando y escuchando las noticias.

Así pues, la imagen televisiva está elaborada siguiendo códigos específicos, pues responde a la exaltación y creación de valores sociales y culturales con el fin de estimular las reacciones del público al cual irá dirigido; los mensajes visuales crean una representación de la realidad, formando imágenes o estereotipos de la forma de la vida social.

Por ejemplo, cuando sucedió el motín en el reclusorio sur se vio una parte de lo que es la vida de los presos, una vida llena de restricciones. En otro caso, el temblor en Colombia. El Noticiero presentó imágenes como montones de escombros, el suelo abierto, gente ayudando a buscar sobrevivientes, cuerpos entre las ruinas, rostros de gente afectada y heridos en camillas. Esto con el propósito de acusar una reacción de solidaridad para los afectados por el desastre natural.

Los objetos que aparecen en la pantalla en un plano general se perciben como metáforas, es decir, retomando el caso del temblor en Colombia, los montones de escombros no sólo eran eso sino una luz roja para un llamado de ayuda urgente por la situación tan aflictiva.

Realmente, una imagen puede ser leída o interpretada porque la reconocemos como parte de la realidad. Los elementos de los cuales se apoya la imagen televisiva están basados en una ideología, una cultura y una determinada actitud del público a quien se dirige: Son manejadas de tal manera que signifiquen algo en específico, según sea la intención de quien las emite, ya sea un llamado de ayuda, cuidado ante una situación, conciencia ciudadana o la prevención.

Está claro que una imagen, para ser lo que es, ha sido elegida en lo vivo, es decir, eliminada de cierta manera. Elegir para una imagen figurativa no es únicamente decidir lo que va a ser visible sino también lo que debe quedarse escondido.⁴⁶

Por ejemplo, en El Noticiero es obvio que durante los operativos policíacos no van a presentar imágenes cuando los granaderos golpean fuertemente a las personas. Deben elegir lo que sea permitido por la ideología y línea del noticiero, sino es que de la misma empresa.

Cuando se llevó a cabo el operativo en Tepito, el 3 de diciembre de 1998, las imágenes presentadas por El Noticiero fueron grupos de policías armados, corriendo, otros parados, unos subiendo a un camión y otros sacando a varias personas de sus casas. A ciencia cierta no se sabe si fueron golpeados o jaloneados, sólo se aprecia cuando son sacados del inmueble.

La mayoría de las veces el significado de una imagen se revela en función del uso que se hace de ella.⁴⁷ En el caso de los operativos para dar muestra de que se está combatiendo la delincuencia y criminalidad, dejando como competentes a las autoridades y a los malhechores como perdedores que por fin recibirán su castigo.

⁴⁶ Ídem P. 21

⁴⁶ Gauthier, Guy. *Veinte Lecciones sobre la Imagen y el Sentido*, Editorial Cátedra. Madrid, 1992. P. 146 Ídem P. 21

⁴⁶ Gauthier, 9

⁴⁷ Zunzunegui, Santos. *Pensar la Imagen*, Cátedra / unidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992. P.65

Durante los asaltos bancarios, El Noticiero transmite imágenes de los exteriores e interiores del banco asaltado, siempre con policías en el lugar. Interpreto que esto es para dar una visión de “buen” desempeño laboral de los oficiales y ayudarles para ganar un poco de credibilidad ante los ciudadanos.

La televisión en directo se basa en la posibilidad de transmisión sincrónica de imágenes y sonidos, así como una recepción simultánea de ambos.⁴⁸ Esto claramente se aprecia cuando los reporteros realizan enlaces en vivo desde el lugar del suceso.

Cuando se ve una imagen en un tiempo tan breve, se puede hablar de una lectura inmediata. Por ejemplo, cuando fue el bombardeo contra Irak, El Noticiero transmitió imágenes breves de aviones despegando, volando y/o disparando, así como radares de los mismos y autoridades hablando ante un auditorio; con este tipo de imágenes se pudo construir e interpretar lo que en esos momentos sucedía en el Medio Oriente, es decir, los aviones sobrevuelan territorios enemigos, los atacan y las autoridades informan al respecto. El titular, en ese caso, o el reportero brindan apoyo para una mayor comprensión de la noticia con el texto. Eso es algo de lo que nos ocuparemos en el siguiente apartado, ahora es el turno de continuar con la imagen.

A la hora de la verdad, la realidad encuentra vetado su acceso a la pantalla salvo que adopte la forma disimulada del espectáculo.⁴⁹ Esto se puede apreciar claramente en el momento de dar las noticias únicamente con el titular y una vaga imagen ilustrativa del suceso o si acaso imágenes que no dicen mucho, si no es que nada de la noticia. Por ejemplo, cuando se trata de dar notas de asaltos no se ve a los delincuentes atrapados, cuando se habla de que así fue, únicamente se aprecia el nombre del banco o su exterior.

Un caso particular se dio el primero de enero de 1999, cuando Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, daba la noticia del desplome de una tribuna durante la tradicional soldada de toros realizada en Tlacojalpan, en donde más de 200 personas resultaron heridas. Lo único que apareció en pantalla fue el titular y un mapa de Veracruz.

Las reglas de uso general en tantas cadenas televisivas a la hora de proceder a la selección de noticias son: la selección de imágenes de significado universal en función de que el interés del espectador se conquista y se mantiene con mayor facilidad a través de imágenes fácilmente reconocibles, selección de escenas de conflicto potencial más interesantes que las de calma, mejor captación de la limitada atención del espectador potencial a través de la acción en tanto que contrapuesta la información vehiculada a través de ‘bustos parlantes’ y que la organización de la noticia a modo de historia ficticia con una discernible estructura narrativa facilita el mantenimiento de la atención del público.⁵⁰

De esta forma la realidad es filtrada, descontextualizada, reorganizada, es decir, producida hasta el punto de que muchas veces la información televisiva queda reducida a ser una mera coartada que mantienen a la pequeña pantalla conectada con lo que en principio se suponía que debería ser su finalidad principal: el mantenimiento de un ojo vigilante en permanente escrutinio del morbo.

Por ejemplo, el dos de diciembre de 1998, El Noticiero transmitió la nota del cadáver de una mujer que fue encontrado a plena luz del día en la calle. La imagen que se observó fue el cuerpo en el suelo y muchos curiosos alrededor. Otro caso fue el presentado el día 23 de diciembre de 1998, cuando se dio la noticia de un choque en pleno Paseo de la Reforma, en donde no hubo heridos pero sí un impresionante volcadura.

Un caso en particular con un grado de violencia mayor fue presentado 25 de diciembre de 1998, con una nota internacional que informaba que nueve personas habían muerto cuando unos pandilleros lanzaron una bomba lacrimógena en el interior de una discoteca. Las imágenes que se observaron fueron grupo de personas corriendo y gritando histéricamente. Asimismo, rostros llenos de sangre, personas heridas dentro de ambulancias acostadas y otras paradas.

⁴⁸ Zunzunegui, Santos. *Pensar la Imagen*. Cátedra / unidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992. P. 195

⁴⁹ Ídem. P.202

⁵⁰ Ídem. P. 202

De acuerdo con el libro "Análisis de la Imagen Televisiva"⁵¹, dentro de la imagen transmitida en televisión se distinguen tres tipos de mensajes:

- ❖ Lingüístico: capta la imagen del personaje quien lo interpreta a su modo, ya que la imagen es polisémica y se puede interpretar de muchas formas
- ❖ Icónico Codificado: dado por la combinación de los elementos que configuran la imagen.
- ❖ Icónico No Codificado: dado por la cultura e ideología vigentes en una sociedad, este es un mensaje simbólico y los elementos connotadores aparecen en forma discontinua

Dentro de la imagen televisiva intervienen diversos códigos que se interrelacionan para otorgarle a la imagen su significado y sentido. Los códigos se encuentran vinculados y hacen referencia a valores, normas y, en general, a pautas que culturalmente el hombre vive en su cotidianidad, misma que, a través de su experiencia y vivencias, relaciona y les otorga sentido.⁵²

Un choque, un asalto, golpes, la muerte o pérdidas materiales, son situaciones que fácilmente pueden sucederle a cualquiera y es por ello que al ver las notas rojas llenas de dramatismo y dolor, las relacionan o comparan con sus vivencias y les dan un significado que, como ya se ha mencionado, es particular puesto que cada uno ha vivido las mismas experiencias pero de diferente forma

Otra de las cosas que ayudan a dar significado del discurso audio-visual es la secuencia de imágenes entre una y otra. Hay ocasiones en que se puede utilizar un collage de imágenes que apoyadas por un sonido escalofriante incrementa la dramatización del suceso.

Durante los dos meses de nuestro estudio, El Noticiero presentó una serie de reportajes de Daniel Arizmendi, el secuestrador más buscado y peligroso de aquel entonces. Asimismo, un reportaje de la famosa lámpara láser que estuvo de forma ilegal y delicada entre los comerciantes ambulantes. En ambos casos, en el momento de presentar la información completa realizaban un collage de imágenes que acompañadas por un sonido alarmante le daban mayor dramatismo a la nota, provocando la morbosidad del auditorio por saber qué había detrás de aquellas situaciones.

Sin embargo, eso no es todo. Imágenes como: heridos, muertos sobre el suelo, en su ataúd o cubiertos, damnificados o gente gritando son sólo algunas de las tantas situaciones que El Noticiero maneja en el contenido de sus Notas Rojas. El close up es la toma más común, utilizada en El Noticiero, para indicar con mayor precisión hacia dónde va la información. Enfocan cohetes, el caso de su venta ilegal; carros chocados y/o incendiados, en notas de agresiones o choques; y armas cuando se trata de operativos y/o arsenales decomusados. Asimismo, heridas al rojo vivo de personas lesionadas por 'X' situación.

Por ejemplo, el 21 de enero de 1999, El Noticiero presentó la nota de un panda gigante del zoológico de China, quien resultó ser muy violento pues atacó a una mujer mientras ésta podaba el pasto del lugar. El panda le arrancó una mordida en un pedazo de su muslo. Las imágenes transmitidas esa ocasión fueron: la mordida en la pierna de la mujer, ella en camilla y el panda jugando dentro de su jaula.

El 28 de enero de 1999 se dio la noticia de una mujer colombiana muerta por servir de "burro" al tratar de pasar droga dentro de sus intestinos. Las bolsas con heroína se rompieron y le provocaron una hemorragia en los pulmones y una congestión visceral. Lo que se pudo apreciar en el televisor fue: el cuerpo tapado de la mujer tirado en el suelo y la habitación desordenada.

Otro claro ejemplo, fue presentado el 9 de diciembre de 1998 cuando se dio la noticia de una estallido en la viga, mercado de pescados, a causa de la explosión de un cilindro de gas de una bodega. Las imágenes presentadas fueron: vista panorámica del lugar, carros de bomberos, personas en el interior y exterior del mercado, un hombre herido acostado en una camilla, un herido dentro de una ambulancia.

⁵¹ Ahumada Barajas, Rafael. *Análisis de la Imagen Televisiva*. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999. P. 26

⁵² Ídem. P 21

Por otro lado, algo normal en El Noticiero es la transmisión de imágenes que permiten tener una vista panorámica del lugar en donde se llevan a cabo los sucesos.

El pasado 7 de Junio de 1999, reporteros de El Noticiero cubrieron oportunamente el asesinato de Francisco Stanley y cuando se hacía referencia de los lugares en donde se llevaban a cabo las averiguaciones, la cámara nos mostraba el Ministerio Público en una toma lo suficientemente abierta como para apreciar todo el inmueble.

Asimismo, El Noticiero muestra exteriores e interiores de los inmuebles involucrados en los sucesos: asaltos bancarios, bancos; operativos, casas; averiguaciones, PGR; y letreros para ubicar el poblado o calle.

Al dar pie a la noticia, el titular aparece dando la cabeza de la misma y en la mayoría de las veces a su lado izquierdo aparece una imagen alusiva al suceso. Así pues, cuando se llegan a realizar enlaces, el reportero transmite desde el lugar de los hechos, siempre delante de algo que hable del sitio: un letrero, una entrada o personas a su alrededor.

Por ejemplo, durante el operativo del reclusorio sur, el reportero daba sus informes desde las afueras del reclusorio, alrededor había varios curiosos de los que muchas veces se pidió su testimonio. Asimismo, cuando se transmitió la nota de la venta ilegal de cohetes en La Merced, el reportero daba la información al lado de un puesto y traía artefactos en las manos.

En situaciones de avionazos, choques o desastres naturales, El Noticiero presenta imágenes como carros destrozados, grupo de fisgones, delincuentes detenidos dentro de patrullas, montón de escombros, gente llorando, preocupada y/o angustiada, rescatistas buscando entre las ruínas, cuerpos atrapados, heridos en camillas y el suelo abierto.

Cuadros con información de estadísticas en cuanto a la delincuencia es lo menos dramatizado que El Noticiero ofrece dentro de las Notas Rojas. El 25 de diciembre de 1998, se presentó un cuadro con números relacionados al saldo de Navidad. Por lo regular, aparece el titular del noticiero y el cuadro alusivo. Sin embargo, el 1° de enero de 1999 fue diferente, pues además del titular, presentaron imágenes de carros chocados, personas heridas en camillas, llenos de sangre, sentados en el suelo, ambulancias, coches volcados y policías.

Asimismo, notas donde aparecen autoridades hablando por un micrófono. Claro ejemplo, durante los bombardeos contra Irak, Tony Blair, Bill Clinton y Sadam Hussein, aparecieron dando información en conferencias de prensa o en televisión respecto al conflicto de la Operación Zorro del Desierto.

Hasta el momento podemos decir que, El Noticiero es un programa periodístico que quiere mostrar la realidad tal cual; lo malo es que en ocasiones a falta de imágenes transmite cuadros con estadísticas o simplemente gente caminando o exteriores de los lugares en donde ocurrieron los sucesos.

A continuación examinaremos el vocabulario de El Noticiero para detallar más a fondo acerca del manejo de las notas rojas.

3.2.2 TEXTO EN EL NOTICIERO

Cada noche El Noticiero se ha caracterizado por mostrar seriedad y objetividad dentro de su información de Nota Roja. Parte importante es que maneja el lenguaje o texto adecuado y propio para saber acaparar la atención de su público. Asimismo, es importante conocer qué hay detrás de.

Para ello podemos apoyarnos en la Semiología encargada de estudiar en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan.

Día a día, el hombre transforma la naturaleza y comunica desde siempre: produce y hace cultura; produce también objetos de cultura en inscribe en ella su actividad productiva. Esa cultura no es otra cosa que el orden del lenguaje; el orden de la producción del sentido que se coloca a una distancia total de cualquier tentativa de racionalización o indagación teleológica.⁵³

Todo ello va en dirección al público que los mira con el único objetivo de atraparlo e invitarlo a continuar con ellos.

De acuerdo con Ferdinand de Saussure "el lenguaje es una facultad humana, más allá de la expresión oral y escrita".⁵⁴ Y éste al organizar los signos coordinando y contextualizándolos, utiliza diversas puestas en significación para producir un universo representativo que en absoluto reproduce la realidad, sino que habla de ella o la hace hablar.⁵⁵

Cada vez que el titular de El Noticiero se dirigía a su público lo hacía de tal manera que le contaba lo que ocurría, cuál era la Nota Roja, quiénes estaban involucrados y de qué manera. Así pues, las imágenes presentadas siempre son acompañadas con información referente para ejemplificar esto basta escribir cualquiera de las Notas rojas presentadas pues todas llevan imagen y texto.

El auditorio al recibir información hace un uso crítico de sus elementos no verbales para decidir cómo interpretar su verdadero significado verbal.⁵⁶

Muchas veces el titular utiliza o hace expresiones que le dan más importancia de la que se merece, una muestra o son tan extremistas o todo lo contrario.

Es muy común ver situaciones en las que se pretende dar mayor credibilidad a la nota. Por ejemplo, cuando se trata de dar noticias de muertos o accidentes automovilísticos, el presentador "enojado" dice que es lamentable este tipo de situaciones y, en otras, usa frases como "Vea usted", "No pierda de vista" o "Repito", frases con las que trata de transmitir dolo e impotencia ante esa información.

En el discurso televisivo existen características básicas que lo definen: la multiplicidad, la fragmentación, la heterogeneidad y la continuidad.⁵⁷

La multiplicidad se refiere a la diversidad de palabras a la hora de transmitir la información: frases como asalto bancario, más sobre, ojalá y de verdad, decomiso récord, y vaya mala fortuna, momentos de angustia, volvió

⁵³ Betteini, Gianfranco. Producción, Significante y Puesta en Escena. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P.41 y 42.

⁵⁴ Ahumada Barajas, Rafael. Análisis de la Imagen Televisiva. Textos de Ciencias Políticas. UNAM, Campus Aragón, 1999. P. 37

⁵⁵ Betteini, Gianfranco. Producción, Significante y Puesta en Escena. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P. 77

⁵⁶ Baggaley, Jhon P. Análisis del Mensaje Televisivo. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982. P. 103

⁵⁷ Zunzunegui, Santos. Pensar la Imagen. Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen, Madrid, 1992. P. 208

la violencia, vientos de guerra, momentos dramáticos y, sin duda, la impunidad; son sólo parte de las tantas frases que Guillermo Ortega utiliza para dar las notas rojas y brindarles un énfasis mayor de importantes.

La división de información podemos interpretarla en el momento en que Guillermo Ortega da la cabeza de la nota roja, sigue el reportero y vuelve nuevamente el titular a dar un breve comentario de la misma. Existe pues una fragmentación de la pesquisa.

Por otra parte, la heterogeneidad se presenta cada vez que el presentador enseña la nota y utiliza un lenguaje que puede leerse en las imágenes. Hay similitud en el lenguaje y la imagen.

La continuidad se aprecia cada vez que una nota roja produce mucha información y es necesario dividirla en dos o más partes pero siempre con una secuencia justificada y elocuente. Por ejemplo: cuando sucedió lo del bombardeo contra Irak la información era tanta que de una nota se formaron tres o cuatro, por aquello de lo que ocurría, las reacciones de diversos países, los comentarios y aclaraciones de los involucrados y la indagación hecha por parte del corresponsal, respecto a la situación externa del conflicto.

Sin embargo, es de suma importancia lo que significa la presencia del titular al frente del noticiario. En cuanto al tónico del orador se puede resaltar que:⁵⁸

La expresión de su rostro puede conmover, como ya se ha visto anteriormente, y Guillermo Ortega si lo sabe utilizar, pues su actitud puede ser desde un gesto de ternura hasta de coraje o impotencia.

Si tienen un aspecto desarreglado pueden desvirtuar el efecto del discurso. La presencia impecable es algo que no se pelea en ninguno de los dos presentadores objetivos de nuestro estudio pues siempre se presentan con traje y corbata a no ser por aquellos días en los que es viernes y su atuendo sigue siendo presentable pero un poco menos informal.

El tono de voz debe ser agradable; por otra parte, una voz agradable pero sin ademanes está vacía. Una voz sonora y potente subyuga. Acompañar la voz con gestos y ademanes oportunos es contundente, siempre y cuando los gestos y ademanes no sean exagerados y ridículos. La gesticulación ha de ser natural, digna y expresiva, acorde con la palabra.

En ocasiones este último punto lo remarcan demasiado al dar pie a una nota o en la misma información. Palabras como grave, clandestino, peligro, imprudencia, dramáticas, misteriosa, impresionante, amenaza, violentos, tremendo, intenso, hallazgo, irresponsable, terrible, masacre e imprudencia, son dichas con un tono molesto y muchas veces dramático acaparan el miramiento del espectador y eso despierta el morbo por continuar frente al televisor para saber qué va a pasar.

Por ejemplo: el 12 de enero de 1999 se dio la noticia de una explosión en la merced. Palabras como alarma, explotó, clandestino, heridos, tragedia y detenidos, acompañan a la información de la nota. Otro caso sucedió el día 21 del mismo mes, cuando se presentaba la noticia de un contratiempo en una avión que no terminó en avionazo pero sí utilizaron palabras como: momentos dramáticos, fuerte turbulencia, golpes, contusiones.

Cada vez que el titular se dirige a su auditorio, usa frases como: y a propósito de y no pierda de vista. Únicamente con el propósito de no permitir a su público distraerse en interesarse en la siguiente información. Basta ver los avances y darnos cuenta que tratan de usar encabezados atractivos, "porque las telenovelas y los programas cómicos traen mucha audiencia; si en los avances nosotros logramos interesar a la gente, es muy probable que se quede con nosotros todo el tiempo a ver El Noticiero", asegura Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero.⁵⁹

Enseguida veremos qué lugar y cuánto tiempo determinan a este tipo de notas y detallar un poco más acerca de si es un gancho televisivo o no.

⁵⁸ Doelker, Christian. *La Realidad Manipulada*. Colección Punto y Línea. Editorial Gustavo Gili, S.A. México, 1982. P. 105

⁵⁹ Entrevista realizada el 30 de junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

3.2.3 UBICACIÓN EN EL NOTICIERO

El determinar cuál es la nota que pasará en el tisserat del noticiario y en los avances debe ser una decisión congruente e inteligente pues de ello mucho depende el “pegue” que se tenga para con el auditorio.

Asimismo, el contenido del mismo debe considerarse tomando en cuenta que de ello se valen para obtener la final decisión del público por enterarse de los hechos con determinado noticiario. Lo importante es no dejar caer el espacio informativo y llevarlo con cierto ritmo.

El Noticiario comúnmente presenta en el tisserat notas con mayor impacto. Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiario, asegura “en el tisserat, en los avances o en las idas a comercial utilizamos encabezados atractivos para que las personas se mantengan en nuestro canal. Estoy hablando de usar creatividad e ingenio. Tienes que ingeniártelas para que la gente se sienta atraída hacia la información que les presentas en un encabezado que no es más que un renglón. Se puede hacer de manera burda o inteligente”.⁶⁰

Así pues, las notas debe superar al encabezado que se les da, algo que comúnmente no sucede pues nos dicen “Bombazo en la sede del Super Tazón” y lo que presentan son imágenes de un edificio intacto, con poca gente caminando cerca; además, la información dice amenaza de bomba. Esto ayuda a la pérdida de credibilidad del noticiario pues uno piensa que las imágenes transmitidas serán escombros de un inmueble y gente herida. Situación a la que los noticiarios nos han acostumbrado. Esta nota El Noticiario la presentó el 28 de enero de 1998.

Por lo regular, las notas rojas nacionales son distribuidas a lo largo del noticiario y las internacionales se transmiten en un bloque casi al final de la transmisión. Algo de que El Noticiario tiene es que casi no dedica tiempo a notas del mundo, es muy poca la importancia que le dan a no ser que sean sucesos de gran relevancia en todo el mundo como sucedió con los ataques en el Golfo Pérsico.

El día con mayor número de notas rojas fue el 2 de diciembre de 1998, ese día se presentaron 5 notas rojas nacionales y 3 internacionales.

El día con menor número de notas rojas fue el 20 de enero de 1999 con 0 notas rojas. Sin embargo, dos fue el número de notas rojas predominantes en varios días tales como 4, 8, 11, 15, 21, 29 y 31 de diciembre de 1998, así como el 4, 7, 15, 22, 25, 26 y 27 de enero de 1999. Esto con un promedio del 100% nacionales.

Por otro lado, fueron cinco días dentro de los dos meses de estudio que El Noticiario presentó una nota roja en primer lugar. Dichas notas fueron:

❖ Ataques contra Irak	⁶¹	16 de diciembre 1998
❖ Ataques contra Irak ⁶²		17 de diciembre 1998
❖ Ataques contra Irak	⁶³	18 de diciembre 1998.
❖ Muertos por el frío intenso ⁶⁴		5 de enero 1999.

⁶⁰ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

⁶¹ Notas manejadas como gancho debido a las imágenes de gente sufriendo, cuerpos sobre el suelo, soldados disparando, gente corriendo despavorida, etc.

⁶² Ídem

⁶³ Ídem

⁶⁴ Ídem

En deducción, se puede comentar que las notas rojas que ocuparon el primer lugar tuvieron que ver con muertes, ataques y sufrimientos causados tanto por desacuerdos políticos como hechos de la naturaleza. Noticias que llegaron a tocar las fibras del corazón de la gente que en esos momentos veía el televisor.

Por otro lado, dentro de los dos meses de estudio, fueron presentadas notas rojas a lo largo de la emisión, entre las que se encuentran en orden ascendente:

❖ Venta ilegal de cohetes	3
❖ Avionazos	4
❖ Cifras de índices delictivos y saldos	5
❖ Choques y volcaduras	9
❖ Operativos	9
❖ Incendios y explosiones	13
❖ Asaltos bancarios y a personas	15
❖ Accidentados y heridos	23
❖ Muertos	29
❖ Enfrentamientos, peleas	41

Tal parece que los muertos y enfrentamientos son elemento esencial en El Noticiero, comúnmente este tipo de notas se presentaron dentro de las 20 primeras notas. Seguida por diferencia de seis, encontramos los accidentes por fuego, o sucesos naturales como bajas temperaturas y terremotos.

Todo lo contrario, las notas relacionadas con cifras y venta ilegal de cohetes no obtuvieron más de 5 y 4, respectivamente, al menos estos dos meses, ya que sólo ocuparon una minoría dentro del espacio informativo.

A excepción del día 20 de enero 1999, no hubo día en que por lo menos 2 El Noticiero presentara notas rojas. Un promedio entre 2 y 8 fue el número de notas rojas presentadas durante el tiempo de estudio.

Si se toma en cuenta que un promedio de 30 notas son presentadas en una emisión normal de El Noticiero, 8 significan una cuarta parte y un poco más de la emisión dedicada a nota roja. Esto de acuerdo al criterio subjetivo tomado desde nuestro punto de vista en donde tomaremos como nota roja aquellas noticias empapadas de hechos violentos y llenos de sangre, hechos de índole delictivo o de inmiscusión en la vida privada de personajes públicos.

En el siguiente apartado, daremos cuenta del tiempo ocupado por la Nota Roja en el espacio informativo El Noticiero con mayor detalle.

⁶⁵ Ídem

3.24 EL TIEMPO EN EL NOTICIERO

Por ahí dicen que los medios de comunicación transmiten y depende de cada uno de nosotros decidir. Realmente eso es cierto. Sin embargo, la información de nota roja que emiten saben usarla adecuadamente para despertar el morbo de la gente.

Hemos visto hasta este momento la importancia que existe en la transmisión de imágenes y texto dentro de las notas rojas. Así pues, un factor considerado como importante es la duración de la noticia al aire.

En ocasiones podremos encontrar notas con poca información y mucha imagen y viceversa. El tiempo es un elemento determinante en la nota roja ya que es considerable que el tiempo de violencia transmitida depende para atrapar al televidente y mantenerlo frente al televisor en espera de más información.

Esto es aceptable puesto que las personas de los noticieros tienen amplio conocimiento de que el contenido de su programa es totalmente influyente, además de haberse convertido en una cosa normal en nuestra vida cotidiana.

El psicólogo David Reyes, docente e investigador social, opina al respecto "los noticieros son una fuente de manipulación porque su función original es la de informar cuál es la realidad de lo que está pasando y su realidad es manipular lo que quieren informar. Pensaría que los noticieros son un entretenimiento de manipulación de la información".⁶⁶

Resulta quizá duro pero cierto el comentario del psicólogo. Se cree que la manipulación de la información es de tal forma por la manera como van a transmitirla porque eso de esconder información ya no existe.

Algunos suelen ser más alarmistas que otros y dedicar mayor o menor tiempo en el espacio informativo de acuerdo a cómo se transmite la nota.

Con respecto a la nota roja, es una información que se presta demasiado para atrapar al televidente y según Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, "si hay presencia en un grado mayor de nota roja o de ese tipo de información en los noticieros es porque ocurren más que antes".⁶⁷

El grado de violencia ha incrementado sus índices en los últimos años, más no se considera excusa o pretexto para darle mayor impacto a una nota al transmitirla por más tiempo del debido.

En un espacio normal de El Noticiero que duraba cerca de 60 minutos, la tercera parte de su tiempo la ocupaba en nota roja, eso habla de 20 minutos aproximadamente y el resto a informaciones de política, deportivas y financieras, entre otras.

El mayor tiempo ocupado en El Noticiero referente a notas rojas fueron para temas como venta ilegal de cohetes (2 de diciembre de 1998 - 2 minutos, 45 segundos, 39 centésimas); temblor en Colombia (27 de enero de 1999 - 2 minutos, 33 segundos, 20 centésimas); disturbios en la Cámara de Diputados (14 de diciembre de 1998 - 2 minutos, 15 segundos, 40 centésimas).

Se pudo apreciar a gente corriendo por salvar sus productos, gente llorando por las grandes pérdidas y hombres golpeándose y jaloneándose bruscamente. Imágenes llenas de golpes, llanto y jaloneos. En una palabra: violencia.

⁶⁶ Entrevista realizada el 1° de Mayo de 1999 en la Universidad del Valle de México, Campus San Rafael.

⁶⁷ Entrevista realizada el 30 de Junio de 1999 en Televisa Chapultepec.

En contraparte, con menor tiempo de transmisión la ocuparon temas como bombardeos contra Irak (26 de enero de 1998 – 16 segundos, 23 centésimas); explosión en Puebla (9 de diciembre de 1998 – 17 segundos, 28 centésimas); choque en Jalisco (19 de enero de 1999 – 17 segundos, 90 centésimas).

Notas referentes a ataques, fuego y accidentes son de menor duración debido quizá a las pocas imágenes que pueden facilitar el gancho del morbo del televidente que ve noticias.

Así pues, entre 2 minutos, 45 segundos 39 centésimas y 16 segundos con 23 centésimas es el tiempo promedio en el que El Noticiero abarca notas rojas proporcionando el mayor tiempo posible entre imágenes y texto. Retomando así, lo que ya se mencionaba en el apartado anterior, una cuarta parte y un poco más de la emisión es dedicada a nota roja.

CAPITULO 4 LA COMPETENCIA EN LA TELEVISIÓN.

Los medios electrónicos de comunicación tienen una gran variedad y diversidad de información, podemos ver espectáculos, política, la vida social, ciudad, finanzas, deportes, nacionales, internacionales y, por supuesto, Nota Roja. Variedad, veracidad, oportunidad y claridad es lo que siempre se busca ofrecer al transmitir la información. Todo con el único, firme y escondido propósito de ganar auditorio, lo que es igual a tener el mayor número de rating.

El rating nos da cierta idea de si está bien lo que se hace, aunque hay otras medidas no es la única. La competencia no es sólo entre empresas (llámese TV Azteca y Televisa) sino es de todos los que en ese momento se encuentran en el medio.

Toda sociedad ve de un determinado modo predominante y diseña o presenta visualmente según de terminadas conveniencias. Asimismo, representa icónicamente aquellos objetos que ya han consultado previamente como signos en el seno de su cultura no refiriéndose, mediante la reproducción, a una naturaleza que es de un modo determinado, sino a un sistema semántico que ya ha articulado culturalmente a la naturaleza.¹

Como es sabido, el público suele ser exigente en el sentido de querer veracidad en la información, la cual sería bueno si se presentara tal y como ocurre, sin ponerle nada de la cosecha del reportero o del presentador de noticias.

De acuerdo con Santos Zunzunegui, en su libro *Pensar la Imagen*, comenta que "en la información televisiva, que parece confrontarnos en la realidad del mundo natural, es necesario la figura de un intermediario que realice la operación de guiar nuestra confrontación con aquél. Como si el mundo fuese algo en lo que sólo pudiéramos introducirnos de la mano de alguien que detenta un saber y en el que somos capaces de depositar una confianza".² Ganado con trabajo objetivo, verdadero y sin más ni menos información de la debida, porque no se trata de hacer un espectáculo de la noticia de color.

Sucede que los medios de comunicación electrónicos, en especial la televisión, han pretendido explicar la realidad e imponer modelos de conducta social a través de la violencia, el sexo y las drogas.

Lo que deberían de hacer es asumir su propia responsabilidad en el impacto que tiene la difusión de sus programas, más allá de sus fronteras y pugnar por resaltar los aspectos positivos de la sociedad, más que de los negativos. Cosa que es natural ver en los noticieros nocturnos, últimamente.

El peligro singular de la televisión como medio es la intensidad de su impacto sobre el televidente. Esto surge de la vivacidad de la imagen, que es un vehículo inmensamente más poderoso que las palabras. Toda televisión es publicidad subliminal que el espectador registra continuamente en su mente, algunas situaciones que puede no comprender que ha visto: las mujeres siempre en la cocina, los negros siempre como marginados, etc.³ Algo ya establecido por la sociedad misma.

Cada mensaje puede implicar diversidad de mensajes simultáneos; diversos marcos de referencia y grupos de pertenencia; distintas conNotaciones y deNotaciones; múltiples factores influyentes y determinantes tanto en el emisor como en el receptor; complicadas formas de retroalimentación directa o indirecta; diversos lenguajes, códigos, símbolos y signos.⁴

¹ Bettetini, Gianfranco. *Producción, Significante y Puesta en Escena*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977. P.33

² Zunzunegui, Santos. *Pensar la Imagen*. Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992. P. 214

³ Baggaley, John P. *Análisis del Mensaje Televisivo*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982. P.134

⁴ García, Silberman Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P.124

De acuerdo con el libro de Sarah García "Medios de Comunicación y Violencia", en los códigos visuales, Barthes distingue 3 mensajes:

- ❖ Lingüístico o literal que puede tener 2 funciones: de anclaje o relevo.
- ❖ DeNotativo que está constituido por la composición plástica, la abstracción de cada componente y la descripción de los objetos.
- ❖ ConNotativo que corresponde a todos los significados posibles del contenido y la interpretación de los elementos presentes. Es un mensaje compuesto; simbólico y cultural.

Es importante aclarar que la realidad que presentan los medios de comunicación no corresponde a la verdadera; entre otras razones, por la fragmentación de la información que se transmite, cuya consecuencia es que los receptores perciban como independientes hechos vinculados y viceversa, lo que impide efectuar una interpretación adecuada.⁶

Lo que pocos investigadores y muchas empresas de medios de comunicación quisieran hacer creer al auditorio es: nada está más lejos de la verdad, vender la idea de que todo es tal cual lo presentan. Más bien reflejan nuestro modelo cultural y nuestro sistema de valores. Uno de tantos que hay de moda es la violencia que existe en la sociedad y en la televisión así lo refleja, incluso agranda, ya que los niveles de audiencia son más elevados ante las informaciones morbosas que expresan la maldad de los hombres.⁷

Basta recordar el éxito que tuvieron programas como "Ciudad Desnuda", "Duro y Directo", "Fuera de la Ley", "Ciudad Urbana" y, actualmente, "Primer Impacto" y "Metrópolis".

Acertado es decir que, mientras numerosos y diversos sectores sociales coinciden en su preocupación por el alarmante incremento de la violencia urbana y en la necesidad de frenarla, algunos medios masivos aprovechan el aumento de acontecimientos para alimentar el contenido de sus programas con excelentes resultados en términos de rating y, por tanto, económicos. Se trata de medios impresos y electrónicos que han imitado y enriquecido el estilo legendario del periódico *Alarma*. La *Nota Roja* ha pasado de ser una sección de los periódicos a ocupar espacios en todas las secciones: política, económica, social, delictiva, nacional e internacional. Asimismo, ha dejado de ser una sección casi inexistente en noticieros de radio y televisión, y los ha invadido a tal grado que fue necesaria la recreación de "noticieros" específicos de la *Nota Roja*, como ya se ha mencionado. Todos ellos especializados en el espectacularo morboso del sufrimiento humano, de los cadáveres descuartizados, del suicidio grabado oportunamente, de las víctimas de los asesinatos individuales masivos, de tiroteos, de explosiones, etc.⁸

Con ello sólo buscan ganar la mayor demanda de preferencia. En el caso de la televisión, la demanda se mide por ratings. Un rating se establece con base en mediciones realizadas por empresas especializadas, las cuales determinan —a través de llamadas telefónicas o dispositivos electrónicos— el porcentaje del público que en un horario determinado observa cada una de las posibles alternativas en términos de canales y programas de televisión. Por tanto, los ratings más altos corresponden a los programas vistos por mayor número de personas. Ello conduce a que el tiempo dedicado publicidad en torno y durante tales programas puede venderse a precios más altos. De esta manera, al elevar su rating, un programa alcanza mayor éxito y, en consecuencia, acarrea mayores ingresos para la empresa.⁹

⁵ Ídem P. 127-128

⁶ Ídem P. 179

⁷ Sanmartín, José. *Violencia, Televisión y Cine*, Editorial Ariel, Barcelona, 1998. P. 137-138

⁸ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998. P. 327-329

⁹ Ídem P. 330

Al respecto, la periodista María Elena Hernández considera que "el afán de darle un toque de color a las Noticias, de hacerlas menos enfadosas y de atrapar la atención de un público medio analfabeta ha tenido como resultado más programas de entretenimiento"¹⁰

Los mensajes de la televisión compiten con medios impresos y sólo los individuos y publicaciones que ofrecen el mejor contenido y forma pueden resultar vencedor en la lucha.¹¹ Si en vez de mostrar materiales positivos los noticieros se concentraran, por ejemplo, en noticias negativas –gran parte con la intención de competir con otros programas que destacan situaciones como el crimen, la guerra y el hombre- pueden generar preocupaciones catastróficas en las personas.¹²

Debe tomarse en cuenta que, en las sociedades modernas, lo más importante pasa por las imágenes y a la representación. Si algo más ocurrió, debe haber sido presentado y visto en la televisión.¹³ Algo que es común visualizar en los noticieros es la redundancia, la cual existe siempre que la información es presentada al público a partir de 2 o más lugares. Un mensaje suele ser redundante si contiene más información de la que necesita. En términos de la teoría la información, puede reducirse la incertidumbre o número de posibilidades en dos o más formas. Todo esto implica que un mensaje más corto podría transmitir la misma información.¹⁴

En su estrategia de cambio, los contenidos noticiosos son un punto importante. Tal es el caso de Televisa que en mayo se reestructuró el área de noticias. "Habrá una nueva forma de llevar a las noticias, un nuevo ritmo y presentación", dijo Azcárraga Jean, quien también anunció el cambio de formatos en los servicios noticiosos de la empresa, que se acercaron a los de los programas noticiosos norteamericanos.¹⁵

Por su parte, la televisora del Ajusco vio que Hechos fue incrementando su sintonía entre la televidencia. El objetivo de TV Azteca para 1998 era alcanzar el 50 % de la tele audiencia. Gracias a esto el campo de la televisión en nuestro país fue un espacio de continuo movimiento y expansión.¹⁶

La llamada y muy conocida guerra de las televisoras se caracterizó por el criterio del mercado y los ratings y, se dejó absolutamente de lado todo aspecto relacionado con la cantidad de los contenidos.¹⁷ No tomando en cuenta que los medios son marco de referencia para determinar valores que siempre consulta el auditorio a la hora de elegir.

Respecto a ello, Aquilino Polaino, Catedrático de Psicopatología de la Universidad de Madrid, España, comenta "los medios que emplean la vista atraen tanto porque formulamos nuestro mapa cognitivo de donde emergen muchos pensamientos. Los medios impactan en el alma de nuestras representaciones mentales y de ellos se aprende poco pero se imita todo".¹⁸

Cuando sucedió la Guerra de las Televisoras se pensaba que sólo era una etapa; sin embargo, ésta se vio continuada en una fuerte competencia y concentrada en los índices de rating. Provocada ante el inicio de las contrataciones publicitarias del año 96 de los cuales Televisa quería conservar las rebanadas de siempre y TV Azteca una buena porción, se desató una lucha entre ambas empresas con grandes desplegados periodísticos y en

¹⁰ Audiffred, Miryam. Hacen de la tecnología la principal noticia. Periódico Reforma, Sección C. 11 de Enero de 1999. P. 1

¹¹ Turnbull, Arthur. Comunicación Gráfica. Editorial Trillas. México, 1990. P. 16

¹² García Sílberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P. 375

¹³ Ídem P. 387

¹⁴ Turnbull, Arthur. Comunicación Gráfica. Editorial Trillas. México, 1990. P.35

¹⁵ Alva de la Selva, Alma Rosa. La televisión en 1997: expansión y lucha de poder. Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Diez, Núm. 52 Enero – Febrero 1992. P. 16-20

¹⁶ Alva de la Selva, Alma Rosa. La televisión en 1997: expansión y lucha de poder. Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Diez, Núm. 52 Enero – Febrero 1992. P. 16-20

¹⁷ García Sílberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P. 422

¹⁸ Comentario realizado durante la conferencia "Autorrealización personal y medios de comunicación", dentro del Primer Congreso A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación, 21 y 22 Abril, 1999.

contronantes declaraciones. La guerra aún no termina pues la batalla por el rating se ha visto continuada. Es fácil Notarlo al ver tantos cambios de horario y ampliación de tiempo al aire de uno y otro noticiario nocturno.¹⁹

Parte importante y elemental en ese sube y baja es el televidente quien finalmente busca opciones y decide a quién darle la preferencia. Diversidad de programas, no sólo noticias, es lo que encontramos al realizar un viaje a través de la caja mágica; sin embargo, hay que reconocer que Enrique Krauzze tiene mucha razón al comentar que "hoy los medios de comunicación son libres, el verdadero cliente es el público quien da su voto diario, prueba y elige".²⁰

Pues de acuerdo con el periodista y economista, Francisco Báez, "el objetivo real de la mayoría es lograr el máximo rating y capturar audiencias, porque la cosa es clara: la televisión es un negocio".²¹

Así pues, los noticiarios son, junto con las telenovelas, los programas favoritos de los telespectadores. Esto quizá por su contenido que suele ser opuesto: en las telenovelas vemos el mundo color de rosa que muchos desearían tener y en las noticias vemos dolor ajeno y desgracias que despiertan el morbo de cada persona que mira el televisor.

Los medios de comunicación masivos se caracterizan porque introducen en las diversas capas sociales pautas de comportamiento y de consumo.²² Esto es válido ya que cada medio tiene la capacidad de libertad de expresión, la cual es un derecho fundamental que protege la emisión por cualquier medio de ideas, opiniones y juicios de valor; la libertad de información es un derecho fundamental que tutela la investigación, el tratamiento y la difusión de hechos y datos de carácter noticioso.²³

El contenido de la libertad de expresión puede consistir en reflexiones o comentarios sobre ideas generales, o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos. Llámese desgracias, política, deportes y/o espectáculos.

Las características de los diversos medios hacen que los significados adquieran sentidos diferentes. La información presentada permite al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción.²⁴

La información es una función pública; nadie debe informar sino es para satisfacer el derecho de los individuos a recibir información veraz, completa y objetiva. Cosa que no toman muy en cuenta los noticiarios actualmente debido a que su única o por lo menos la preocupación más importante sea la de obtener mayor número de rating.²⁵

De acuerdo con Umberto Eco, en el momento en que yo dirijo a alguien una palabra, un gesto, un signo, un sonido para que conozca algo que yo he conocido antes y deseo que él conozca también, me baso en una serie de reglas, hasta cierto punto estipulados que hacen comprensible mi signo.²⁶ Y dentro de los noticiarios deben ser las noticias verdíficas y objetivas, sin datos inventados, ni aumentados.

La desinformación es el ejercicio de la mentira: se engaña para mantener el poder, llegar a él o querer más. Cada vez más, los noticiarios escalan peldaños más importantes e incluso llegan a desbancar a películas y

¹⁹ Alva de la Selva, Alma Rosa. Entre la crisis financiera y la guerra de los ratings televisivos. Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Once, Núm. 57 Enero - Marzo 1999. P. 7-10

²⁰ Comentario realizado durante la conferencia "Cultura Constructiva y Comunicación", dentro del Primer Congreso A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación. 21 y 22 Abril, 1999.

²¹ Fernández, Villaseñor. Emisión de Nota Roja en Televisión. Nuevo Siglo, Año 4, Núm. 206. 4 de Febrero de 1996.

²² González Alonso, Carlos. Principios Básicos de Comunicación. Editorial Trillas. México, 1992. P. 21

²³ García Silberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P. 203

²⁴ Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas. Editorial Trillas. México, 1990. P.15

²⁵ Villanueva, Ernesto. Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México. UNAM. México, 1998. P. 35

²⁶ Eco, Umberto. La Estructura Ausente. Editorial Lumen. Barcelona, 1972. P. 16

espectáculos. A pesar de ello, la mitad de las personas que encienden el televisor lo hacen aún con el afán de entretenerse, no para informarse, y al final para aprender.²⁷

Lo malo es que se está volviendo normal presenciar mucha violencia dentro de la programación televisiva, en especial de los noticiarios. Los conductores critican, por un lado, la violencia cuando se refieren a hechos delictivos como robos o asesinatos, mientras que por otro lado se le enaltece en series y películas como vía óptima, si no única, para triunfar.²⁸

La difusión en el ámbito masivo requiere pensar en grupos y no en individuos porque prácticamente será imposible emitir mensajes pensando en función del deseo de cada quien, porque todos los hombres tenemos diversas cualidades e inquietudes.²⁹ El libre ejercicio del periodismo obliga a pensar y a dirigir mensajes de una manera más comprensible para la mayor parte de los receptores; dicho de otro modo, pensar en dirigir esos mensajes a grupos humanos.³⁰

Lo que deben de tener en cuenta siempre cada vez que se presentan las Noticias dentro del noticiario es que la tergiversación de los hechos produce desconcierto y desconfianza en el público. Cuando se descubre falsedad o engaño deliberado, el prejuicio se vuelve contra la institución periodística y contra el periodista: ambos caen en el descrédito. Y por supuesto pierden audiencia, credibilidad y rating.

De acuerdo con Vicente Leñero, el periodismo se deforma al presentar hechos sin contexto, como si el acontecer social fuera nuevo cada día o cuando, aún dándole contexto, se subrayan más los datos secundarios que los fundamentales.³¹

El personaje principal en estos casos es el conductor o presentador de las noticias quien participa como intermediario, con quien se anuda el contrato enunciativo que garantiza el funcionamiento del discurso televisivo.³²

El conductor o presentador de noticias es quien hace el programa, quien le pone su sello y personalidad, y generalmente, quien determina el éxito y permanencia del mismo.³³ Basta renombrar a Javier Alatorre o Guillermo Ortega Ruiz.

Tales personajes de pantalla constituyen el primer contacto en el público y como ellos encauzan una parte importante del contenido del programa, creemos que son quienes lo conducen. Son responsables de comunicar información o comentarios y lo hacen a veces en secciones o en toda la emisión, en ocasiones durante un control remoto o la transmisión de la llamada telefónica de un reportero o el comentario del analista. Conducen el programa para un público masivo que los sigue y los reconoce por lo que debe estar conciente del peso de su papel ante las cámaras de televisión.

²⁷ Riva Palacio, Raymundo. Cultura Política. Medios de Comunicación y Periodismo en México. Año Once, Núm. 57 Enero – Marzo 1999. P. 21-27

²⁸ García Sílberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P.309

²⁹ Lomelí, Rodríguez, Raúl. Libertad de Difusión Masiva. Editorial CONACULTA. México, 1986. P. 43

³⁰ Ídem P.66

³¹ Leñero, Vicente. Manual de Periodismo. Editorial Grijalbo. México, 1996.P. 32

³² Zunzunegui, Santos. Pensar la Imagen. Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992. P.215

³³ Televisa. Espacio 98. Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. México, 1998. P. 151

4.1 LA NOTA ROJA COMO GANCHO TELEVISIVO

Objetivo principal de los noticieros es el televidente que, como ya se ha visto, está propenso a recibir todo tipo de información que le es presentada. Llamado también receptor de los medios electrónicos (radio y TV), no tiene arbitrio sobre los mensajes que recibe: es un destinatario o relativamente pasivo del mensaje y siempre está sujeto a escuchar información que no escoge y que frecuentemente se le clasifica con intercalamiento de anuncios comerciales que no busca.³⁴

Asimismo, el espectador es un activo procesador de la información que recibe, es quien finalmente interpreta al mundo basándose en determinados antecedentes socio-culturales y en su personalidad, que crea un criterio para la recepción de las emisiones televisivas que los titulares se encargan de transmitir.

El individuo reconstruye sensorialmente todos los elementos que forman su contexto (físico y psicológico), y la forma en que exterioriza su medio ambiente es a través de representaciones, por lo que el hombre, como ser social, nunca está frente a lo real, sino ante representaciones construidas de acuerdo a la formación social del que reconstruye y a la interpretación que se hace de los hechos, acontecimientos y objetos.³⁵

En el caso de la Nota Roja percibe imágenes tan sangrientas que despierta su morbo y/o curiosidad por saber qué va a pasar después y es ahí en donde las televisoras luchan por ganar la preferencia del público; saben que las desgracias ajenas, la sangre y los golpes es algo que se vende demasiado bien como para tenerlo dentro del contenido de su programación. En cuanto a los noticieros, la Nota de color, es un recurso que les ha servido como gancho televisivo. Medio que justifican al decir que mientras la violencia exista en las calles existirá también la Nota Roja en la información, pues ellos sólo presentan la realidad en que se vive más no inventan los sucesos.

Culpable en gran medida de que imágenes de sangre, golpes o dolor lleguen a los hogares es la cámara de televisión. La mirada a ésta por parte de un personaje instituye un ES A TI A QUIEN ME DIRIJO que apunta directamente hacia el espectador. Nos enfrentamos a un yo –el que mira y el que ve– que se figurativiza en un él –el que se hace ver y que mira hacia aquel que se quiere hacer que mire– mientras un tú –al que se hace mirar y es mirado pero no visto– es designado pero sin encarnar en ninguna figura.³⁶

Mientras el enunciador adquiere la apariencia fugitiva de un personaje, el enunciatario es identificado con un punto de vista ideal desde el que es posible mirar sin ser visto, lo que se constituye como OBSERVADOR ideal, como mirón a cubierto de cualquier interpelación real.³⁷ Y entre más imágenes sean presentadas mayor curiosidad despertará en el televidente y con mayor razón se quedará “prendido” al televisor, entonces se podrá decir que ha ganado puntos dicho noticiario.

Otro elemento clave para convencer al público de que sintoniza la mejor opción en noticias, veracidad, objetividad y primicias, son los gestos de la conversación que puntualizan o sustituyen frases enteras, los cuales se unen a los grandes gestos oratorios. Ejemplo perfecto resulta Javier Alatorre que cada vez que presenta noticias tiene un gesto de dolor, resignación o de coraje según sea la información.

En el caso de que los gestos y los tonos de voz no tuvieran un valor institucionalizado y formalizable, podrían ser interpretados como señales convencionales que orientan al destinatario sobre el código connotativo que debe emplear para descodificar el mensaje lingüístico; y por ello su función de SEÑALADORES DE CÓDIGO serían en todo caso de gran importancia desde el punto de vista semiológico.³⁸

³⁴ Leñero, Vicente. *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo. México, 1996. P.21

³⁵ Ahumada Barajas, Rafael. *Análisis de la Imagen Televisiva*. UNAM, Campus Aragón. México, 1999. P. 57-58

³⁶ Zunzunegui, Santos. *Pensar la Imagen*. Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992. P.123

³⁷ Ídem P.123

³⁸ Eco, Umberto. *La Estructura Ausente*. Editorial Lumen. Barcelona, 1972. P.21

La imagen de la figura en los medios de comunicación, en este caso en la televisión dentro de los noticiarios, puede hasta determinar la cantidad de atención que se les presta.³⁹ Por ejemplo, si los locutores y algunos personajes destacan que las soluciones pacíficas y legales son las correctas y adecuadas, el mensaje latente es que la fuerza se impone para lograr cualquier fin.

Al espectador le puede resultar indiferente en qué sentido es verdadera una historia, si ha sucedido realmente o si es inventada, siempre y cuando no queden implicados ciertos requisitos. Lo más importante es saber qué va a pasar con el muerto, con los asesinos, con el padre violador o con los asaltantes.

Un elemento de suma importancia que se involucra en la presentación de las noticias y que depende de ello si afecta o no en cierta forma al telespectador, es la proximidad a la realidad que se presenta en tres niveles:

- ❖ Ajuste: el acontecimiento representado se desarrolla tal como hubiera podido desarrollarse o se desarrolló en la realidad. La exacta observación de la realidad por parte del autor es un medio para aumentar la credibilidad. Comúnmente cuando se dramatizan o recrean la escena del delito.
- ❖ Tipificación: en vista de la complejidad de la realidad, una de las preocupaciones de todo elasicismo es la de lograr la representación de la realidad desprovista de cualquier tipo de elementos secundarios no esenciales y formular un mensaje de validez general de forma exagerada.
- ❖ Alienación: busca lograr un distanciamiento de la realidad conocida. Incluso utilizando el código de la imagen y del sonido reales, gracias a la escenificación es posible obtener un distanciamiento que de entrada permite comprender la realidad representada como ficción.⁴⁰

Las imágenes de televisión proporcionan una imagen del mundo a toda persona que se encuentra frente al aparato televisor, como ya se ha mencionado en varias ocasiones, el presentador de noticias es quien de cierta forma recibe la información primero que nadie y junto con el equipo de producción deciden qué se debe pasar y qué no funciona.

Todo esto queda referido y mejor explicado con la "Tuba de Schramm" que consiste en que sólo ciertos sujetos reciben el mensaje directamente del medio. Tales sujetos son considerados líderes de opinión y son ellos quienes transmiten, una vez filtrado, el mensaje al resto del mundo.⁴¹

Una de las características fundamentales de los medios masivos de comunicación es que los destinatarios de sus mensajes constituyen una masa. Y en el caso de la televisión, ésta ha convertido a los televidentes en seres insaciables: los llena de información sin dejarles tiempo para meditar y permitirles actuar sobre la realidad. Nuevamente se comprueba, la Nota Roja es un gancho que da buenos resultados ante la curiosidad de la gente y brinda mayor número en las tablas del rating. Cosa en específico que buscan los noticiarios.

La televisión no sólo propaga la realidad, sino que además, la moldea, genera y transmite de tal manera que aún existen muchas personas que creen que el mundo presentado por la televisión refleja el mundo real, cosa que va acompañada por la calificación o grado de importancia que le da el presentador de las noticias. Lo que comúnmente influye demasiado en el pensamiento de las personas.

Por ejemplo, el público que más se ve afectado ante los bombardeos de información sangrienta y de color presentada en la televisión son los niños quienes perciben las imágenes del mundo de los adultos de manera inexacta e incompleta.⁴² Actualmente, la televisión es cada vez más gráfica para representar la violencia que

³⁹ Baggaley, John P. *Análisis del Mensaje Televisivo*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982 P.22

⁴⁰ Doelker, Christian. *La Realidad Manipulada*. Colección Punto y línea. Editorial Gustavo Gili, S.A. México, 1982. P.128

⁴¹ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P.82

⁴² García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P.211

muestra en todo tipo de programas, sean noticias o ficción. De ahí que este exceso gráfico afecte de alguna forma a toda clase de espectadores.

Como se ha visto antes, los 2 principales consorcios de televisión en México son empresas comerciales cuyo objeto principal es económico. La meta es capturar el mayor número posible de televidentes sobre la competencia, a fin de poder obtener las mayores ganancias por medio de la publicidad, esto es, poder establecer las tarifas más altas para los anunciantes. Para lograr este propósito, deben transmitir programas que resulten atractivos para la mayor cantidad de público.

En términos prácticos y realistas, esto excluye la así llamada programación educativa o cultural. Los programas de acción y violencia atraen más público que los documentales científicos, la ópera o el ballet. Los consorcios han crecido y logrado enorme poderío económico transmitiendo lo que la mayoría de la gente quiere ver y escuchar. Será también que tienen acostumbrado al público a ver sólo violencia, hacerles pensar que solamente eso pasa en el mundo y nada más.

Los efectos de ver violencia Televisada dependerán del contexto específico en que se presenten y ésta cumple una función social dentro de los medios de comunicación: satisfacer y canalizar instintos violentos reprimidos de modo que no trasciendan de cada individuo y perturben la buena marcha social.

Lo cierto es que la violencia en la televisión influye sobre la conducta agresiva y ésta predispone al sujeto a ver cierto tipo de programas violentos o en dado caso sólo Notas de color más que sociales, de espectáculos, cultura o finanzas.

Es comprobado que las tragedias tienen mayor rating que otros acontecimientos: la muerte de la princesa Diana fue más atractiva que la boda de la infanta Elena; la matanza de Acteal más que los acuerdos de San Andrés. Se dice que los medios de comunicación suelen propagar con más eficacia a los valores perversos que los constructivos.⁴³

El mundo actual es complicado y vertiginoso. Bombardean a su público con anuncios, ofertas, informaciones, modas y distracciones desde las pantallas televisivas, pasando por el cine, hasta las páginas de las revistas. La violencia es muy eficaz y sirve como gancho televisivo a la hora de captar la atención, pero como cualquier otro estímulo, pierde su efecto en la repetición. Por eso, para seguir atrayendo nuestra atención, se incrementa la intensidad de la violencia hasta abandonar el mundo real y envolverse en una atmósfera surrealista que nos llame aún más la atención.⁴⁴ Entre mayor sea el número de imágenes sangrientas y llenas de golpes y sufrimiento ajenos mayor será el número de personas morbosas frente al aparato de televisión. Lucha de todos los días entre las dos televisiones con mayor liderazgo, aunque comúnmente no lo reconocen. ¿Pero quién va a reconocer algo malo si le está generando grandes ganancias monetarias?

Un papel importante en tal lucha fue el que jugaron, una vez más, los programas de Nota Roja, cuestionados por pocos pero vistos por muchos más. Aunque sustituyó la polémica serie "Ciudad Desnuda" por otra similar, TV Azteca demostró, según su director, que no le interesa ese tipo de competencia: "Veo con preocupación que Televisa está muy orientada a la Nota Roja y al amarillismo. Nosotros nos estamos moviendo en la dirección contraria", dijo Salinas Pliego, quien atribuye el mayor rating de noticieros de Televisa al manejo de dicho tipo de material.⁴⁵

Algo de que caracteriza a la televisión es su eficacia e inteligencia con la que domina, prepara y estimula a su espectador, al mostrarle escenas filmadas de motines anteriores; amplificado las voces de los agitadores; difundiendo las técnicas, indicando los lugares y transformando las normas. Asimismo, al revelar datos a los que no tendrían acceso fácilmente individuos peligrosos o de personalidad potencialmente inestable.

⁴³ García Silberman, Sarah. Medios de Comunicación y Violencia. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P. 427

⁴⁴ Sanmartín, José. Violencia, Televisión y Cine. Editorial Ariel. Barcelona, 1998. P.37

⁴⁵ Alva de la Selva, Alma Rosa. "Entre la crisis financiera y la guerra de los ratings televisivos". Revista Mexicana de Comunicación. Año Once / Núm. 57 Enero - Marzo de 1999. P.7-10

El periodista Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, considera que "hoy hay más competencia y, paralelamente, el ciudadano que enciende su televisor tiene opciones para escoger y se queda sólo con aquello que verdaderamente le convence. En Televisa, el cambio ha sido gradual, constante, responsable. Cuando se tiene en las manos un medio de tanta penetración, de tanta fuerza, como la televisión, sólo se puede actuar con responsabilidad".⁴⁶

Compromiso, lealtad, ética y honradez es lo que los noticieros hoy en día han olvidado al momento de realizar sus Notas de color; insisto, sólo les interesa cómo ganar audiencia. Aquí parece que el medio es lo de menos, lo importante son los beneficios que genere el morbo de la gente a través de sus modificaciones para ser "mejores" cada día.

Por ejemplo, una innovación de TV Azteca que su rival tuvo que copiar de inmediato fue, no sólo crear programas especiales de Nota Roja, sino recargar de información policíaca los noticieros normales.⁴⁷ Es común observar un asalto, un asesinato, choques, balaceras, operativos, golpes, sangre y dolor ajeno dentro de las emisiones nocturnas de los noticieros. La gente lo ve como algo normal que ocurre allá afuera en el mundo en el que vivimos. O al menos eso es lo que se les hace creer.

Realmente los programas de televisión, al margen de su género, transmiten una noción determinada de la realidad. Asimismo, presentan modelos a seguir (líderes de opinión) a los que los sujetos tienden a imitar, o con los que se identifican, en aspectos tan variados como el lenguaje, las actitudes, las costumbres, los hábitos, los estilos de vida y las formas de socializar y de resolver conflictos.⁴⁸ En los medios de comunicación, la violencia resulta, como ya se ha mencionado, cada vez más constante que una excepción.

En un sentido importante, aunque filosófico, todo medio informativo es persuasivo, ya que la información puede influir sobre los procesos psicológicos de una persona sólo induciendo algún cambio en ellas.⁴⁹ Y el determinismo de los medios de información sólo es posible mientras los usuarios estén bien adaptados: perfectamente dormidos.⁵⁰

La rápida popularización de la televisión entre la gente le ha conferido, al margen de otras virtualidades intrínsecas, un poder que viene dado no ya por el valor de medio de comunicación mismo, sino por la especial significación que la audiencia le presta.⁵¹

Sin duda, el efecto de una misma cosa, según la forma en que sea tratado, puede rebasar los ámbitos de la representación moral para pasar a los de representación violenta e incluso brutal. Todo ello explica el impacto subjetivo que la televisión ejerce particularmente sobre los espectadores poco preparados para conseguir una inmediata diferencia entre lo auténtico y lo amañado. Comúnmente es a la gente de bajos recursos quien no comprende en su totalidad lo que hay detrás de los mensajes televisivos, esto debido a su bajo nivel cultural. Es por eso que son la mayoría de los que viven engañados y creen que lo que se les dice y muestra en la televisión, llámese violencia, es la única verdad. Han logrado engancharlos.

Deben tomar en cuenta que otro sector de la población que está siendo severamente dañado son los niños pues la violencia en los medios de comunicación les enseña que el comportamiento al llegar adultos es violento.

La violencia en los noticieros está como una representación visual y gráfica de un acto de agresión física de un ser humano contra otro. Puede considerarse que, de acuerdo con los titulares de los noticieros, entre más violenta sea la sociedad mayor será el grado de presencia de Nota Roja dentro de las noticias.

⁴⁶ Comentario realizado durante Espacio Televisa de Vinculación Universitaria. Espacio98. En la ciudad de México, 1998.

⁴⁷ Cortés, Laura. "Las dinastías de la televisión" 1ª Parte. *Contenido*, Núm. 420. México, Junio 1998. P. 22-29

⁴⁸ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica. México, 1998. P. 212

⁴⁹ Baggaley, John P. *Análisis del Mensaje Televisivo*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982. P. 198

⁵⁰ Marshall y McLuhan, Eric. *Leyes de los Medios*. Alianza Editorial Mexicana. México, 1990. P. 141

⁵¹ Vázquez y Medín García, Félix. *Televisión y Violencia*. TVE, Servicio de Información, 1996. P.12

La anarquía en la presentación de noticias ha sido la principal característica de los sistemas informativos de las dos empresas que, como en repetidas ocasiones se ha señalado, hacen de la información una mercancía donde la especularidad y la frivolidad son lo más importante.

Respecto a ello Alejandro Ramos, director de El Financiero, considera que "los noticieros de televisión ven la competencia como un negocio con poca credibilidad; son como show business".⁵²

Por su parte, Bernardo González, sub-director del Uno Más Uno, comentó "la competencia entre los medios es feroz, canibal, todos hablan de todos".⁵³ Es un juego en el que no se vale perder pues, el que lo haga tendrá como consecuencia menor credibilidad y preferencia de parte del público televidente. Y por supuesto menores ganancias económicas.

Es por eso que prefieren presentar hechos catastróficos en vez de abrir espacios a analistas, programas de entretenimiento con calidad y utilizar los distintos géneros periodísticos sin caer en el amarillismo y/o sensacionalismo como gancho televisivo. "Cuando las televisoras se vuelven amarillistas queda el ciudadano a merced de la desinformación", asegura Javier Hidalgo, partidario del PRD.⁵⁴

Lo que hasta la fecha han logrado únicamente con el exceso de Nota Roja dentro del contenido de los noticieros es incitar al televidente a ver este tipo de Notas como algo normal en nuestro mundo, lo que genera la pérdida de su sensibilidad ante el sufrimiento y las desgracias. Podrán enterarse de las noticias a la hora del desayuno, de la comida o de la cena, de todos modos las percibirán de la misma manera: sin sentimiento alguno más que el despertar del morbo.

Lo que debería suceder es que la información tomara un papel, en donde ésta se apreciara de tal forma que, el ver Nota Roja constante en el noticiero que se acostumbra ver, no se vuelva una necesidad por saber qué pasó con los moribundos, los delincuentes o la muchacha violada. Si no todo, lo contrario, estar enterados sin morbosidad pero con la intención de saber qué sucede allá afuera.

⁵² Comentario realizado dentro la 2ª Semana de Comunicación El Comunicador y su Responsabilidad Social, en la conferencia "Prensa escrita y responsabilidad social", UNAM; ENEP Acadán, México 1998.

⁵³ Ídem

⁵⁴ Ambríz, Agustín; Cabildo, Miguel. "Para alimentar una audiencia creada por ellos mismos, Televisa y TV Azteca incitan a la violencia y nutren el miedo colectivo." Proceso, Núm. 1096, México 2 de Noviembre de 1997.

4.2 HECHOS Y EL RAITING

Hechos de la noche tiene 6 años de vida en los cuales se ha realizado hasta lo imposible por mantenerse a la alza. Algo que por supuesto no ha sido un camino fácil. Su competencia más cercana (Televisa) ha tratado de estar siempre a la vanguardia con el mismo propósito que TV Azteca: mantenerse en el primer lugar de preferencia entre los televidentes. Muchas veces, lamentablemente, a costa de lo que sea.

Ricardo Salinas Pliego, Presidente de TV Azteca, declaró que "la audiencia acepta o rechaza de acuerdo a su sentido común. Los medios de comunicación estamos para servir y hay un esfuerzo permanente para ser mejores".⁵⁵

Si ser mejores incluye emitir violencia extrema en el contenido de sus programas, en especial en sus noticiarios, se debe considerar que han hecho una gran labor. Pero si por otra parte se dieran cuenta del mal que transmiten al brindar violencia excesiva convertida en amarillismo, la opinión sería contraria.

Sergio Sarmiento, Director de Noticiarios de TV Azteca, declaró estar convencido de que la presentación de la violencia cotidiana en la ciudad de México y en otras ciudades del país, en un medio tan poderoso como la televisión, no la fomentará más sino por el contrario, enfrentará a los mexicanos con su realidad".⁵⁶

Una realidad que día a día se vuelve más violenta, lo que genera mayor presencia de la misma en los noticiarios, situación lógica que ayuda al incremento del rating del espacio informativo. Siempre sale a flote el morbo de cada persona por conocer cómo asesinaron a fulanito, si capturaron al violador o si hubo sobrevivientes en un terremoto o incendio y cómo quedó.

Parte importante para obtener el mayor número de rating es el presentador de las noticias que, como ya se mencionó en capítulos anteriores, llevan a cabo una labor tan buena como para preocuparse por no perder la simpatía y credibilidad ganada cada noche.

En el caso de Hechos de la noche, Javier Alatorre ha tenido el gran mérito personal de cambiar un estilo de presentar noticias que, desde luego, ha ido mucho más allá de los gritos que lo caracterizan al inicio de cada emisión y en los cortes del noticiario: "Esta noche en Hechos" y "cuando regresemos". Se puede decir que inauguró un estilo estentóreo que sus críticos dicen que parece de voceador más que de noticiero.⁵⁷

El titular de Hechos de la noche comenta "desde hace seis años que salió el noticiario, tuve la idea de la competencia y con el objetivo de ganar porque partíamos de cero. El trabajar en los mismos espacios y horarios con personajes como Jacobo Zabloudovsky o Guillermo Ortega Ruiz era algo muy bueno para mí. Pero si compites pensando en acabar con el otro, desperdicias demasiada energía; además la televisión y los medios en general hemos cambiado mucho".⁵⁸

Con el tiempo el concepto de trabajo va cambiando y el oficio del periodismo se convierte en un privilegio y eso sólo se aprende con el paso del tiempo y la experiencia. Importante es reconocer que la televisión es muy intensa, divertida y seductora, por lo tanto, muy fácil de convencer al auditorio y estar en su casa.

⁵⁵ Comentario realizado durante la conferencia "Visión y Misión de los Medios de Comunicación", durante el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación en Abril de 1999.

⁵⁶ Comentario realizado durante el Primer Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación en Abril de 1999.

⁵⁷ Cortés, Laura. Las dinastías de la Televisión. *Contenido*, 420. México, Junio 1998. P. 22-29

⁵⁸ Mari Carmen Tudón J. *TV Show*, Año 1, Número 04, Julio 31, 2000.

"La libertad de expresión es muy diferente a la de hace 20 años, es algo que se construye cada día. Ya que el papel del comunicólogo es de compromiso y responsabilidad porque nos debemos a la sociedad, ella le da sentido a lo que hacemos", opina Pablo Latapí, presentador de noticias de TV Azteca.⁵⁹

Y tiene mucha razón, sólo que hay veces que no llevan a cabo lo que saben sino al contrario, se preocupan más por el rating y su competencia que por otra cosa.

Javier Alatorre, titular de Hechos de la noche, considera que "la competencia debe ser hacia adentro por un mejor periodismo, riguroso y creativo, y en ese sentido es un juego en el que todos ganamos; en la medida en que los noticiarios, tanto en Azteca como en Televisa, sean mejores. Así que no se puede perder energía dando codazos".⁶⁰

No se puede perder el tiempo en ello, más sin embargo, lo hacen sólo que son muy cuidadosos en ello. Sólo basta con recordar la Guerra de las Televisoras.

En los últimos meses hemos visto cambios en Hechos de la noche que van desde su imagen, escenografía, horarios y lugares de transmisión. Lo que definitivamente no cambia es su forma tan "característica" de informar a la gente.

Todo ello ha contribuido o mejor dicho, va dirigido para no perder su rating sino todo lo contrario. Al parecer, la competencia los hace siempre mejorar, estar a la vanguardia y no dejarse opacar.

Pero mayor es la seguridad del titular de Hechos de la noche al comentar "respeto el trabajo de las demás empresas pero estoy más ocupado con mi espacio y en cómo mejorarlo. Nuestra estrategia no está pensada en función de la competencia sino en el público. Sin embargo, percibo la competencia de una manera diferente".⁶¹

Una información Televisada es esencialmente un divertimento, un espectáculo que se nutre fundamentalmente de sangre, violencia y muerte.⁶² Eso podemos ver día a día en cada emisión de los noticiarios y el personal que colabora detrás de cámaras pero ¿cuál es la fórmula o estrategia para acaparar la atención del auditorio?

Javier Alatorre considera que "la gente honesta con la que trabajamos es nuestra carta fuerte y la credibilidad se gana con eso. Somos 700 personas audaces y jóvenes".⁶³

Los presentadores de los informativos de televisión se llegan a convertir en esos "amigos que llegan a nuestro hogar" y con ello, desde hace ya mucho tiempo, han adquirido una influencia desmesurada y sus comentarios pueden condicionar el pensamiento o la forma de ver las situaciones presentadas. Son ellos parte importante en la garantía de la credibilidad del noticiario.

"En este negocio hay ser mucho más humilde, lo que nos hará interactuar de una manera más rica con la sociedad que está en una posición de soberbia que a mí me parece absurda", comentó Javier Alatorre.⁶⁴

Cuanto más hablan los noticiarios de un tema en específico que en esos momentos está causando gran expectativa entre los televidentes más se persuaden colectivamente de que ese tema es indispensable, central, capital y hay que cubrirlo mejor consagrándole más tiempo, más medios, más reporteros, mayor número de imágenes impactantes y, posiblemente, mayor número de testimonios o testigos.

Muchas veces, con tal de obtener la atención de la gente, repiten escenas llenas de violencia y como respuesta a ello Javier Alatorre dice "me resisto a vivir en una sociedad que se acostumbre a la violencia, me

⁵⁹ Cometario realizado durante el 50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Mayo, 1999.

⁶⁰ Alicia López Fuentes. *Mi Guía*. Lunes 12 a Viernes 18 de Agosto 2000. México D.F. P. 78-79

⁶¹ Alicia López Fuentes. *Mi Guía*. Lunes 12 a Viernes 18 de Agosto 2000. P.78-79

⁶² Ramonet, Ignacio. *La Tiranía de la Comunicación*. Editorial Debate, S.A. Madrid, España, 1998. P. 75-76

⁶³ Alicia López Fuentes. *Mi Guía*. Lunes 12 a Viernes 18 de Agosto 2000. P.78-79

⁶⁴ Ídem

resisto a vivir en una sociedad que reaccione a palabras altisonantes y no reaccione al dolor, que no reaccione a la impunidad, a la falta de acción para tener el país que queremos”.

Algo que caracteriza a TV Azteca en ese sentido es que entre la misma competencia se imitan, se copian, se contestan y se mezclan. Con esto sólo confunden al televidente con respecto a la actividad de informar y comunicar.

Manejan la información como mercancía y con tal de venderla la utilizan de la manera más anti-ética.

La información se caracteriza hoy por tres aspectos⁶⁵: el primero es que si durante siglos fue muy escasa, casi inexistente, hoy es súper abundante. Y hay información de un suceso para más de una Nota.

La segunda es que la información es un ritmo relativamente parsimonioso y lento que en otros tiempos, hoy es extremadamente rápida. Cuando en el viejo continente estalló una guerra aquí no pasan más de 24 horas cuando ya tenemos detalles de lo que sucedió, cómo, en qué momento y quiénes son las posibles víctimas y victimarios.

La tercera es que la información no tiene valor en sí misma en relación, por ejemplo, con la verdad o en relación con su eficacia cívica. Al presentar a una persona muerta, herida o en pleno sufrimiento no da mucha información, sólo despierta el morbo en cada televidente.

El rating en TV Azteca es primordial y único objetivo como meta para sentirse responsables y buenos comunicadores con la gente que les brinda su confianza y credibilidad.

No importa a costa de qué lo logren, siempre tienen una máscara o razón con la cual justificar su actitud ante los hechos violentos. mantener bien informados a la gente antes que nadie. Cuando realmente lo único que les importa es vender.

Definitivamente sí usan a la Nota Roja como gancho televisivo y buenos resultados les ha dado dicha fórmula para obtener gran preferencia entre los telespectadores.

⁶⁵ Ramonet, Ignacio. *La Tiranía de la Comunicación*. Editorial Debate, S.A. Madrid, España, 1998. P. 48-49

4.3 EL NOTICIERO Y EL RAITING

La veracidad de la información hoy es un hecho cierto, no porque corresponda a criterios objetivos, rigurosos y verificados, sino simple y sencillamente porque otros medios repiten lo mismo, lo confirman y lo informan.

Para El Noticiero informar es una prioridad y más aún con veracidad y oportunidad. El Presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, asegura que su línea editorial es muy simple: informar tanto como sea posible, tan bien como sea posible.⁶⁶

Convertirse en la gran opción para el público televidente era y es la intención del noticiero de la barra de programación nocturna. Esto no sólo hoy sino desde que el periodista Guillermo Ortega Ruiz estaba al frente de El Noticiero.

Desde su creación, Televisa dedicó especial atención a dos aspectos de la comunicación televisiva: por una parte creó un sistema de noticieros destinados a proteger los intereses de las cuatro familias en particular, y de los grandes capitalistas mexicanos y extranjeros en general.⁶⁷

Hasta antes del surgimiento de TV Azteca, el monopolio de Televisa acaparaba el mercado y no se preocupaba por los ratings. Los contenidos violentos, por lo tanto, dependían sobre todo de la programación importada, en tanto que la producción nacional no destacaba notoriamente en este sentido. Al iniciarse entre las dos grandes empresas televisivas del país, en términos de Florence Toussaint, "el público se ha convertido en gran rehén y el rating en la madre de todas las pruebas".⁶⁸

La competencia desenfrenada que experimentan las diferentes cadenas incita al periodista a buscar lo sensacional a cualquier precio, a querer ser el primero sobre el terreno.

El periodista tiende cada vez más a ser un simple conducto de la información. Es el hilo que permite empalmar el acontecimiento y su difusión. Y no tiene tiempo de filtrar o comparar porque pierde mucho tiempo en hacerlo; ahora lo que todos buscan es ganar la noticia sin importar a quién puedan "pisar".

En un programa informativo, detrás del titular hay cientos de personas que ayudan a la elaboración y posible éxito del mismo.

Desde principios de 1998, TV Azteca reestructuró su programación noticiosa, buscando aprovechar la salida de Zabludovsky del aire. Sin embargo, en su lugar entró tomando la estafeta, Guillermo Ortega Ruiz, quien comenzó en el mundo del periodismo con la cobertura de Notas breves para la sección "muchas noticias en pocas palabras".⁶⁹

La nueva tarea de Guillermo Ortega al estar en un espacio informativo que durante mucho tiempo estuvo a cargo del señor Zabludovsky, era recuperar no sólo el rating sino la credibilidad que 24 horas perdió en tantos años de darle por su lado al gobierno.⁷⁰

⁶⁶ México D.F. 25 de abril del 2000. Página de www.starmedia.com/noticias

⁶⁷ Alisedo, Pedro. El gran negocio de la comunicación, arma al servicio de cuatro familias. *Proceso*, Número 191. México 30 de junio 1980.

⁶⁸ García Silberman, Sarah. *Medios de Comunicación y Violencia*. Fondo de Cultura Económica, México, 1998. P. 412

⁶⁹ Televisa Espacio 98. *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana*. México, 1998. P. 168

⁷⁰ Aguirre, Alejandrina/ Ávila, Andrea/ Copil, Adriana. Las Dinastías de la Televisión. 2ª Parte. *Contenido*, Núm. 421, México, Julio 1998. P. 40-50

Él creía que le iba bien y citó mediciones según las cuales El Noticiero ya había superado a su rival, Hechos de TV Azteca; pero sus detractores (los peores) estaban dentro de Televisa: los que aspiraban a reemplazarlo alegan que el repunte es espurio, logrado a fuerza de Nota Roja y escenas de violencia.⁷¹

Durante el evento de Espacio 98, Guillermo Ortega dijo “hoy ante un público más escéptico, desconfiado y exigente, hemos respondido imprimiendo a nuestros noticiarios calidad y credibilidad. Sabemos que si queremos mantener ese liderazgo, debemos ser muy analíticos, muy autocríticos y, sobre todo, debemos trabajar mucho para entender lo que está pasando en nuestro país y lo que la sociedad espera de nosotros como profesionales de la comunicación”.⁷²

El periodista aseguraba también haber logrado altos niveles de audiencia, lo que equivale a que de 100 televisores 46 estaban sintonizando su programa. Esto porque trató siempre de hacer de El Noticiero un sistema informativo creíble y trabajó día a día para lograrlo, mientras estuvo al frente.

Y se considera que la base del éxito está en la emoción diaria de la búsqueda de la Nota, la opinión del líder o del especialista, extraer lo mejor de un personaje o en su defecto, lo peor y así formar grandes profesionistas del campo del periodismo en cualquiera de sus ramas.

Con respecto a Hechos de la noche, de TV Azteca, se considera un gran esfuerzo, en donde no existe guerra de rating y no lo hay porque Televisa tiene el 80% de la audiencia y mantiene el liderazgo. Ambas empresas día a día realizan su mayor esfuerzo para conseguirlo.

De acuerdo con Guillermo Ortega, ex titular de El Noticiero, “lo que hace a la televisión noticiosa tiene dos vertientes: el fondo y la forma. Con respecto al fondo, Televisa ha dado pasos sólidos para cambiar el criterio para la cobertura de la información. Es más abierta. Sus reporteros son más agresivos. Su actitud ante la información es independiente. Y los redactores son más agudos y más claros a la hora de escribir los textos que finalmente se presentarán en pantalla. Los camarógrafos observan más. Toman todo lo que ven. Sus lentes son más críticas a la hora de captar imágenes. Y también los editores y productores han despertado para realizar secuencias más audaces y diseños gráficos más creativos para lograr transmitir con fuerza a nuestro público lo que se quiere decir. La única limitación es el respeto a los valores de la familia, evitando en lo posible, aquellos contenidos que pudieran lastimar en lo más íntimo. Por el lado de la forma, el público exige más dinamismo, texto sin complicaciones, secuencias de imágenes variadas, movimiento y autenticidad. Así como espontaneidad y frescura”.⁷³

Asimismo, la libertad de expresión es una lucha de todos los días. Para tener realmente el privilegio del mayor rating y preferencia del auditorio, lo primero que se debe hacer es vencer la autocensura. Ir siempre por la libertad, no para atrás y lograrlo precisamente con programas amarillistas y escandalosos sino con la mayor objetividad e todo lo posible, desde la Nota Roja hasta la menor Nota en el noticiario.

No se puede ignorar la verdad o pretender que no existen otras realidades. “Mucho menos cambiar una cosa de color que alguien allá enfrente dice es rojo pero día que es azul, no se puede. Ya no lo permitiría la sociedad”, asegura el periodista Guillermo Ortega Ruiz.⁷⁴

Con todo lo anterior se puede concluir lo siguiente, en el caso del rating dentro de El Noticiero están tan seguros de poseer el mayor número que no les preocupa en lo más mínimo su competencia más directa o al menos eso es lo que tratan de demostrar y es parte de su estrategia para continuar en la contienda, en donde la presea mayor es la preferencia y credibilidad del público televidente que siempre busca la veracidad y objetividad en la información.

⁷¹ Ídem.

⁷² Comentario realizado dentro del evento Espacio Televisa de Vinculación Universitaria. Espacio 98. México, D.F. 1998.

⁷³ Comentario realizado dentro del evento Espacio Televisa de Vinculación Universitaria. Espacio 98. México, D.F. 1998.

⁷⁴ Televisa Espacio 98. Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. México, 1998. P. 168

PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

Cincuenta años han pasado desde la primera vez que la televisión mexicana proyectó su primera imagen y brindó una nueva opción de entretenimiento para la gente.

Al principio, algunos creyeron que sólo podría provocar problemas en los ojos. Después consideraron que la televisión era una simple máquina para perder el tiempo. Desde que ésta se convirtió en objeto de consumo masivo en los hogares, sus efectos de la vida cotidiana y la vida social han sido materia de preocupación para diferentes investigadores. Hoy en día ésta es muy dramática porque se cree que entre la violencia televisada y la real existe una relación causal, esto por toda la violencia registrada.

En ocasiones se le ha denominado como la caja idiota; sin embargo, lo que la hace así no es ella por sí sola sino por sus contenidos que día con día van encareciendo de calidad. Y dentro de los noticieros no se diga.

Actualmente basta prender el televisor y darse cuenta que al principio, en medio y al final existe nota roja en sus noticieros como si esto fuera lo único que ocurre a nuestro alrededor.

Despegando los pies del suelo, el verdadero objetivo de un espacio informativo debería ser el funcionar como canal que permita establecer contacto entre el público receptor y los hechos que él mismo no puede presenciar, brindándole una información verídica, sin adjetivos ni tomas tan alarmantes y lo más objetiva posible. Todo ello con el firme propósito de informar y darle elementos a su auditorio para criticar y cuestionar su propio contexto.

Sin embargo, esto es meramente idealista puesto que es sabido el dinero es lo que mueve a una televisora para meter contenidos en su programación que despierten el morbo de los televidentes y así sean de su preferencia y siempre que quieran informarse recurran a ellos.

En el caso del manejo de la nota roja dentro de los noticieros, como ya hemos visto en varias ocasiones, es exageradamente dramatizada lo que la hace sensacionalista o amarillista y al momento de ser presentada la justifican diciendo "hay que darle al público lo que pide". Pero, ¿nunca se han puesto a pensar que violencia no es lo que piden? ¿No se darán cuenta del daño que provocan al ofrecer este tipo de información exaltada?

Con esto sólo logran incrementar su morbo para conocer y ver más y más violencia puesto que, desgraciadamente, ésta se ha vuelto tan cotidiana en el diario acontecer que será sólo en sueños cuando no la veamos más en el contenido de un espacio informativo.

Remontándonos algunos años atrás, este tipo de notas brillaba por su ausencia o al menos se era discreto al presentarlos en un noticiero. Actualmente, como se descubrió qué es lo que más vende, es lo que más predomina en sus contenidos. Basta ver en El Noticiero, hoy al frente Joaquín López Dóriga, y descubrir la infinidad de información de color que es presentada durante la emisión.

En una ocasión, dentro del 50 Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, Guillermo Ortega Ruiz, ex titular de El Noticiero, comentó que sólo es la realidad que hoy día vivimos la que los medios de comunicación se dedican a difundir. Lamentablemente eso es cierto, cada día en nuestro entorno el incremento de los actos violentos va en aumento de manera disparada y es sabido que a las televisoras lo que les importa es vender, ganar rating y ser la de mayor preferencia; hacer todo sin importar lo que tengan que transmitir para lograrlo y la violencia está en una época de auge tremendo que hasta programas completos de nota roja disfrazados como de labor social son transmitidos actualmente (Metrópoli, Testigo en Alerta).

La televisión debería tener en cuenta que posee un gran poder; asimismo, entender que la responsabilidad de lograr una mayor objetividad en la información no la va a lograr si lo único que busca es ganar rating enganchar a la gente con Nota Roja cayendo en lo amarillista o sensacionalista. Los noticieros deberían tener prudencia en la opinión, respeto en sus contenidos que debe ser para fortalecer conocimientos, no para deteriorarlos y reconocer que presentan Nota Roja convertida en sensacionalismo o amarillismo debido a su ya mencionada y desgastante dramatización.

Somos bastantes personas las que demandamos a la televisión responsabilidades favorables o por lo menos positivas frente a la agresividad y violencia. Sin embargo, este medio lo único que hace es exaltar de una u otra forma toda la pasión Roja que existe en nuestro contexto, se defienden muchas veces diciendo que la televisión no es mas que un imparcial reflejo de los hechos, un intermediario que no toma partido en ellos. Claramente podemos ejemplificar con programas como Primer Impacto, Metrópoli y Testigo en Alerta.

En la función informativa de la televisión, por lo menos, la transparencia debe ser esencial en el medio mismo y más aún en la información. La necesidad de una mayor comunicación entre los usuarios y su público es cada vez más evidente pero jamás se verá realizada si continúan utilizando uno de los más grandes males de nuestros tiempos en cuanto a los contenidos de los noticieros se refiere: el amarillismo o sensacionalismo en la Nota Roja.

El periodismo implica mucha responsabilidad, tanto del medio como de todos los que trabajamos en ellos, en un ámbito de gran libertad pero no por ello vamos a introducir cualquier tipo de información para ganar preferencia e incrementar nuestro rating. Debemos ubicarnos, detectar las verdaderas necesidades del medio y contribuir a su crecimiento pero de manera limpia, honesta y objetivamente; sólo que esto es un sueño que va más allá de nuestras posibilidades y es por eso que no podemos idealizar en el sentido de lo que debiera ser el manejo de la nota roja en televisión porque siempre va a estar de por medio el dinero. Así que, la propuesta es la más cercana a la realidad tomando en cuenta que lo que se pretende es dar información objetiva y verídica, sobre todo esto último porque no podemos seguir cayendo en el amarillismo o sensacionalismo.

Tampoco proponemos dosificar la nota roja en un espacio informativo puesto que forma parte del contexto que día con día nos rodea y también es importante estar informados de las notas de color. Lo ideal sería que con moderación.

Hoy en día detrás de los noticieros existen intereses, poderes y, sobre todo, la búsqueda del éxito, popularidad, prestigio y dinero utilizando un recurso muy barato como lo es la violencia.

Es válido usar todas las armas posibles siempre y cuando sea con discreción y respeto, tomando en cuenta quién se encuentra del otro lado de la cámara.

Lamentablemente la cuestión de usar Nota Roja como gancho televisivo no se ha eliminado sino al contrario, cada día se ha incrementado con el firme propósito de ganar la preferencia del tele-auditorio y eso a simple vista lo detecta quien mira el noticiero. El problema del aumento indiscriminado de este tipo de información es grave y desmienta la labor periodística que se realiza fuera del contexto sensacionalista.

Y cuando se hace uso del sensacionalismo en nuestra Nota Roja estamos frente a un claro ejemplo de manipulación informativa. El sensacionalismo apela el morbo natural del ser humano al describir los hechos con una fuerte carga emocional y una serie de circunstancias siniestras y oscuras que en el fondo agradan al público y hacen que éste tenga un éxito grandioso. Lo grave es que el mal ya está echo, a la gente le interesa más ver situaciones que despierten su morbo que situaciones que adicionen conocimiento a su vida.

En la imaginación los noticieros ideales serían aquellos que pudiesen ejercer un intercambio informativo objetivo, real y pegado a los hechos. De otra forma, su misión debiera ser el informar con objetividad, claridad, actuar con responsabilidad y no abusar del derecho a la información ni tratar de sacar ventaja de un hecho lamentable: una muerte, una desgracia natural o un accidente.

Además no deben provocar o generar miedo o temor a salir de noche o de día a la calle. Y esto lo logran cada vez que una persona está frente al televisor y escucha frases en donde se le advierte que la violencia se ha acrecentado y está en peligro su vida si sale de su casa pues en cualquier momento puede ocurrir una desgracia.

Es cierto que se debe mostrar la realidad, sí, pero debería mostrarse sólo lo necesario para dar la información, no para exaltarla y darle más boom del que merece. Si las televisoras requieren de violencia en el contenido de sus noticieros deberían incluirla pero con la cantidad menor posible y, si es así, ésta debería cumplir con ciertas normas porque, como ya se ha mencionado, no podemos borrarla de un espacio informativo, es por ello que nuestra propuesta consiste en:

1. Utilizar la Nota Roja dentro del tisserat siempre y cuando ésta sea de interés social mas no cualquier muerto o choque automovilístico.
2. La gesticulación del conductor debe ser natural y no falsa y extremadamente dramática, es decir, bajarle al tono de su drama ante una Nota Roja.
3. Hablar en forma precisa y objetiva, evitando la distorsión como la mala interpretación de los sucesos y eludir la parcialidad. No remarcar tanto las frases insistentes para que el televidente preste suma atención a sangre o rostros dramáticos.
4. No utilizar adjetivos tan alarmantes cuando la información no lo requiera, deberían dar la nota tal cual es sin exagerarla. El discurso debe ser pronunciado con atinencia, en forma ordenada, clara y precisa. Al momento de dar la nota el conductor imprime en sus palabras vida y éstas pueden conmovir y convencer a quienes los ven sin necesidad de llegar a extremos tan baratos como lo es el sensacionalismo o amarillismo. Tomando en cuenta eso, ganarían credibilidad y preferencia porque están dando la nota como es sin ser partícipe.
5. Las imágenes comúnmente presentadas de personas aplastadas por grandes piedras a causa de un terremoto, deberían ser sustituidas por un panorama general del lugar. Evitar el close up lo más posible que se pueda y todas aquellas imágenes que dañen la integridad de una persona.
6. La Nota Roja debiera ser la información mas no la imagen pues muchas veces repiten el mismo texto o hablan sin decir nada y transmiten varias veces imágenes llenas de sangre o violencia.

Bastante teníamos con los llamados talk show, programas donde más que usar el amarillismo o sensacionalismo, abusaban gravemente de él. Y un noticiero para ser entretenido y de mayor preferencia puede serlo sin depender del sensacionalismo o amarillismo y no por eso tienen que ser aburridos. Todo depende de lo parcial y coherente que el conductor sea en la información.

Javier Alatorre se ha caracterizado por sus tremendos gritos al anunciar una Nota. Por su parte, Guillermo Ortega Ruiz acostumbraba darle un toque de énfasis a las palabras referidas a una situación violenta, exaltando así el drama injustificado.

Como conclusión diremos que, efectivamente la Nota Roja es usada como mero gancho televisivo pues es lo que actualmente más venden las televisoras quienes, como ya se ha mencionado en repetidas ocasiones, sólo buscan su beneficio y se mueven por dinero más que por una verdadera preocupación social en el contenido de sus noticieros.

La Nota Roja es manejada tan dramáticamente que el reportero hace uso de adjetivos tan alarmantes que se los cree quien lo ve y siembra el miedo y preocupación de la gente por lo mal que está la violencia en las calles. Como medio de comunicación que conforman, la televisión y el reportero deben tomar en cuenta las responsabilidades que tienen al realizar su labor periodística de la mejor manera posible.

Como reportero se debe tener la capacidad de transmitir las historias en el contexto más claro y apropiado posible. El periodista tiene la obligación de contextualizar su información ya que su papel en la organización será siempre imprescindible y constituye grandes posibilidades de desarrollo para las siguientes generaciones, siempre y cuando se haga con responsabilidad y respeto para el televidente.

Y es precisamente en nosotros en quienes está la base para generar un cambio favorable para el crecimiento tanto personal como de nuestro país. No hay que temerle a los diferentes actores pues la mejor forma de informar a la sociedad es no tener miedo al contacto. Siempre debemos luchar por la libertad y ejercer con pasión y entrega el mejor oficio del mundo: el Periodismo.

TESIS

Ávalos Guzmán, Sandra

“La Nota Roja: la sangre nuestra de cada día”

1998, UNAM, ENEP Aragón.

Castellanos Rodríguez, Marcela María del Rocío

“¿Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional?”

UNAM, ENEP Acadán.

Domínguez Galván, Diana

“Importancia de la Nota Roja en el Periodismo del México actual”

1997, UNAM; Ciencias Políticas y Sociales.

Espino Franco, María Matilde

“El reportero de la Nota Roja o Policiaca y su relación con el Derecho Penal en el Distrito Federal”

1994, UNAM, ENEP Aragón.

López Galindo, Noemí

“El amarillismo en el tratamiento de la información en la revista Insólito”

1995, UNAM, ENEP Aragón.

LIBROS

Ahumada Barajas, Rafael

"Análisis de la Imagen Televisiva"

UNAM, Campus Aragón. México, 1999.

Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana A.C.

"2º Simposio Internacional de Editores de Periódicos Diarios"

Editorial Aedirmex. México, 1993.

Baggaley, Jhon

"Análisis del Mensaje Televisivo"

Ediciones Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982.

Bettetini, Gianfranco

"Producción Significante y Puesta en Escena"

Ediciones Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977.

Colección Punto y Línea

"Rabia y Televisión"

Ediciones Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1983.

De Aguilera, Miguel

"EL Telediario"

Editorial Mitre. Barcelona, 1985.

Doelker Christian

"La Realidad Manipulada"

Ediciones Gustavo Gili, S.A. México, 1982.

Donoso Pareja, Miguel

"Picaresco de la Nota Roja"

Editorial Samm. México, 1973.

Eco, Umberto

"La Estructura Ausente"

Editorial Lumen. Barcelona, 1972.

García Silberman, Sarah y Ramos Lira, Luciana

"Medios de Comunicación y Violencia"

Fondo de Cultura Económica. México, 1998.

Gauthier, Guy

"Veinte Lecciones sobre la Imagen y el Sentido"

Ediciones Cátedra. Madrid, 1992.

González Alonso, Carlos

"Principios Básicos de Comunicación"

Editorial Trillas. México, 1992.

González Requena, Jesús

"EL Discurso Televisivo"

Ediciones Cátedra. Madrid, 1995.

Leñero, Vicente

- "Manual de Periodismo"
Editorial Grijalbo. México, 1996.
- Lomeli Rodríguez, Raúl
"Libertad de Difusión Masiva"
Editorial CONACULTA. México, 1986.
- Mac Cannel, Dean
"La Era del Sigo"
Editorial Trillas. México, 1990.
- Marshall y Mc Luhan, Eric
"Leyes de los Medios"
Alianza Editorial Mexicana. México, 1990.
- Martín Serrano, Manuel
"Teoría de la Comunicación"
UNAM. México, 1993.
- Méndez Torres, Ignacio
"El Lenguaje Oral y Escrito en la Comunicación"
Editorial Límusa. México, 1994.
- Moles, Abraham
"La Imagen"
Editorial Sigma. México, 1991.
- Paoli, J. Antonio
"Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas"
Editorial Trillas. México, 1990.
- Pecori, Franco
"Cine. Forma y Método"
Ediciones Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1977.
- Ramonet, Ignacio
"La Tiranía de la Comunicación"
Ediciones Debate, S.A. Madrid, España, 1998.
- Reyes, Alfonso
"Iconografía"
Fondo de Cultura Económica.
- Ronquillo, Víctor
"Nota Roja 50's"
Editorial Diana. México, 1993.
- Sánchez Vázquez, Adolfo
"Ética"
Editorial Grijalbo. México, 1992.
- Sanmartín, José
"Violencia, Televisión y Cine"
Editorial Ariel. Barcelona, 1998.
- Sanmartín, José

"Ética y Televisión"

Ediciones Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia. Barcelona, 1998.

Televisa. Espacio 98.

"Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana"

México, 1998.

Torán, L. Enrique

"La Información en Televisión"

Editorial Mitre. Barcelona, 1982.

Torres A., Francisco Javier

"El Periodismo Mexicano"

Editorial Coyoacán. México, 1997.

Tumbull, Arthur

"Comunicación Gráfica"

Editorial Trillas. México, 1990.

Vázquez, Jesús María y Medín García, Félix

"Televisión y Violencia"

TVE, Servicio de Información.

Veron, Eliseo

"La Ventana Electrónica"

Ediciones Eufesa. México, 1998.

Villanueva, Ernesto

"Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información"

UNAM. México, 1998.

Williamson, Daniel R.

"Técnicas y Arte de la Nota Periodística"

Ediciones Asociados. Buenos Aires, Argentina, 1997.

Zunzunegui, Santos

"Pensar la Imagen"

Cátedra / Universidad del País Vasco. Signo e Imagen. Madrid, 1992.

REVISTAS

Aguirre, Alejandrina / Ávila, Andrea / Cópil, Adrián

"Las Dinastías de la Televisión".

Contenido, 421. México, Julio, 1998. P. 40-50

Alisedo, Pedro

"El Gran Negocio de la Comunicación, Arma al Servicio de Cuatro Familias".

Proceso, 191. México, 30 de Junio 1980.

Alva de la Selva, Alma Rosa

"La Televisión en 1997: Expansión y Lucha de Poder".

Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Diez, Número 52,
Enero-Febrero 1992. P. 16-20

Alva de la Selva, Alma Rosa

"La Pendiente de la Privatización o el Desplome de la Televisión Estatal".

Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Once, Número 56,
Octubre-Diciembre 1998. P. 11-17

Alva de la Selva, Alma Rosa

"Entre la Crisis Financiera y la Guerra de los Raitings Televisivos".

Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Once, Número 57
Enero- Marzo 1999. P. 21-27

Ambríz, Agustín / Cabildo, Miguel

"Para Alimentar una Audiencia Creada por Ellos Mismos, Televisa y TV Azteca Incitan a la Violencia y Nutren el Miedo Colectivo".

Proceso, 1096. México, 2 de Noviembre 1997.

Cardona, Rafael

"La Credibilidad y la Apertura, Espacio 98".

Época, 357. México, 6 de Abril 1998. P- 34-36

Cortés, Laura

"Las Dinastías de la Televisión Mexicana".

Contenido, 421. México, Junio 1998. P. 22-29

Fernández Villaseñor

"Emisión de Nota Roja en Televisión".

Nuevo Siglo, Año 4, Número 206, 4 de Febrero 1996.

Olmos, Alejandro

"La Televisión en 1996: Nexos Políticos, Pugnas y Sensacionalismo".

Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Nueve, Número 47,
Febrero-Marzo 1997.

Pérez Vences, Norma Z.

"TV Azteca: Incidir y Ganar con el Cambio".

Época, 357. México, 6 de Abril 1998. P. 34-36

Riva Palacio, Raymundo

"Cultura Política, Medios de Comunicación y Periodismo en México".

Revista Mexicana de Comunicación. México, Año Once, Número 57,
Enero- Marzo 1999. P. 21-27

PERIÓDICOS

Audiffred, Miryam

Hacen de la Tecnología la Principal Noticia.

Reforma, Sección C, 11 de Enero 1999. P. 1

Becerril, Andrea

Imparcialidad, pide el Congreso a Medios.

La Jornada, 10 de Junio 1999. P. 56

Bolaños, Angel

Difieren Televisoras ante Revelaciones de la PGJDF.

La Jornada, 9 de Junio 1999. P. 52

Llanos Samaniego, Raúl

Deben Regularse Programas de Televisoras: Parlemet.

La Jornada, 9 de Junio 1999. P. 55

Llanos Samaniego, Raúl

Inician Campañas contra la Violencia y la Mentira.

La Jornada, 14 de Junio 1999. P. 53

Macías, Marissa

Sobrevivir en el Medio.

El Financiero, 5 de Noviembre 1998. P. 42 y 43

Muñoz, Alma

Atacar a Cárdenas y Asegurar concesión...

La Jornada, 12 de Junio 1999. P. 47

Ruiz Camacho, Antonio

Una Sociedad no puede tolerar una Prensa Irresponsable: Joel Simón.

El Financiero, 28 de Junio 1999. P. 94 y 95

Ruiz Camacho, Antonio

Los Medios deben rendir cuentas por cómo cubren la Información: Bob Giles.

El Financiero, 29 de Junio 1999. P. 52 y 53

Saldierna, Georgina

Cuestionan Linchamiento de Cadenas de Televisión.

La Jornada, 9 de Junio 1999. P. 55

Vargas, Rosa Elvira

Crítica Zedillo Sensacionalismo en Televisión.

La Jornada, 15 de Junio 1999. P. 55

Censuran Especialistas Programas de Nota Roja.

El Universal, 6 de Octubre 1997. P. 31

Modifica TV Azteca su línea Informativa.

La Jornada, 10 de Junio 1999. P. 52

Han Perdido Credibilidad los Noticieros de TV Azteca: Abraham Zabloudoswky.

La Jornada, 11 de Junio 1999. P. 66

Guerra de las Imágenes.

Le Monde, 6 de Octubre 1999.

La Jornada, 30 Octubre 1997. P.50

La Jornada, 14 de Noviembre 1997. P. 32

CONGRESOS

2ª Semana de Comunicación.

“El Comunicador y su Responsabilidad Social”.

Escuela Nacional de Estudios Profesional (ENEP) Campus Acatlán, UNAM.
México D.F. Del 26 al 30 de Octubre de 1998.

1er Congreso A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación.

Auditorio Nacional de la Ciudad de México.

21 y 22 de Abril 1999.

50º Aniversario de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

Centro de Convenciones Siglo XXI.

México D.F. Mayo 1999.

PROGRAMA DE TELEVISIÓN

Confesiones y Confusiones.

Canal 22, México 29 de Agosto 1999.

ENTREVISTAS

Psicólogo David Reyes, Investigador Social, México 1º de Mayo 1999, instalaciones de la Universidad del Valle de México, Campus San Rafael.

Guillermo Ortega Ruiz, Ex Titular de El Noticiero Televisa, México 30 de Junio 1999, instalaciones de Televisa Chapultepec.

Alberto Gómez, Reportero de TV Azteca, México 20 de Julio 1999, instalaciones TV Azteca.

Eduardo Blancas, Presentador de Noticias de TV Azteca, México 25 de Agosto 1999, instalaciones de TV Azteca.

Ana María Lomelí, Presentadora de Noticias de TV Azteca, México 2 de Noviembre 1999, instalaciones de TV Azteca.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**