

20424  
29



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ACATLAN"

## LOS GENEROS PERIODISTICOS DE OPINION EN TELEVISION AZTECA

T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA  
P R E S E N T A  
SANDRA EVARISTO MINA

ASESOR: MTRA. GRACIELA CARRAZCO LOPEZ



Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas •  
UNAM a difundir en formato electrónico e impres  
contenido de mi trabajo recepción

NOMBRE: Evaristo Mina Sandra

ABRIL DE 2003

FECHA: 04-Abril-2003

FIRMA: [Firma]

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**PAGINACION  
DISCONTINUA**

## DEDICATORIAS

Le doy gracias a DIOS  
porque con su bendición  
alcanzo esta meta.

A mis PADRES porque GRACIAS  
a sus consejos y esfuerzos  
juntos alcanzamos un sueño  
GRACIAS por creer en mi y por su apoyo.

A la UNAM porque me adoptó como  
alumna desde la PREPARATORIA No. 4.  
Y a la UENEP ACATLÁN que se encargó  
junto con mis PROFESORES de transmitirme  
todos los conocimientos que requería para  
continuar mi camino GRACIAS.

A mi ASESORA, PROFESORA y AMIGA  
GRACIELA CARRASCA  
quien me guió para lograr este  
objetivo GRACIAS.

A mis PRIMOS  
SUGHEY Y RAIMUNDO y  
a sus HIJOS, KAREN, ALBERTO,  
ALAN y ADAMARI.

A mi ABUELITA DELFINA.

A mis TÍAS y a mis TÍOS

A mis PRIMOS y a mis PRIMAS

A mis SOBRINOS.

A mis AMIGAS  
GRISELDA,  
MARGARITA, CAROLINA,  
GRACIELA, ABIGAIL,  
AIDÉ y METZEL.

A mis AMIGOS.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

A mis ENTRENADORES

Prof. JOSÉ ANTONIO ESCOBEDO "Coster"

Prof. JUAN HERNÁNDEZ JIMÉNEZ.

A mis ENTREVISTADOS

ROBERTO SALINAS,

LEONARDO CURZIO,

ARTURO DAMM,

FIDEL SAMANTEGO,

LUIS PAZOS

SERGIO SARMIENTO.

A todos mis AMIGOS y CONOCIDOS

que me animaban a continuar.

A mis HIJOS quienes  
algún día verán está tesis.

Ya la persona  
que más amo  
en este mundo,  
quien me motivó  
y estuvo conmigo  
en todo momento  
para alcanzar este sueño.

A TI MI AMOR,

JOSÉ ADRIÁN CAMACIO MARTÍNEZ.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....VIII

CAPÍTULO 1

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN.....17

    1.1.1. Etapas del Periodismo.....18

    1.1.2. Periodismo Ideológico.....18

    1.1.3. Periodismo Informativo.....19

    1.1.4. Periodismo De Explicación.....19

1.2. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS.....20

    1.2.1. Definición.....20

    1.2.2. Clasificación.....21

1.3. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN.....24

    1.3.1. El Editorial.....25

        1.3.1.1. Definición de Editorial.....26

        1.3.1.2. Características del Editorial.....28

        1.3.1.3. Funciones del Editorial.....29

        1.3.1.4. Tipos de Editorial.....30

        1.3.1.5. Temas del Editorial.....33

        1.3.1.6. Técnica y Estilo del Editorial.....34

        1.3.1.7. Estructura del Editorial.....36

        1.3.1.8. Redacción del Editorial.....37

        1.3.1.9. Firma del Editorial.....38

        1.3.1.10. El Editorialista.....39

        1.3.1.11. Características del Editorialista.....40

        1.3.1.12. Funciones del Editorialista.....42

        1.3.1.13. El Editorial en México.....42

    1.3.2. La Columna.....43



1.3.2.1. Definición de Columna.....	44
1.3.2.2. Características de la Columna.....	45
1.3.2.3. Características de Presentación.....	46
1.3.2.4. Funciones de la Columna.....	47
1.3.2.5. Tipos de Columnas.....	48
1.3.2.6. Temas de la Columna.....	54
1.3.2.7. Técnica y Estilo de la Columna.....	54
1.3.2.8. Estructura de la Columna.....	55
1.3.2.9. Redacción de la Columna.....	55
1.3.2.10. Firma del Columnista.....	56
1.3.2.11. El Seudónimo.....	57
1.3.2.12. El Columnista.....	57
1.3.2.13. Características del Columnista.....	58
1.3.2.14. Funciones del Columnista.....	59
1.3.2.15. El Columnismo en México.....	59
<b>1.3.3. El Artículo.....</b>	<b>60</b>
1.3.3.1. Definición del Artículo.....	60
1.3.3.2. Características del Artículo.....	61
1.3.3.3. Funciones del Artículo.....	62
1.3.3.4. Tipos de Artículos.....	62
1.3.3.5. Temas del Artículo.....	65
1.3.3.6. Estilo del Artículo.....	65
1.3.3.7. Técnica del Artículo.....	66
1.3.3.8. Estructura del Artículo.....	67
1.3.3.9. Redacción del Artículo.....	68
1.3.3.10. Firma del Artículo.....	69
1.3.3.11. El Articulista.....	70
1.3.3.12. Características del Articulista.....	70
1.3.3.13. Funciones del Articulista.....	70
1.3.3.14. El Artículo en México.....	71

## CAPITULO 2

### TELEVISIÓN AZTECA

<b>2.1. LA CREACIÓN DEL CANAL XHDF CANAL 13.....</b>	<b>73</b>
2.1.1. El surgimiento de Imevisión.....	75
2.1.2. Su transformación en Televisión Azteca.....	76
2.1.3. Objetivos y propósitos de Televisión Azteca.....	78
2.1.4. La trayectoria de Televisión Azteca.....	80

## 2.2. EL NOTICIERO HECHOS

2.2.1. ¿Qué es Hechos?.....	96
2.2.2. Hechos de la Noche.....	97
2.2.3. Hechos de la Tarde.....	97
2.2.4. Hechos de la Mañana.....	98
2.2.5. Hechos del Sábado.....	99
2.2.6. Hechos del 7.....	100

## CAPITULO 3

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN  
AZTECA

## 3.1. LA SELECCIÓN

3.1.1. Sergio Sarmiento.....	102
3.1.2. Luis Pazos.....	103
3.1.3. Leonardo Curzio.....	104
3.1.4. Roberto Salinas León.....	105
3.1.5. Arturo Damm.....	105

## 3.2. LA PRIMERA OPINIÓN..... 106

## 3.3. LA INNOVACIÓN EN LOS NOTICIEROS..... 108

3.4. LOS PRECURSORES DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN  
MEXICANA..... 1103.5. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN QUE SE PRESENTAN EN  
TELEVISIÓN..... 112

## 3.6. CARACTERÍSTICAS QUE DISTINGUEN A SU COMENTARIO..... 114

## 3.7. LOS OBJETIVOS QUE BUSCAN..... 116

3.8. LA RELEVANCIA DE LA PRESENCIA DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS  
DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN..... 118

## 3.9. QUIÉN PRESENTA LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN..... 120



3.10. DEFINICIÓN DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN.....	121
3.11. LOS BENEFICIOS PARA TELEVISIÓN AZTECA.....	123
3.12. LA IMPORTANCIA DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN AZTECA.....	124
3.13. UN PERIODISMO MÁS COMPLETO.....	126
3.14. OTRO NIVEL INFORMATIVO.....	128
3.15. LA PRESENCIA DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.....	130
3.16. EL FUTURO DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN MEXICANA.....	132
CONCLUSIONES.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	146
HEMEROGRAFÍA.....	148
DIRECCIONES EN INTERNET.....	149

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años el periodismo se ha utilizado como una de las fuentes de información más importantes para construir la historia del mundo; indagar, recopilar y publicar cada uno de los sucesos que acontecen a diario, ha llevado a éste a buscar nuevas y más rápidas formas de presentar la información.

Una de ellas fue a través de la televisión que busca, al igual que los demás medios (prensa y radio), captar la atención de su público: que los sigan y que se identifiquen con ellos. La televisión intenta poner en práctica dos aspectos importantes: informar y orientar, a través de una mayor apertura de sus espacios.

"Las noticias de la televisión tienden a inspirar más confianza que las de los periódicos, cuando éstos cuentan las cosas de otra manera, pero la gente que sigue atentamente las noticias de la televisión es probable que lea un periódico, los medios se combinan y se encuentran en el público, en las conversaciones de la gente".<sup>1</sup>

Pocas personas tienen tiempo para leer un diario completo, en tanto la televisión es un medio que ha superado en este aspecto a los demás medios. El público se mantiene al tanto de lo que sucede a través de sus noticieros, que informan sobre los principales temas que se discuten en el país. Actualmente no sólo mantienen informado a su público, también buscan que la información de mayor importancia sea comprendida a través de una mayor apertura de la opinión, al incluir comentaristas, columnistas y articulistas que antes sólo podían exponer su punto de vista en los medios escritos.

"Idealmente, la información por sí sola o la información aderezada con juicios, opiniones e interpretaciones debiera bastar para que todo el público formara, con base en ellas, su propio criterio. Sin embargo, cada diario, cada revista o noticiero de radio y especialmente la televisión, de acuerdo con el crédito que ha sabido ganarse entre el público, se hace de un cierto prestigio que lo convierte en una especie de orientador de conciencia en algunos sectores".<sup>2</sup>

Por tanto, cuando se emiten comentarios a través de los medios, en este caso la televisión provoca el surgimiento de la opinión en el público. Anteriormente se enfatizaba que

"la prensa escrita tendía cada vez más a prestar atención al llamado segundo nivel de información- la noticia valorada, la noticia explicada dentro de un contexto en el que cobre significación, con sus antecedentes y sus futuras repercusiones previsibles-. El primer nivel informativo está hoy en día acaparado por el periodismo de radio y televisión, en tanto que la prensa escrita tiende a exponer los hechos en el segundo nivel: al simple dato se le incorporan elementos valorativos que aportan cierta dosis de opinión".<sup>3</sup>

Actualmente, la televisión mexicana no sólo está en el primer nivel informativo, sino que también abarca el segundo nivel, un momento que no era relevante en nuestro país, y se

<sup>1</sup>GOMIS, Lorenzo, *Teoría del Periodismo*, p. 58.

<sup>2</sup>LENERO, Vicente y Marín Carlos, *Manual de Periodismo, Tratados y Manuales Grijalbo*, p. 288.

<sup>3</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *Curso General de Redacción Periodística*, p. 283.

refiere específicamente a la opinión, el exponer juicios de valor, a través de personas expertas y reconocidas en el área que se está analizando.

Entonces la presencia de los géneros de opinión, en un medio tan visto como es la televisión, es muy importante y necesaria. Sobre todo porque los tiempos de cambios que se están suscitando en el país se hacen más notables, por lo tanto, es de gran importancia que la información que se está presentando sea más profunda y más opinativa, ya que el público exige y requiere de un periodismo más comentado que informativo. Porque ya no es suficiente presentar simplemente la información, sino que ahora es necesario que lleve un toque de más profundidad, mezclado con análisis y opinión.

La historia de los géneros periodísticos de opinión en la televisión de México no existe (tema que podría ser interesante investigar). Pero en cuanto a la aparición histórica de estos géneros, podemos señalar que surge paralelamente a la historia del periodismo, pero como un hecho cultural. Es importante aclarar en este punto que la historia de los géneros de opinión se retoma a partir de la que se conoce de los medios escritos porque no hay un momento que indique cual fue el primer paso de estos géneros en la televisión. Los antecedentes se remontan a 1850 y se divide en tres etapas muy importantes: periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación.

Cada una de estas etapas tuvo su momento cumbre; en el periodismo ideológico su auge permaneció hasta el final de la Primera Guerra Mundial. Este tipo de periodismo es de tendencia doctrinaria, moralista y proselitista al servicio de ideas políticas y religiosas, es decir, una prensa con muy pocas informaciones y muchos comentarios. En esta etapa surge nuestro tema de estudio: los géneros de opinión.

A pesar de ser los precursores del periodismo, los géneros de opinión no trascendieron en el quehacer periodístico, por el contrario coexistieron durante un tiempo, en la segunda etapa conocida como: el periodismo informativo que inicia en 1870, dándole paso a los géneros informativos donde predomina la narración o relato de hechos. Y por lo tanto degradando la opinión a un segundo término.

Después de la Segunda Guerra Mundial aparece un nuevo tipo de periodismo: el periodismo de explicación, -donde nuevamente reaparecen los géneros de opinión-, aborda los hechos en profundidad y utiliza equilibradamente los géneros básicos (relato y comentario). Este último pretendió ocupar un nuevo espacio informativo en el que ya coexistían otros medios de comunicación que informan con mayor rapidez (primero la radio, después la televisión).

A pesar del surgimiento de las nuevas formas de expresión periodística, los géneros de opinión continuaron al margen, principalmente en el medio para el cual fueron creados, la prensa. Sin embargo, surgen los medios electrónicos: la radio y la televisión. Cada uno de ellos en su momento adopta los géneros periodísticos, para la conformación de sus espacios de noticias, sin embargo, los géneros de opinión no fueron los precursores de estos medios de

comunicación como en el periódico. Estos géneros fueron integrados poco a poco en los medios electrónicos, iniciaron primero en la radio y posteriormente en la televisión.

En la televisión los géneros de opinión se presentan más rápidamente en otros países, sin embargo, en México aparecen formalmente, según la investigación que se realizó en este trabajo, en el noticiero Hechos que surgió paralelamente con Televisión Azteca entre 1994 y 1995, de ahí la inquietud por realizar esta tesis. Anteriormente no se veían estos géneros de opinión como algo formal en los noticieros largos de la televisión mexicana, como actualmente se presentan, se encontraban, entonces como algo aislado y separado de las noticias, como un espacio independiente, cuando deberían pertenecer al noticiero, al igual que aparecen en un periódico, como uno de los elementos fundamentales.

Los puntos anteriormente mencionados los trataremos más a fondo en el contenido de este trabajo de investigación, el cual se ha dividido en tres capítulos que presentan la información que se obtuvo sobre el tema: en un primer capítulo se integró la historia, la clasificación y los tipos de géneros periodísticos. Se define más específica y detalladamente los aspectos que conforman nuestro tema de estudio, los géneros periodísticos de opinión: el editorial, el artículo y la columna.

Cabe mencionar que se llevó a cabo este capítulo por la importancia de tener un sustento teórico, ya que los conceptos sobre géneros de opinión sólo se han creado para los medios escritos y no para los electrónicos. Es por ello que se retoma en este apartado cada uno de los conceptos de los géneros de opinión en prensa, por la importancia de tener una base teórica para realizar la identificación de los géneros de opinión en la televisión.

Se describen los antecedentes históricos de cada uno de ellos, se establece su definición, su caracterización, sus funciones, la clasificación, los tipos, los temas que abordan, el estilo y la técnica que los identifica, la estructura que deben tener, la forma de redacción, quién es el responsable del escrito periodístico, es decir quién firma, se define quién es el creador del género de opinión, qué características debe tener quien escribe el género de opinión para poder realizar dicho género, la función que debe cumplir con el público que se acerca a este género, y breves puntos que señalan los antecedentes del género en el periodismo de México. Todas estas definiciones han sido tomadas de las referencias bibliográficas de los principales teóricos que tratan este tema y que se encuentran señalados en la última parte de este trabajo para su consulta.

En un segundo capítulo se recopiló, luego a partir de la investigación bibliográfica, pero principalmente hemerográfica, los antecedentes históricos de Televisión Azteca y del noticiero Hechos, todo ello se buscó en su página de Internet, así como en las fuentes hemerográficas: en la revista *Proceso* y la *Revista Mexicana de Comunicación*. Se reseña lo que fue la creación del canal 13. Posteriormente, se establece el surgimiento de Imevisión, la privatización de Imevisión. La venta del canal del gobierno a Ricardo Salinas Pliego, el cual llevaría por nombre Televisión Azteca.

## XI

En este punto se profundiza en todos los aspectos que ha trascendido, en lo que ha sido el avance de la televisora desde su compra en 1993, y los ocho siguientes años de su trayectoria en la televisión mexicana, datos que no habían sido recopilados anteriormente y que se logran reunir en este trabajo. Por lo que, este capítulo es relevante para la investigación, porque se integra la historia de Televisión Azteca.

En el mismo capítulo, también hacemos énfasis en aspectos importantes del noticiero Hechos, se presenta una posible definición, y la descripción de cada una de las emisiones del noticiero: Hechos de la Noche, Hechos de la Tarde, Hechos de la Mañana, Hechos del 7 Y Hechos del Sábado. Además se menciona la trayectoria de cada uno de los conductores y representantes del noticiero.

En el tercer y último capítulo se presenta lo más trascendente de la investigación: La presencia de los géneros de opinión en Televisión Azteca. En este apartado se encuentra la respuesta a lo que fue el objetivo del trabajo: Demostrar que Televisión Azteca presenta en sus noticieros a los géneros periodísticos de opinión. Así como determinar si la hipótesis que se planteó fue verdadera o falsa: Televisión Azteca se encuentra en el segundo nivel informativo que consiste en exponer los hechos, incorporando elementos valorativos que aportan cierta dosis de opinión.

Estas respuestas las encontramos a partir de los siguientes pasos que se siguieron para poder concluir lo que suponíamos. Primero se realizó la revisión documental, tanto en libros como en tesis, de todos y cada uno de los aspectos que conforman y definen a los géneros periodísticos de opinión, los cuales sirvieron para la conformación del primer capítulo, y fue la base para continuar con el monitoreo de las cinco emisiones del noticiero Hechos de Televisión Azteca, donde se identificaron los espacios que coinciden con las características que señalan los teóricos de los géneros de opinión.

Luego de establecer en qué emisión del noticiero se presentaban con más frecuencia, se prosiguió a realizar el monitoreo, desde el 24 de julio y hasta el 1 de septiembre del año 2000, donde se buscaron las siguientes características que ayudarían a indagar más a fondo en el tema: la televisora que transmitía el noticiero, el canal en que lo difundían, en qué emisión del noticiero, el horario de transmisión, cuál era el espacio de opinión, quién era el encargado del espacio y la periodicidad.

Posteriormente, luego de identificar los aspectos anteriores, se realizó un examen de la información obtenida para poder establecer qué géneros de opinión se presentaban y sobre todo quiénes los presentaban, ya que luego de conocer a los representantes del género, se prosiguió a pedir entrevistas con ellos. En las entrevistas que se realizaron se lograron obtener datos que nos confirmarían la existencia de los géneros de opinión en la televisión.

Así como el conocer qué tipo de género de opinión están realizando en televisión, de la importancia de integrar en las definiciones teóricas los géneros periodísticos en televisión, de las características que tiene su espacio de opinión, de la importancia de la presencia de estos

géneros en la televisión, de la evolución que está teniendo Televisión Azteca a otro nivel de información, y por lo tanto si ya realiza un periodismo más completo en televisión, de la importancia que el noticiero le da a la presencia de los géneros de opinión, del objetivo que busca al presentar su opinión en televisión, del futuro que le depara a este tipo de géneros en este medio de comunicación, de los beneficios que ha tenido Televisión Azteca con esta innovación.

Entre otros aspectos, como la importancia de dar a conocer quien presenta opinión en los noticieros de Televisión Azteca, de los beneficios que el público tiene con esta forma de dar la información, además de aceptar ser precursores en este género en la televisión mexicana, así como cuándo fue la primera vez que se transmitió este tipo de géneros en los noticieros de televisión, de su trayectoria en Televisión Azteca y por supuesto platicar cómo fue que se inició el proyecto de opinar en televisión, pero como algo formal y permanente en un noticiero y no de manera aislada.

Por supuesto estas preguntas fueron las más importantes del cuestionario y sólo se habla de ellas porque las demás que lo conformaron no fueron respondidas por los entrevistados por falta de tiempo, para cinco de los entrevistados se realizó un mismo cuestionario, y sólo para Sergio Sarmiento se agregaron algunos otros al cuestionario, ya que él es uno de los primeros en opinar en la televisora, sin embargo, al igual que los otros no respondió por falta de tiempo. Para poder realizar las entrevistas primero se buscó información en las páginas de Internet, se consiguieron los teléfonos para contactarlos, algunos los conseguí durante mi indagación, pero la mayoría de ellos los conseguí con la ayuda incondicional de María del Rocío Martínez del Valle, quien es Asistente de Producción del programa Ventaneando.

Las entrevistas las realice de la siguiente manera. Empezaré en el orden de presentación según el noticiero: de Hechos de la Mañana, Javier Bonilla, a quien luego de intentar localizar por teléfono durante una semana, para conseguir la entrevista, se negó explicando por medio de su secretaria que no tenía tiempo para atender tesis.

En tanto, Fidel Samaniego aceptó sin ningún problema. Arturo Damm, luego de algunas llamadas por teléfono concertó la cita de la entrevista. A Roberto Salinas, quien participa en dos emisiones del noticiero, Hechos de la Tarde y también en Hechos de la Noche, le escribí un mensaje a través de su correo electrónico, el cual me contestó exitosamente.

Me citó en su oficina de Televisión Azteca, para después llevarme a ver, en vivo, su comentario económico en el noticiero de Hechos de la Tarde. Entramos al estudio y observé cómo se llevaba a cabo la realización del noticiero, la forma en cómo prepararon la entrada para la presentación del comentario de Roberto Salinas y algunas otras notas extras. Por lo tanto puedo decir que esta fue una de las entrevistas más exitosas de la investigación.

De hechos de la Noche: Sergio Sarmiento. La entrevista se llevó a cabo por teléfono. Erick Guerrero, luego de una ardua búsqueda durante 4 meses, de comunicarme con él por correo electrónico, y por teléfono no se llevó a cabo.

### XIII

Con Luis Pazos, la entrevista fue de "banqueta" en la Cámara de Diputados. Leonardo Curzio me atendió y respondió todas mis preguntas.

Una vez realizadas casi todas las entrevistas, se continuó a transcribir la información, que más tarde formaría el tercer capítulo, y por supuesto las respuesta a nuestro objetivo e hipótesis, que se presenta en el apartado de las conclusiones a las cuales se llegó. También encontraremos, en la última parte del trabajo todas las fuentes de información, tanto bibliográficas, como hemerográficas, que se requirieron para la conformación del trabajo.

Como se describió anteriormente se tuvo que indagar en libros y tesis, para poder conformar la investigación. Durante esta búsqueda se encontró que no hay información específica que hable de los géneros de opinión en la televisión mexicana y por ello se retoman los conceptos teóricos sobre estos géneros, aún cuando sólo se han creado para los medios escritos.

Ya que como lo mencionan entre líneas algunos teóricos que se señalan a continuación, es de ahí de donde se ha partido para realizar este tipo de géneros para la televisión. Es necesario aclarar este punto porque fue necesario basarse en la teoría para crearle un sustento teórico a la investigación y sobre todo una base para poder identificar, a partir de los elementos teóricos, los géneros periodísticos de opinión existentes en la televisión.

Los textos donde se menciona este tema fueron: el libro de Vicente Leñero y Carlos Marín, *Manual de Periodismo, tratados y manuales Grijalbo*. En este apartado el autor hace mención únicamente de la importancia, el objetivo y del lugar que ocupan los géneros de opinión en los distintos medios de comunicación.

Para Leñero y Marín es una "Expresión viva de los intereses y de la lucha de clases, el periodismo en sus distintas manifestaciones establece también, de manera insalvable vínculos de "complicidad" con sectores a fines a cada empresa periodística. En artículos y editoriales se hacen explícitos los mensajes que de manera implícita o no suficientemente expresa contiene los demás géneros periodísticos que maneja cada diario, cada revista o cada noticiero de radio y televisión".

En el texto de F. Bond Fraser, *Introducción al Periodismo, estudio del cuarto poder en todas sus formas*, existe un apartado denominado "los columnistas de radio y televisión". En este punto señala que en la radio y la televisión se presentan duplicados orales de las formas más populares del periodismo escrito. "los noticieros repiten los encabezados de los diarios; los programas de los comentaristas parecen facsimiles parlantes de las columnas de los periódicos". Sin embargo es un párrafo muy pequeño el que presenta sobre este tema.

En *El comentario Periodístico, los Género Persuasivos* de Luisa Santamaría, señala a la televisión como un medio que ha ganado terreno en el aspecto informativo en comparación con la prensa escrita y que por lo tanto su trabajo ahora será el de interpretar y editorializar esa información que se transmite, además señala que "el editorial es un género propio del

periódico y encuentra dificultades para sentarse en los medios electrónicos. En ellos el comentario ha de personalizarse y por lo tanto responderá más a la columna personal que al editorial anónimo”.

En el libro de José Luis Martínez Albertos, *Curso General de Redacción Periodística*, se menciona, sin involucrarse con la televisión, “que es muy posible que gran parte de las conclusiones y normas de trabajo válidas para el análisis y realización de los géneros periodísticos en la prensa escrita sean igualmente aplicados a otros periodismos (radio y televisión). Así lo han visto, por lo menos, algunos autores al trasladar prácticamente en bloque toda la terminología y la sistemática de los géneros periodísticos impresos al periodismo no escrito”.

En cuanto a las tesis que se han realizado sobre el tema encontré: *Análisis de la Columna en la Prensa Mexicana Contemporánea: Teoría y Práctica*, de María Adriana Jiménez Rivera, de la UNAM, ENEP Aragón. Este trabajo de investigación fue el que más se acercó a la investigación de esta tesis, ya que en la investigación se habla de la existencia y presencia de la columna en televisión, hace énfasis en algunas características de este género que señalan su existencia en este medio, además de hacer un análisis detallado de los noticieros y programas de la televisión mexicana de 1990 que podrían tener una columna algo que aún no existía y lo enfatiza en sus conclusiones.

En la investigación se señalan también características de los géneros de opinión en televisión, pero tomando en cuenta sólo a dos de ellos, el editorial y el comentario. Cita definiciones de lo que es un comentario de opinión en televisión, que además fueron importantes para realizar esta investigación. Menciona Jiménez Rivera que la diferencia de lo que sería el editorial como el comentario del conductor y el comentario (columna) el cual, menciona, está limitado al igual que el editorial...“si el comentarista tienen habilidad televisiva, si está dotado de encanto fotogénico... el resultado puede ser notable, más ágil y dinámico, más televisivo en una palabra”.

Esto hace notar y lo menciona citando que los géneros de opinión en televisión siguen limitados únicamente a los acontecimientos de trascendencia. Y explica que sólo “dentro de ciertos noticieros algunas secciones evolucionaban hasta el columnismo porque trascendían lo estrictamente informativo para llegar a la interpretación y el comentario...”.

Señala además que la columna se manifiesta en otros medios pero que en la televisión aún no trasciende y menciona que en su análisis dentro de la televisión nacional sólo encontró dos posibles columnas, donde el tema principal es el medio del espectáculo y se encuentran independientes de los noticieros. Lo cual, apunta la autora “se evidencia tal situación del periodismo mexicano. Sin duda, una señal de la falta de creatividad en los espacios informativos electrónicos”.

Como nos dimos cuenta la investigación que más se relaciona con este trabajo se realiza en 1990, a pesar de que abarca los tres medios de comunicación más importantes sólo se



enfoca a un solo género de opinión: la columna, tuvo casi el mismo fin identificar la presencia de los géneros de opinión en la prensa mexicana, por lo tanto abarcó la televisión, sin embargo al indagar en este medio tuvo una limitante, aún no había mucho de donde investigar.

Por lo tanto podemos decir que este trabajo se enfoca a un sólo medio: la televisión, y a los principales géneros de opinión (editorial, columna y artículo). Lo cual permite decir que, el trabajo es relevante, puesto que no hay un documento donde se hable de la presencia de los géneros de opinión en la televisión, de las personas que los realizan, no hay entrevistas de ellos donde den su punto de vista sobre lo que realizan en televisión y de su importancia actualmente.

No hay un documento completo que hable sobre la historia de Televisión Azteca, del noticiero Hechos y de la presentación de los géneros de opinión, por primera vez, en un noticiero largo de televisión. Desde la perspectiva académica es importante la investigación porque se resalta lo relevante que es la presencia de los géneros periodísticos de opinión en los noticieros de televisión. Ya que anteriormente sólo se hablaba de la presencia de estos géneros en la prensa, principalmente, y en la radio.

Estos géneros los identificamos en la prensa por su colocación en el periódico, por su tipo de letra, por su periodicidad, por el nombre o seudónimo del autor, por el título del espacio. Actualmente, se incluyen en algunos periódicos la fotografía del autor, su correo electrónico y hasta su página de Internet, por lo que podemos conocer su rostro, pero no conocemos ni su voz ni el tono en que pondría expresar su opinión.

En tanto, la radio tiene las mismas características, pero además podemos escuchar el énfasis que le pondría el autor a su comentario, sin embargo, el auditorio no conoce su rostro. Por lo que, la importancia de la investigación deriva de la trascendencia que se está dando en la televisión, de la apertura que le está dando a la opinión, al presentar a los diversos tipos de géneros de opinión y a sus expositores, al presentarlos ante el público y permitir que los conozcan.

Por ello la inquietud del tema, por dar a conocer la presencia de estos géneros en la televisión y el resaltar la importancia que se les está dando actualmente, y porque no hay un documento en México que exponga la presencia de los géneros de opinión en la televisión, como en los medios escritos o la radio.

Este trabajo tiene la intención de concentrar los datos que comprueben esta presencia. Por lo que esta investigación se considera será de mucha utilidad ya que servirá a los interesados en el tema, al aportarles datos que aún no están definidos en los libros y a establecer nuevos puntos de partida hacia otras investigaciones que surjan del mismo trabajo.

Además de complementar la información que compone y corresponde a la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, así como, enriquecer los conocimientos de la comunidad que la integra. Por lo tanto, al no haber un escrito donde se encuentren

## XVI

conformados estos temas, esta investigación permite ser un documento que ayude a reconocer la existencia de estos géneros en la televisión mexicana, algo que antes no había y que actualmente existe.

Pero sobre todo es un documento que servirá como información sobre la existencia y realización del periodismo de opinión en la televisión mexicana. Además dará pie a la creación de otras investigaciones que tengan como objetivo la formación de todos los aspectos, tanto teóricos como prácticos que fundamenten la elaboración de un periodismo de opinión en la televisión mexicana, información que aún no se encuentra en nuestro país.

# CAPÍTULO 1

## LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN

### 1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN

La historia de los géneros periodísticos de opinión en la televisión aún no aparece en los libros, sin embargo, para que estos géneros se realicen han adoptado todas y cada una de las definiciones teóricas que se han presentado, aún cuando estén definidas para los medios escritos, tal y como lo veremos a continuación en este capítulo, donde se definen todos los géneros periodísticos, y más específica y detalladamente, los aspectos que conforman a los géneros de opinión.

Esta limitante no ha evitado que estos géneros periodísticos se incluyan en la televisión. Tal como lo señala José Luis Martínez Albertos, quien menciona que "es muy posible que gran parte de las conclusiones y normas de trabajo válidas para el análisis y realización de los géneros periodísticos en la prensa escrita sean igualmente aplicados a otros periodismos (radio y televisión). Así lo han visto, por lo menos, algunos autores al trasladar prácticamente en bloque toda la terminología y la sistemática de los géneros periodísticos impresos al periodismo no escrito".

Por lo tanto, si nos vamos a enfocar a los géneros periodísticos de opinión es indispensable conocer sus raíces históricas, es por ello que se presentan en este capítulo los antecedentes de los géneros periodísticos los cuales se remontan al origen de la prensa escrita, como ya se había mencionado.

La presencia de los géneros periodísticos en la historia está estrechamente relacionada con las etapas del periodismo moderno. Durante el siglo XIX el periodismo, tanto en Europa como en América, se construyó de dos fuentes importantes: la política y la literatura.

Luisa Santamaria señala que este periodismo político y literario cuyo máximo exponente trasciende al plano intelectual, es sin duda Jaime Balmes, quien fue abriendo paso al periodismo informativo. Los artículos firmados que se presentaban cedieron su primacía a las noticias anónimas (Havas en París, 1855; Fabra en España, 1868) que requerían de un tratamiento de la noticia con unas características especiales de estilo: frase breve, claridad sintáctica, voces comprensibles.

Todo ello motivó a pensar a algunos autores que el periodismo era un género nuevo dentro de la literatura, con características peculiares. El nombramiento de género tuvo

contradicciones. Había quienes los definían como un estilo periodístico, por lo que la discusión llevó a varios escritores a dudar y redefinir el concepto. Los géneros periodísticos como los conocemos fueron entonces el resultado de una elaboración histórica unida a su evolución como concepto definición.

De acuerdo con el objetivo que tienen los géneros se pueden clasificar como: los relatos de hechos y los comentarios que sirven para exponer las ideas. Los géneros, a lo largo de su historia dentro del periodismo no han sido tan importantes como en la actualidad. Solamente el género informativo es el que ha predominado desde su origen y a través de las distintas etapas que lo han transformado.

### **1.1.1. Etapas del periodismo**

En el siglo XIX, el periodismo evolucionó de una forma casi paralela con el desarrollo de la sociedad. El profesor José Luis Martínez Albertos, en su libro *Curso General de Redacción Periodística*, apunta que el periodismo posterior a 1850 supone una serie de logros de primera magnitud: la conquista de las capas de la sociedad de casi todos los temas.

En este siglo el periodismo se divide en tres etapas: periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación. Estas etapas tienen un desarrollo sucesivo y algunas de ellas persisten en la etapa siguiente a pesar de que vaya cambiando la historia periodística. Martínez Albertos las define de la siguiente manera:

### **1.1.2. Periodismo Ideológico**

Esta etapa permanece en todo el mundo hasta finales de la Primera Guerra Mundial. Se caracterizaba como un periodismo doctrinal y moralizador, con un pensamiento proselitista al servicio de ideas políticas o religiosas.

Se trataba de una prensa opinante que respondía a una etapa histórica de partidismo político y luchas ideológicas, cuya influencia literaria puede buscarse en los discursos antológicos de los parlamentarios Cánovas y Castelar, así como Donoso Cortés. Se distinguía como una prensa en la que el comentario predominaba sobre la noticia. Había tanta falta de información como exceso de comentarios, por lo que predominaba una cierta mentalidad de sermonear.

En esta primera etapa se consolida el género periodístico que los anglosajones denominan *comment* y que se traduce como comentario o artículo en sus diferentes modalidades.

"El periodismo de opinión por la seriedad de los temas que trata tiene una profunda responsabilidad, ya que ejerce una importante presión ideológica en la sociedad. Por la misma razón, el periodista que incursiona en este género debe tener una profunda formación, una gran responsabilidad e imprimir a sus juicios sensatez, equilibrio y honestidad".<sup>4</sup>

### 1.1.3. Periodismo Informativo

Funge como la segunda etapa y se genera hacia 1870 como fenómeno definido y coexistente, durante cierto tiempo con el periodismo de corte ideológico. Entre 1870 y 1914 se inicia en Inglaterra y posteriormente con mayor fuerza en Estados Unidos de América. Este nuevo periodismo se apoya fundamentalmente en la narración o relato de hechos. Es la etapa que Georges Weill denomina Edad de Oro de la Prensa.

En el continente europeo la contienda ideológica de los partidos se mantiene prácticamente hasta finales de la Primera Guerra Mundial, numerosos ejemplos residuales de la anterior prensa de opinión. A partir de 1920, la prensa de información se impone en todo el mundo occidental. La progresiva tecnificación del periodismo que tiene una importancia decisiva en el cambio y se mantiene esta actuación hasta el término de la Segunda Guerra Mundial.

La etapa dorada de este modo de hacer periodismo se sitúa entre 1920 y 1950 en que se puede constatar la progresiva desaparición de la prensa ideológica o periodismo de opinión. Básicamente se trata de un periodismo de narración de los hechos, no de comentarios, lo que los anglosajones denominan *story*, con una gama de especialidades que dan origen a lo que nosotros llamamos géneros periodísticos informativos: información, reportaje y crónica, con sus correspondientes variantes cada uno de ellos.

"Los textos del periodismo informativo, independiente de su extensión, responden siempre a las respuestas de estas preguntas: ¿qué? ¿quién? ¿dónde? ¿cómo?".<sup>5</sup>

En este género debe brillar la información. El periodista simplemente informa, con mayor o menor extensión según la forma que trate, pero sin entrar en la interpretación, y sin expresar nunca su opinión personal, ni la del medio para el cual trabaja.

### 1.1.4. Periodismo de Explicación

El año de la paz, 1945, marcó un nuevo capítulo en el periodismo: la profundidad. Puede hablarse desde entonces de una nueva etapa de la historia del periodismo contemporáneo frente a la prensa popular que se caracterizó por el sensacionalismo. Surgió con extraordinaria

<sup>4</sup>MARTÍNEZ VALLE, Mabel, *Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas*, p. 46.

<sup>5</sup>ib.

fuerza, en 1950: como una prensa de calidad que intentó realizar el llamado periodismo de explicación, interpretativo o de profundidad.

Éste periodismo de explicación utilizó equilibradamente los géneros básicos: el comentario y el relato, pero situándolos en una nueva perspectiva mediante la cual el lector encuentra los juicios de valor, situados de forma inmediata a lado de la narración o relato objetivo de los hechos, topográficamente diferenciados unos géneros de otros: *stories* y *comments*.

Hay que señalar que dentro de este género del periodismo están las variantes del reportaje de profundidad. La crónica se perfila como un género marcadamente intermedio, a mitad de camino entre relato objetivo de los hechos y el comentario valorativo, que tales hechos merecen al periodista. Algunos estudiosos señalan que la fecha de nacimiento de este periodismo de explicación es en 1923 con la aparición de la revista *TIME*.

"El periodismo interpretativo o de explicación utiliza equilibradamente ambos géneros básicos, relato y comentario, pero los coloca en una nueva perspectiva favoreciendo la práctica de situar los hechos en un contexto, en un *background* significativo, con un fuerte andamiaje de documentación".<sup>6</sup>

En este género, además de la información escueta ofrece explicaciones, interpretaciones y profundidad a sus textos. Aprovecha todas las respuestas obtenidas por el género informativo y, pone énfasis en el ¿por qué? y el ¿para qué?. El periodismo interpretativo o de explicación ha sido llamado la exégesis del periodismo, porque busca las respuestas, realiza investigaciones, ofrece la explicación de los hechos y busca satisfacer al lector en todas sus dudas.

"Es el género que forma la opinión del lector sin dar la propia. Es el que proporciona los elementos para juzgar y le fundamenta sus juicios de valor".<sup>7</sup>

## 1.2. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

### 1.2.1. Definición

Por similitud a los géneros literarios, tópicos en toda preceptiva literaria, los estudiosos del periodismo han señalado igualmente la existencia de determinados géneros periodísticos.

<sup>6</sup>SANTAMARÍA, Luisa, *El Comentario Periodístico*, pp. 19-20.

<sup>7</sup>MARTÍNEZ VALLE, Mabel, *Op. cit.* p. 46.

Y es a través de los investigadores que se interesaron en sus mensajes, su presentación y su contenido, que se creó una cierta teoría sistemática que permitió descubrir y agrupar los textos periodísticos por razón de su género peculiar. Al respecto Martínez Albertos define a los géneros periodísticos como las "diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser designadas a canalizarse a través de la prensa escrita".

Se diferencian por su finalidad en los mensajes de la publicidad y de cualquiera de sus modalidades particulares: propaganda ideológica, anuncio y relaciones públicas.

"El concepto de género periodístico es reciente en la bibliografía sobre Ciencias de la Comunicación. Hasta principios del año de 1960 no aparece expuesto sistemáticamente con afán didáctico."<sup>8</sup>

Luisa Santamaría señala que a finales del siglo XIX, el principal defensor de la idea del periodismo como género literario autónomo fue Joaquín Francisco Pacheco, periodista sevillano, quien por primera vez abogó por el periodismo como un género literario particular. Esta mediación abrió una polémica entre los miembros de la Real Academia. La calificación del género tuvo sus detractores. Algunos académicos preferían hablar de estilo periodístico, en vez de género periodístico.

En tanto, menciona que el escritor español que más negó al periodismo la categoría de un género propio fue Juan Valera, quien consideró que el periodista debe ser un escritor. Y no es sino cincuenta años más tarde cuando se resucita la cuestión, coincidiendo con el final de la etapa del periodismo informativo.

### 1.2.2. Clasificación

Los géneros periodísticos tal como aparecen actualmente son el resultado de una elaboración histórica que se encuentra unida a la evolución del mismo concepto. Santamaría menciona que los géneros se pueden clasificar de acuerdo con su objetivo en: los relatos de hechos y los comentarios para exponer ideas.

Sin embargo, estos géneros periodísticos no han tenido la misma importancia que tienen hoy en día. Y sólo un género es el que ha predominado a lo largo de los años y es el informativo.

Con los géneros periodísticos sucede lo mismo que con los géneros literarios su razón de ser está en el hecho de ser un principio de orientación para el lector, además de un comienzo de clasificación para el crítico y para el historiador.

<sup>8</sup>SANTAMARÍA, Luisa, Op cit. p. 17.

El género periodístico, como el literario, es una institución histórico-social, cuyo funcionamiento y finalidad es la que define el profesor Martínez Albertos como "un procedimiento que, sin saberlo utiliza el escritor para provocar en los lectores el asentimiento al contenido de la obra. Ahora bien, en el lector el asentamiento deriva de la idea que él tenga de los géneros literarios, y esta idea depende de la cosmovisión que cambia con la época histórica y su estructuración social".

"Los géneros periodísticos deben ser para nosotros principios de conocimiento del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra".<sup>9</sup>

Martínez Albertos encuentra que en un periódico impreso se encuentran cuatro diferentes elementos perfectamente separables entre sí: 1) noticias o relatos de hechos; 2) comentario o artículos que sirven para desarrollar determinadas ideas; 3) fotografía; 4) anuncios.

Se encuentran dos elementos que se ofrecen al lector bajo el aspecto de productos literarios: las noticias y los comentarios. Es aquí donde se distingue la existencia de una diversidad de géneros periodísticos en el conjunto de los textos noticiosos o de comentarios que aparecen en las páginas de los periódicos, sea cual sea su periodicidad.

Para poder señalar las características objetivas de los respectivos géneros es necesario mencionar la existencia de dos únicos géneros periodísticos: los textos que sirven para conocer hechos y los textos que sirven para dar a conocer ideas. Es decir, las noticias y los comentarios. Este sería de acuerdo con el autor, un criterio general aplicable a toda la prensa contemporánea occidental, de cualquier país que fuera.

Sin embargo, explica que en el periodismo de Estados Unidos se señalan exclusivamente dos géneros: el *story* y el *comment* (relato de hechos y exposición de ideas).

En tanto, en la tradición periodística anglosajona la distribución binaria de todo el material literario que aparece en un periódico está a su vez apoyada en lo que se podría llamar la filosofía del trabajo periodístico. Reflejada en el conocido axioma: *fact are sacred, comments are free* (el hecho es sagrado, los comentarios son libres).

Como resultado de todo esto, y en función de una realidad más varia que la existente en los países anglosajones, en España pueden señalarse cuatro géneros periodísticos: información, reportaje, crónica y artículo.

<sup>9</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, Op cit. p. 275.



"En los últimos años, sin embargo, en los países de origen latino se ha introducido cada vez más la fórmula anglosajona, de inspiración norteamericana, por un camino paralelo al desarrollo industrial de las empresas informativas".<sup>10</sup>

Al respecto Luisa Santamaría explica que la caracterización de los géneros periodísticos trajo confusiones a los estudiosos, principalmente en la identificación del periodismo de explicación y de opinión. Problema que llevó a los expertos del mundo a iniciar en 1951 reuniones internacionales para elaborar las conclusiones que se pondrían en práctica después de 1968. Y que Lester Marker las resume de la siguiente manera:

- La interpretación es un elemento básico en las tareas informativas.
- La interpretación es un juicio objetivo apoyado en los antecedentes, el conocimiento de la situación y el análisis de un acontecimiento.
- La interpretación es parte esencial de las noticias.

Luisa Santamaría propone ante la diferencia que se dio entre el periodismo de opinión y el interpretativo que la diferencia podría ser que el de opinión pertenece al mundo subjetivo del comentario y el interpretativo al del relato. Indica en su libro *El Comentario Periodístico* que las dos actitudes de la noticia ante los géneros periodísticos son las siguientes:

- Actitud informativa,
- Actitud de sollicitación de opinión,
- Sin embargo, plantea que se puede hablar de una tercera, que sería:
- La actitud de explicación o interpretativa, intermedia entre ambas.

Tomando en cuenta las anteriores actitudes, Santamaría establece que la división clásica de los géneros periodísticos se puede definir de la siguiente manera:

- Actitud informativa. Se presenta en los géneros: noticia, reportaje objetivo.
- Actitud de interpretación. Se presenta en los géneros crónica y reportaje en profundidad.
- Actitud de opinión. Se presenta en los géneros: artículo, (editorial, suelto, columna y crítica)

Una clasificación similar la establece el periodista Vicente Leñero quien distingue dentro de su clasificación de los géneros periodísticos las siguientes categorías: informativo, interpretativo o híbrido.

Informativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>noticia o nota informativa</li> <li>entrevista</li> <li>reportaje</li> </ul>
--------------	---

<sup>10</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, Op cit. pp. 275-278.

Opinativos	artículo editorial
Híbridos	crónica columna

Señala que esta misma clasificación, pero con un distinto orden de la siguiente manera:

Informativos	noticia entrevista reportaje
Opinativo	artículo (dividido a su vez en editorial, crónica y crítica o reseña)

Leñero aclara que los géneros periodísticos se entremezclan y aún llegan a enriquecerse con elementos formales de otras disciplinas (cuento, ensayo, novela). Sin embargo, siempre es posible determinar el género que predomina en cada texto periodístico.

### 1.3. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN

Estos géneros son, de acuerdo con el objetivo de este trabajo, los más importantes en su descripción, definición y caracterización. Sin embargo, no hay una clasificación sobre los géneros de opinión en televisión, ya que los conceptos se han establecido únicamente para los medios escritos. Y es a partir de estos conceptos que los medios electrónicos han adaptado los géneros de opinión a sus espacios informativos.

Es por ello que en este capítulo los definiremos no como géneros de opinión en televisión sino como se han establecido teóricamente. Por lo que, se señalará con mayor énfasis todos los aspectos que los teóricos han otorgado a cada uno de estos géneros de opinión.

Iniciaremos con el profesor alemán Emil Dovifat, quien señala que el trabajo periodístico consiste en reunir, clasificar y dar forma a las noticias de interés público. Establece que dentro de este quehacer periodístico se originan tres tareas específicas:

La más antigua y principal es la de recoger las noticias, la segunda es la que organiza y ordena las noticias, selecciona y revisa el material, además es donde se responde política y legalmente por el contenido que se ha incluido en el periódico. Y la tercera sección de trabajo que es la que nos interesa- es la de "editorializar". En ella se da forma y alcance a la noticia según la orientación del periódico.

"Esta última es donde se sabe apreciar exactamente el valor general, tanto político como cultural del acontecimiento, deduciéndolo de la emanación y sensación que cause".<sup>11</sup>

Dentro de esta tarea editorialista debemos incluir no sólo a los editorialistas, sino todos los géneros periodísticos que tienen esta finalidad de interpretación y orientación del lector. Dovifat llama a esta tarea publicisticoliteraria que tiene como misión:

"Encausar la rapidez y precipitación del suceso para que así llegue al dominio público en forma decantada; hacer que encaje la lucha fugaz y ruidosa de cada día dentro de la línea general, sin olvidar, donde la misión del periódico lo reclama, la lucha publicística en forma convincente y con buenas armas".<sup>12</sup>

Aclara que se trata de un trabajo mediante el cual enjuician e interpretan las noticias en función de la orientación ideológica del periódico. Por lo que se considera entonces que la principal función de la tarea editorialista es pensar y escribir como si fuera la conciencia del periódico.

"Ayudar al público a entender la importancia de una prensa libre y responsable. Es como el celoso guardián contra la violación del derecho que tiene el público a saber. Es quien fustiga el engaño, la injusticia, el desatino; es quien trata de inspirar a los hombres y mujeres para que den lo mejor de sí mismos".<sup>13</sup>

Considera que dicho trabajo periodístico busca transformar a la sociedad y la forma de vida de las personas. Por lo que esta tarea periodística es de suma importancia para el lector. El periódico debe tener un lugar especial, destinado a este quehacer, en sus páginas: la página editorial y la página opuesta.

En estos apartados tanto el director, los editorialistas, los columnistas especializados, así como escritores invitados y los propios lectores hacen todo juicio de valor. Como ya se había mencionado el término editorializar incluye cada uno de los géneros de opinión que a continuación detallaremos.

### 1.3.1. El Editorial

El editorial nace como una manifestación del revolucionarismo y corresponde a los jefes de la burguesía del siglo XVIII el título de fundadores de este género. En ese entonces los periódicos publicaban las noticias y las opiniones separadamente, las noticias en cartas y las otras en folletos.

<sup>11</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, Op cit. p. 243.

<sup>12</sup>id. p. 244.

<sup>13</sup>ib.

"Daniel Defoe fue el primero en unir estas dos corrientes periodísticas en una sola publicación, *The Review*, que publicó en Londres en 1704".<sup>14</sup>

En Estados Unidos, en sus primeros tiempos de periodismo, no presentaba, ni había una página editorial independiente. Las opiniones se expresaban sólo como observaciones añadidas al final de cada noticia, o como cartas al director, firmadas por un seudónimo.

Fraser Bond señala en su libro *Introducción al Periodismo*, que es a Noah Webster a quien corresponde el honor de haber sido el primero en colocar sus editoriales bajo el "rótulo" o nombre del periódico. Menciona que durante la era del periodismo colonial y a través de un siglo completo, después de esa época, casi todos los editoriales los escribía una sola persona: el director.

"En los primeros momentos de la República, las voces editoriales estaban a cargo de los partidos políticos. Mientras la libertad de prensa se iba proclamando en términos elegantes, las gacetas en la época de Hamilton y Jefferson eran por lo general abusivas, cartillas pendericeras atadas a la política y, con frecuencia, financieramente a los federalistas o a los republicanos".<sup>15</sup>

En el texto *The Washington Post, La Página Editorial* se reseña que algunos directores intentaban separar los motivos de las opiniones; sus artículos constituían un refrito de hechos, chismes, propaganda, lo que John Adams denominara "la más baja, vulgar y sórdida grosería".

Detalla que, el año de 1835, marcó un hecho notable cuando James Gardon Bennett, editor del *The New York Herald*, declaró que su periódico:

"No apoyaría partido alguno, ni sería el órgano de ninguna fracción o camarilla. A partir de este comentario se dieron los primeros pasos hacia una independencia de cobertura de las noticias y de comentarios apropiados y constructivos que retomaron incontables periódicos. Desde entonces siguió un siglo de impetuosa e intensa competitividad periodística, las voces editoriales correspondieron a los grandes empresarios: Horace Greeley, Joseph Pulitzer, William Randolph Hearst y otros por el estilo".<sup>16</sup>

En los años siguientes salvo en periódicos muy pequeños, o en aquellos que publican editoriales suministrados por sindicatos, ese trabajo es resultado de los esfuerzos de varias personas.

### 1.3.1.1. Definición de Editorial

Inclinarse a una sola definición resulta complicado ya que la mayoría de los autores muestra puntos importantes que establecen una clara caracterización de lo que significa un editorial. Es

<sup>14</sup>BOND FRASER, F., *Introducción al Periodismo, estudio del cuarto poder en todas sus formas*, p. 257.

<sup>15</sup>THE WASHINGTON POST, *La Página editorial*, p. 9.

<sup>16</sup>Ib.

por ello que se presentan a continuación las definiciones de los autores, que consideramos, más importantes en su estudio.

Iniciaremos con Bartolomé Mostaza quien identifica, en el escrito sobre *El Editorial*, publicado en el libro *El Periodismo* de Nicolás González Ruiz, al editorial como "una de las tres dimensiones básicas del periodismo: la dimensión de profundidad, que da al periodismo autoridad, consistencia y jerarquiza en planos su contenido."

"En la nomenclatura o jerga del periodismo, se llaman "fondos" a los artículos editoriales que marcan cada día el sesgo de la actualidad. Al ordenar en perspectiva los distintos planos de la jornada, se le confiere fondo, se le profundiza, escalándola desde la pura apariencia en que los hechos se revelan, hasta la oculta raíz de donde nacen".<sup>17</sup>

Por su parte, el profesor José Luis Martínez Albertos define el editorial "como la opinión del periódico respecto a las noticias que publica. Es la manifestación de la conciencia del periódico acerca de un problema particular".

En tanto, F. Fraser Bond en su libro *Introducción al Periodismo*, dice que "el editorial es un ensayo breve, impregnado de oportunidad".

Una definición del editorial que se combina con las anteriores es la de Héctor Borrat quien señala en *El Periódico Actor Político*, en términos más amplios que, "es la opinión del periódico respecto a cualquier tema. Incluso respecto a temas que no están expresa o directamente ligados a las noticias que publica".

Mabel Martínez Valle, por su parte considera en términos más concretos en su libro *Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas* que "es la forma más representativa del periodismo de opinión. Expresa la opinión del medio".

Vicente Leñero, por su parte, argumenta en su *Manual de Periodismo* que "es el género mediante el cual una publicación da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual".

Para Gonzalo Martín Vivaldi apunta en su libro *Del Pensamiento a la Palabra* que el editorial "es el tipo de comentario más completo: el que valora e interpreta lo sucedido, prevé lo que puede pasar y dicta lo que debe hacerse para evitar que acontezca algo que no debe suceder".

Los especialistas de este tema establecen claramente, en términos generales que el editorial es la opinión que tiene un periódico ante la noticia más importante del día, estableciendo al lector su postura ante el hecho que se está generando.

<sup>17</sup>GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, *com.*, *El periodismo*, p. 175-184.

### 1.3.1.2. Características del Editorial

Las características más comunes que tiene el editorial las establece Vicente Leñero y Gonzalo Martín Vivaldi.

Leñero solamente identifica cuatro de ellas:

- Es sistematizado, cuyo lugar tradicional es el periódico diario, pero aparece también en algunas revistas y noticiarios.
- Comenta los sucesos que cada empresa considera los más importantes de la actualidad.
- Sirve para que el periódico exponga su propia doctrina y desarrolle la labor ideológica a que todo medio periodístico responde.
- Aparece en un lugar fijo y se publica sin firma”.

Martín Vivaldi, por su parte, señala que en el editorial: “Al comentar, el simple rodeo no vale: hay que atacar a fondo, sin miedo, con decisión. Lo cual no quiere decir que convenga afirmar “a raja tabla”, con estilo tajante, ni tampoco ser cauteloso que no se diga nada”. Por lo que establece que la única característica del editorial es:

La IMPERSONALIDAD. Donde se comenta casi siempre en nombre de una comunidad, de una institución, de una empresa. No es mi voz la que suena, mi palabra la que debe imponerse, ni mi nombre ni mi firma lo que prevalece, sino la voz de la razón al servicio de la verdad y en nombre de la empresa, de la institución o de la comunidad de intereses a los que en el momento de comentar, representamos.

La impersonalidad es lo que diferencia el editorial del artículo periodístico. El editorial debe tener cierta altura de pensamiento y la necesaria elegancia de dición. Lo demás es simple divagación o intrascendente “catilleo”.

El editorial sostiene los siguientes fundamentos según lo establecido por Leñero: Sostener una doctrina, subrayar acontecimientos de los cuales ya se informó en otras secciones del periódico, casi siempre en su primera plana. Proyecta el tipo de sociedad a que aspiran los editoriales. Lo que está vedado en la primera plana- condenar o censurar hechos, enjuiciar- es, precisamente lo que se vuelve declaración de principios en el editorial.

Es eficaz cuando más tiene aplicación con realidades periodísticas concretas. La elaboración requiere del redactor una cultura vasta y experiencia para expresar ideas. Es más eficaz cuando argumenta que cuando se limita a condenar o a denunciar. No debe convertirse en manifiesto, en panfleto o en pancarta.

### 1.3.1.3. Funciones del Editorial

Cada uno de los autores ya mencionados establecen las siguientes funciones que debe tener el editorial.

Bartolomé Mostaza identifica las siguiente:

- El editorial tiene que traducir el lenguaje de los hechos, inteligiblemente al no especializado.
- Da el "significado" de lo que acaba de acontecer; se anticipa, a veces, al trajín de cada día y trata de anunciar la verificación y rumbo de una posibilidad.
- Traza el diagrama del futuro inmediato y aconseja la conducta que los lectores han de adoptar.
- Interpreta el "sentido" de ese porte o previene lo que se está fraguando y va a estallar de un momento a otro.
- Dar perspectiva al periódico. Los editoriales han de ser útiles y orientadores a la opinión pública "aún por nacer" y no la "ya hecha" opinión del editorialista que por hecha, excusa que la orienten.

A estas funciones podemos agregar la que identifica F. Fraser Bond. "La función ideal del editorial es informar y encabezar la opinión pública; interpretar al lector la noticia del día y señalar su significado".

Héctor Borrat indica que el editorial "ocupa un rango importante dentro del discurso polifónico; involucra institucionalmente al propio periódico; en ocasiones son los mensajes oficiales del jefe de Estado o el jefe de Gobierno o de los mensajes formales, posee una representatividad institucional".

Otra de las funciones es la que señala Vicente Leñero quien considera que "el editorial debe analizar y enjuiciar, de acuerdo con su trascendencia, los acontecimientos más importantes del momento".

Philip Geyelin, por su parte, reflexiona en el texto *La Página Editorial* sobre la responsabilidad que tiene el editorial de "convertirse en foros capaces de reflejar y expresar las polémicas que siempre tuvieron lugar, aún cuando los periódicos matutino y vespertino disten mucho de ofrecer opiniones y posiciones políticas encontradas entre sí".<sup>18</sup>

<sup>18</sup>THE WASHINGTON POST, Op cit. p. 20.

En este mismo texto encontramos que James E. Clayton considera que el editorial sirve para muchas cosas. Les advierte a quienes toman las decisiones, tanto en el orden público como en el privado, que hay alguien que está observando lo que hacen.

"Además estimula el interés de los lectores sobre hechos que, de otra forma, no estarían a su alcance. Y por otro lado contribuyen a crear, a lo largo de los años, un espíritu crítico en una comunidad, lo que hace que algunos hechos sean aceptables y otros responsables para el público en general".<sup>19</sup>

Cada uno de los autores anteriores consideran algunas funciones del editorial, Luisa Santamaría define en cuatro puntos las funciones propias del editorial, con las cuales podríamos decir engloba más concretamente las antes mencionadas.

**EXPLICAR LOS HECHOS.** Explicar a los lectores de la forma que crea más convincente la importancia de los sucesos del día.

**DAR ANTECEDENTES.** Además de reconocer la importancia del hecho, debe procurar ponerlo en su contexto histórico, es decir, relacionarlo con lo que haya acontecido anteriormente.

**PREDECIR EL FUTURO.** Después de analizar los acontecimientos presentes, siente la tentación de dar el siguiente paso: predecir hoy, los acontecimientos del mañana que se ven como inevitables a la luz de la experiencia de situaciones similares y siguiendo unas normas de razonamiento lógico.

**FORMULAR JUICIOS.** Desde tiempos anteriores, los editoriales son guardianes no oficiales de la conciencia pública. Se supone que deben tomar partido y defender su postura como cualquier otro intelectual.

"De ahí que los editorialistas se ocupen de juicios morales, de lo que los filósofos llaman "juicios de valor". Informan a sus lectores de lo que está bien y de lo que está mal en el mundo. Defienden el bien y luchan por él".<sup>20</sup>

#### 1.3.1.4. Tipos de Editorial

Bartolomé Mostaza señala que "hay editoriales preventivos y de consecuencia, según se anticipen a la realidad o de ella se deduzcan. Considera que desde el punto de vista formal son tres: El "fondo" que es, el prototipo; el "comentario" y el "suelto" que son variedades de menos monto.

<sup>19</sup> THE WASHINGTON POST. Op cit. p. 67.

<sup>20</sup> SANTAMARÍA, Luisa, Op. cit. p. 65.



**EL FONDO:** Presenta las tesis y explora los ejes de marcha de la opinión. Es el triple momento de la sección editorial. Es la base ideológica del periódico. Aspira a dar la visión macroscópica de un catalejo de campaña.

**EL COMENTARIO:** Es una variedad menor. Se puede utilizar para señalar el rumbo cotidiano de la actualidad. Nos proporciona la minuciosa y escudriñadora visión de un microscopio.

**EL SUELTO:** Permite realizar una simple valoración sobre cualquier suceso no decisivo. Es lo que un apunte, una nota marginal a esto o aquel acontecimiento. Su brevedad le impide ser otra cosa que una llamada de atención, para que el lector no resulte sorprendido. Pero es muy grande su importancia, casi mayor que la del "fondo" para lectores que apenas tienen tiempo para leer.

Para Martínez Albertos son tres los modelos que se dan con frecuencia:

**POLÉMICO:** Es aquel donde se rebaten las posiciones contrarias y convencen por la vía de la argumentación. Se debate con un autor concreto, con una corriente de opinión o un estado general de cosas contrarias a las posiciones y tesis del equipo editorialista. El procedimiento ordinario consiste en desmontar las tesis del adversario.

**EDITORIAL INTERPRETATIVO:** Se apoya en razonamientos de tipo técnico. Se someten a estudio minucioso los hechos y las declaraciones que son tema central. La disposición psicológica actúa en un doble plano: se esfuerza por aportar al lector todos los elementos de juicios que le van a permitir entender al núcleo del problema y expone, después, su toma de posición subjetiva.

Las conclusiones que el propio editorialista considere como las más acertadas, una vez que el juicio particular de los lectores ha quedado orientado hacia esa solución que se brinda como la más racional, la más justa, la más prudente, la única posible, etc. El lenguaje es más técnico que dogmático. Los datos científicos son el arma más poderosa para la argumentación de estos comentarios.

**EDITORIAL OBJETIVO Y ANALÍTICO:** Es muy parecido al anterior. Se diferencia del interpretativo en que la toma de posición aparece muy desvainada y comprometida.

Expone los datos y los hechos en una actitud fría y alejada y apunta más a unas explicaciones que a una sentencia. Evita un pronunciamiento acerca del error o del acierto de los datos, acerca de la bondad o malicia de los datos.

El lenguaje es científico y desapasionado. En algunos casos no parecen textos periodísticos de opinión, porque apenas aparece reflejada.

F. Fraser Bond identifica sólo dos tipos de editoriales:

**LIGEROS:** A los lectores siempre les agrada leer lo que se ha escrito en tono jocoso. Suelen burlarse suavemente de alguna debilidad social o de moda, además comentan alguna situación divertida que se encuentra en las noticias del día.

**INSÓLITOS:** Divertir no es lo menos importante de las funciones del editorial. Con frecuencia esa labor es más difícil que la de limitarse a defender una causa o a exponer un dogma político. La tendencia presente es animar la página editorial.

Luisa Santamaría y Mabel Martínez Valle establecen que los tipos de editoriales se van generando de acuerdo con la época en que se está viviendo por lo que identifican los siguientes:

**EXPOSITIVO:** Da un muestreo de selección de elementos de juicio para el receptor.

**EXPLICATIVO:** Relaciona hechos en busca de una explicación clara.

**COMBATIVO:** Característico de las posiciones doctrinarias ideológicas en pugna unas con otras.

**CRÍTICO:** Hace las veces de juez en nombre de la opinión pública.

**APOLOGÉTICO:** Divulga en el tono más apasionado posible las bondades de un sistema de gobierno.

**ADMONITORIO:** Exhorta al cumplimiento de reglas, advierte los peligros, señala las experiencias anteriores.

**PREDICTIVO:** Sobre las clases de análisis; diagnóstica los resultados de tipo social y político.

O combinaciones de dos o más clases de ellos.

A la clasificación se agregaría la clasificación que Vicente Leñero establece —y que actualmente son los más característicos.

**DE LUCHA:** Que ataca, exige y sugiere, que es fundamentalmente combativo y doctrinario.

**DE TESTIMONIO:** Que toma serenamente una posición y la fundamenta, que trata de convencer con razones lógicas y “triunfar” desapasionadamente.

**ACLARATORIO E INSTRUCTIVO:** Que se propone explicar el hecho que lo suscita.

**RETROSPECTIVO:** Que comenta lo sucedido; son la satisfacción breve o mordazmente expresada del "ya lo decíamos nosotros".

**NECROLÓGICO:** Cuando el personaje o los personajes a que está dedicado merecen un sitio tan destacado en la publicación.

**PROVISORIO:** Que mira el porvenir que, sin pretensiones proféticas, se adelanta convincentemente al presente y elabora una hipótesis a futuro.

Por otro lado, Martín Vivaldi considera que existen cuatro tipos fundamentales:

**INFORMATIVO:** En este tipo lo esencial son los hechos escuetos y precisos, razonadamente expuestos. Su forma debe ser narrativa-expositiva.

**INTERPRETATIVO:** En el que, además de los hechos, se agregan otros elementos- causa o efecto- relacionados con esos hechos para valorarlos a la luz de la razón. En este tipo de comentario, el escritor se dirige a la comprensión del lector.

**CONVINCENTE:** El escritor se lanza ahora por los caminos de la dialéctica. Intenta arrastrar al lector, llevarlo de la mano hacia la verdad que se impone como indiscutible convencer es "vencer con", es modelar el pensamiento del lector y, cuando sea preciso, llegar incluso al mundo de sus sentimientos, lo que vulgarmente se dice "llegarle al corazón".

**INDUCTIVO:** Es el más eficaz de los comentarios, aunque también el más difícil, como ha dicho un especialista en la materia. Este tipo de comentario resume todas las anteriores y es el más afectivo de todos.

### 1.3.1.5. Temas del Editorial

Se considera que escribir un editorial es generalmente de trascendencia política, en el más amplio sentido de lo político. Todo lo que influye en las relaciones mutuas de los hombres y de las sociedades requiere tratamiento editorial.

Los temas políticos, leyes importantes, el fallecimiento de personas notables, los inventos y los descubrimientos, las proezas de diversas clases que no tienen precedentes, los sucesos divertidos y los asuntos de interés social general, etcétera. Son fuente de información para crear un editorial.

Por lo que, el número de temas es casi ilimitado, porque se puede encontrar inspiración en temas del presente, del pasado o los que se van a generar en un futuro, siempre que pueda dar a su editorial la opinión acertada y el toque de oportunidad necesaria.

### 1.3.1.6. Técnica y Estilo del Editorial

Hay varias aplicaciones sobre la técnica y estilo que debe tener un editorial. Una de las más completas es la que señala Bartolomé Mostaza quien dice que la técnica es muy compleja. Nada fácil de manejar. Y subraya que "la manera estilística consiste en un decir de sesgo. La salida es su dificultad. Nada más fácil como que caigan en vacío".

"El tema debe afrontarse desde la entrada, de otra suerte, el editorial se quedará en simple rodeo aproximativo a lo que se intentó decir. Redactar con precisión, sin ampulicidad, sin galimatías enredosos. Hay que segar la frase y coger de refilón muchas veces el asunto, lo cual es distinto que escamotearlo".<sup>21</sup>

"La enunciación del tema, el planteamiento, es lo primero. Lo segundo es exponer sus implicaciones y sus consecuencias, operar, manipularlo, desmontarlo en piezas. Lo tercero es emitir un fallo o censura y adoptar en consecuencia, una conducta, ofrecer una solución. Trazar un rumbo".<sup>22</sup>

Mostaza explica que el uso del barroquismo y la fraseología retorcida desdican de la simplicidad de estilo que el editorial demanda. En cuanto al lenguaje ha de ser comprensible para todos, pero no a la pata llana. La jerga y el tecnicismo científico no les pinta bien. Además la parrafada oratoria de largos periodos, confunde y no esclarece.

Aclara que la ironía, el humor, la paradoja y todas las figuras retóricas caben también aunque a su tiempo y justificado uso. Establece como norma general que el estilo editorial es su impersonalidad: estilo de uso común, pero cuidando de su rigor y de su univocidad. Las significaciones análogas desearían.

Y advierte que se debe escribir con propiedad, ya que los editoriales que han de ser releídos para entenderlos tienen lugar en el cesto de papeles.

A estos puntos agregaríamos los que Martínez Albertos enumera:

- El estilo propio corresponde al estilo de solicitud o estilo editorializante.
- Ha de ser digno e incluso algo mayestático.

<sup>21</sup> GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, com., Op. cit pp. 188-190.

<sup>22</sup> Ib.

- Debe tener claridad, concisión y de ser posible, brevedad.
- Lo menos que se le puede exigir es que arroje luz y claridad a cerca de la toma de posición del periódico y que el lector se entere sin excesivo esfuerzo.
- Por lo tanto debe quedar eliminado la utilización del YO personal del escritor.
- La técnica se compara con el esquema típico de las sentencias judiciales.
- En buena técnica no son aconsejables los razonamientos de SED CONTRA.
- No suele tener tiempo para exponer y rebatir los argumentos de los adversarios por la brevedad y contundencia.
- Procurar que la transición de una parte a otra sea lógica y coherente.
- Es la interpretación comprometida de la información, pero no por eso debe utilizarse un lenguaje rozado y optimista aunque los hechos den pie para el júbilo y la autocomplacencia.

Para F. Fraser Bond el estilo del editorial es literario, y se escribe en forma autoritaria, pule su propio estilo con citas pertinentes, obteniendo como resultado escribir prosa que es a la vez ágil, convincente, bien fundada y estimulante.

Más explícitamente, Vicente Leñero menciona que es imposible sujetar a un género tan subjetivo como el editorial a reglas fijas de redacción, a un estilo particular. Sin embargo es posible señalar ciertas condiciones:

La primera es que tenga verdaderamente algo que decir. No es un receptáculo de opiniones o espacios para un comentario "inflado".

Debe elaborarse con una visión de conjunto y la selección del tema debe fundarse en la trascendencia del conocimiento.

Todo está subordinado al fin publicístico literario. No es un ensayo ni un tratado filosófico o político y por lo mismo, más que razonador "sesudamente" y ponderar, "actúa". El editorial es acción.

En suma, explica Leñero es un texto doctrinario, corto, vivo y contundente.

Por otra parte, menciona que es imposible también reglamentar el estilo, pero para cumplir sus propósitos deben evitarse los "lucimientos" declamatorios y la ampulosidad

empalagante de la retórica. Ya que está destinado a todos los lectores, el estilo debe ser comprensible, sin detrimento de la exposición lógica.

Los puntos que señala Leñero anteriormente los reitera el experimentado editorialista del *The Washington Post*, Stephen Rosenfeld, quien menciona que no existen reglas estrictas:

"Nadie me ha dicho nunca cómo debo hacerlo, pero he elaborado mi propia metodología, lo cual es muy característico del género. Básicamente, uno debe formularse el problema, proponer respuestas, lo que no siempre resulta sencillo. Un editorial no debe ser una minuta informativa, debe ser un trampolín para el análisis, la polémica o la toma de posición".<sup>23</sup>

Este editorialista considera que la conclusión no siempre será un llamado a la acción. Desde un punto de vista estrictamente técnico, los editoriales sólo configuran una determinada manera de escribir, deben aplicarse las reglas comunes de la buena redacción.

"Debe existir una introducción, un cuerpo, un final. El lenguaje debe ser claro, fresco y vigoroso. No debe olvidarse que un lenguaje correcto no puede corregir una mala estructura. Los editoriales que terminan con expresiones de esperanza u otras mojigaterías pueden indicar que no se ha reflexionado lo suficiente en el asunto. Largas cronologías o síntesis en el cuerpo del texto indican que el redactor es nuevo. Las afirmaciones confusas o mal enfocadas me resultan deplorables y el lenguaje bonito y vistoso es de páginas deportivas".<sup>24</sup>

Stephen Rosenfeld expresa que admira a los escritores que saben utilizar la metáfora o que esgrimen otras acertadas, pero no considera imprescindibles. No cree que el lenguaje escrito debe alejarse del coloquial.

### 1.3.1.7. Estructura del Editorial

La estructura de un editorial es muy sencilla, ya que por lo limitado del espacio que ocupa, debe procurar su creador, establecer su objetivo en unos cuantos párrafos.

Se puede mencionar una propuesta para crear un editorial la cual puede ser opcional, tal como lo mencionaba el editorialista Stephen Rosenfeld en otro apartado "no existen reglas estrictas, yo he elaborado mi propia metodología, lo cual es característico del género".<sup>25</sup>

Mabel Martínez Valle presenta en su libro *Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas* que el editorial se puede estructurar en tres partes bien definidas:

<sup>23</sup> THE WASHINGTON POST, Op cit. p. 52.

<sup>24</sup> Id. pp 52-54.

<sup>25</sup> Ib.

- Un encabezamiento que suele tener en sí un verdadero valor editorial y expresa una opinión o da tono a todo el editorial
- Un desarrollo donde se da la información que le sirve de base; y finalmente;
- Las opiniones estimuladas por el desarrollo y a veces la explicación de las razones que apoyan esas opiniones.

"La tendencia actual es la brevedad, debido al poco tiempo que dispone el lector moderno. En poco espacio, debe el editorialista brindar un material de mucho valor de análisis".<sup>26</sup>

### 1.3.1.8. Redacción del Editorial

La redacción de un editorial se torna imposible de establecer, debido a lo subjetivo del género, por ello no hay reglas fijas de redacción, pero sí un estilo particular que es válido para los editorialistas.

Sin embargo, existen recomendaciones que pueden ser una guía para poder redactar un editorial. Vicente Leñero considera que el editorial debe ser:

**SUSTANCIOSO:** Rico en ideas realmente sustanciosas, que cada frase tenga una razón; que no haya palabrería inútil ni retorcimientos retóricos.

**CONTUNDENTE:** Que vaya al grano del asunto; que exprese sin titubeos, el juicio directo, para que el lector no se quede "a medias" en relación con la conveniencia o inconveniencia de un determinado acontecimiento.

**AFIRMATIVO:** Que no se limite a reprobar sino que proponga soluciones.

**PENETRANTE:** Que no se quede en la superficie de los asuntos que aborda sino que vaya más allá; que sepa exponer lógicamente futuras consecuencias; que descubra y exponga causas subterráneas de un determinado fenómeno de interés social.

**ÁGIL:** Que esté redactado con fluidez y claridad, con lógica y sin rebuscamientos, para que su lectura no resulte cansada, aburrida o incomprensible.

**CONVINCENTE:** Que trate de ganar con argumentos la voluntad de los lectores; que los mueva a pensar como la institución periodística piensa, pero sin imposiciones prepotentes, sin autoritarismo dogmático, sin terquedad absurda ni corazón ideológico.

<sup>26</sup>MARTÍNEZ VALLJE, Mabel, Op cit. p. 86.

**BREVE:** Que diga mucho en pocas líneas y trate de agotar en breve espacio temas que entrañan siempre tesis profundas y vastas.

**TRASCENDENTE:** Que su juicio resulte perdurable y de influencia en la conformación de criterios, juicios, improvisados ligeros, contradicen la función orientadora del editorial y pone en riesgo de incredulidad y falta de probidad a la publicación. Los juicios de un editorial deben buscar siempre el paso del tiempo.

Existen otras sugerencias de redacción como las que cita Luisa Santamaría en su texto *El Comentario Periodístico*:

- Si el periódico quiere mantener su prestigio y autoridad moral ante el público, debe presentar el editorial con esas notas exteriores y formales de dignidad y seriedad lingüística.
- Que se arroje luz y claridad sobre esa toma de posición del periódico y que el lector se entere sin excesivo esfuerzo de cuál es la postura que patrocina el periódico.
- El que razona y opina en el editorial no es un periodista determinado, sino el periódico en bloque como institución social de innegable personalidad política.
- La enunciación del tema, el planteamiento es lo primero, lo segundo es exponer sus implicaciones y sus consecuencias, es decir, operar con él, manipularlo por piezas, y lo tercero es emitir un fallo o censura y adoptar, en consecuencia, una postura, una conducta, ofrecer una solución, trazar un rumbo.
- Un final reflexivamente elaborado.
- Los dos elementos fundamentales son la tesis y la argumentación. La tesis es una opinión con contenido intelectual. La argumentación es el conjunto de razonamientos que sirve para sustentar la tesis expuesta.

### 1.3.1.9. Firma del Editorial

La responsabilidad de los editoriales corre a cargo del periódico, que por y para eso es persona jurídica. Al final de cada comentario editorial se sobreentiende, si no está expresamente puesto allí como firma, el título del periódico, que es quien asume en sí lo que en el comentario anónimo se diga.

Bartolomé Mostaza explica que se ha discutido y se sigue discutiendo si el editorial ganaría rango e interés subrayándolo con la firma de su creador. A favor de su carácter



personal se argumenta con que de ese modo el editorialista, por la cuenta que le tiene a su prestigio, se esmeraría más en su juicio y, por otra parte, el editorial firmado no daría tanto lugar a que los intereses de la comunidad fueran suplantados por los empresariales que el periódico representa.

Menciona Mostaza que el editorialista, al despersonalizarse para escribir su comentario anónimo, pierde categoría humana. Es por ello que se llama editorial porque el periódico como empresa lo personaliza. Tiene muchos peros el anonimato editorial, pero hay una ventaja: que evita el "divismo" y confiere al comentario carácter más abstracto.

"También hace que la función orientadora del periódico no cambie de un día para otro, sino que se continúe, jornada tras jornada, y esa continuidad es la que el lector busca y aprecia. Hoy en día, la firma está universalmente descartada de la sección editorial. Los más prestigiosos periódicos del mundo han adoptado el anonimato como principio".<sup>27</sup>

### 1.3.1.10. El Editorialista

Por ser una labor delicada y comprometida para el periódico, el editorial sólo se confía a personas perfectamente identificadas con la línea política de la dirección o los propietarios de la empresa. En ocasiones quienes escriben esos textos, manifiestan la conciencia y la opinión de la empresa periodística en relación con los temas vivos que atraen la atención de la sociedad.

No son periodistas profesionales, sino colaboradores habituales de la empresa a quienes se les ha dado la confianza y conciencia ideológica. Martínez Albertos considera que el editorialista es simplemente un hombre más, una pluma brillante, un pensador profundo y agudo al servicio de la idea editorial. La idea ideológica está encargada al editor y los técnicos de la redacción.

"Por lo que estas labores deben ir complementadas coordinadamente para alcanzar el propósito final. Ya que el editor y redactor deciden sobre qué deben escribir los cerebros cada día y la forma como deben hacerlo".<sup>28</sup>

El editorialista (o el editor como se le llama en inglés) es más que un informador, se le exige igual rapidez de concepto y realización, es decir, debe actuar sobre la marcha imparables de los hechos. El trabajador como editorialista implica mantener la sangre fría, inalterable para que su juicio sea objetivo, realista y certero.

"Es el editorialista si lo quiere definir con su poco de pedantería, el "filósofo de la actualidad", en cuanto que indaga su origen y su finalidad última".<sup>29</sup>

<sup>27</sup>GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, com., Op cit. p. 186.

<sup>28</sup>MARTÍNEZ Albertos, José Luis, Op Cit. pp. 384-385.

O bien "son almas anónimas" que ofrecen consejos que nadie les solicita. Consejos que asumen una responsabilidad ante el público al cual se dirigen. Por lo tanto, tienen la obligación de ser especialistas y ser imparciales en las opiniones que forman y que expresan.

Geoffrey Parsons, principal consejero editorial del *The Herald Tribune* de Nueva York, menciona que "un editorialista, mientras más amplios sean sus conocimientos de escritos, mayor será su capacidad para estimular el pensamiento acerca de cualquier cosa. Un buen editorialista se dirige a las clases más numerosas a que haya llegado la palabra de un maestro, filósofo o crítico".<sup>30</sup>

Un buen editorialista debe, por lo tanto, proyectar una visión específica de la sociedad en el seno de la cual ha surgido el problema. Debe ayudar a comprender y analizar el concepto que se ha generado, es decir, es el editorialista el encargado de interpretar y explicar el por qué ha sucedido tal o cual situación, es sin duda la persona que siempre sabe que está pasando cada día en nuestro entorno.

#### 1.3.1.11. Características del Editorialista

"Las condiciones de un buen editorialista se dan a partir de su interés por lograr el objetivo de la tarea que se le ha asignado y para ello deberá poseer ciertas cualidades que faciliten su propósito".<sup>31</sup>

Martín Vivaldi menciona en su libro *Del Pensamiento a la Palabra* que los siguientes requisitos son indispensables para un editorialista:

**AGUDEZA CRÍTICA:** para distinguir lo pasajero de lo trascendente, porque sólo los hechos especialmente trascendentes exigen un comentario adecuado.

**PERSONALIDAD:** Esto es firmeza, convicción de juicio. Debe orientar de buena fe, opinar y sugerir es cosa grave. Es decir, debe dar su opinión sinceramente. Ha de sentirse libre y no degenerar nunca en la "voz de su amo".

**CULTURA:** No erudición. No se convence con datos enciclopédicos porque ilustran, pero no forjan opinión.

**IMPASIBILIDAD:** Para mantenerse a salud de la "marejada sentimental". No debe ser impresionable.

<sup>30</sup> GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, com., Op cit pp. 191-192.

<sup>31</sup> BOND FRASER, F., Op. cit. p. 258.

<sup>32</sup> MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, *Del Pensamiento a la Palabra, Curso de Reducción*, pp. 371-372.

**PONDERACIÓN DE CRITERIO:** El aplomo moral, la valentía, en suma son condiciones precisas para cualquier clase de crítica, que tanto puede ser censurado como defensa.

**INDEPENDENCIA** de juicio para no caer en el aplauso, la especulación, ni la consigna.

**MAGISTERIO.** es decir, dotes de maestro. El que comenta, forja, o debe forjar opinión, ha de reunir las cualidades de un buen maestro. En ese instante, el lector es un discípulo, ante el que hay que explicar-desplegar, aclarar o interpretar una cosa.

**PERCIBIR IRREGULARIDADES** donde todo parece que marcha como una seda.

**APRECIAR MÉRITOS** que otros no ven y que sean dignos de ser tenidos en cuenta.

**VER MAS ALLÁ** del hecho presente, es decir, prever. Es el "radar espiritual".

**UN POCO DE FILOSOFÍA** para fundamentar sólidamente la posición que se tome.

**TENER SENTIDO HISTORICO** para abarcar las perspectivas futuras de lo que acontece en la actualidad.

**ROMPER CON LA INERCIA** lastre de la inactividad y del conformismo.

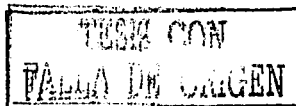
**SABER PASAR DE LOS ACCIDENTES** de un tema a lo sustancial.

**CONOCER LAS NECESIDADES** del sector en que nos movemos para fundamentar debidamente nuestro comentario.

**RETENER LA PASION** que enturbia la claridad u objetividad precisos.

**DECIDIRSE A TIEMPO** entre dos opiniones para dar con el justo medio o con la opinión que debe prevalecer.

Se aconseja también ser severo, cortés, alegre, brillante, irónico, serio, audaz, caritativo, independiente, según el problema en cuestión y a su debido tiempo y desde luego en servicio constante a la verdad.



### 1.3.1.12. Funciones del Editorialista

"El editorialista ve desde fuera la actualidad y aprecia su configuración, y su enlace múltiple con el paisaje histórico de que brota. Su función no consiste en hallar la noticia sino en ver cómo trasciende de sí misma, cómo influye y modifica el campo firme de que nace".<sup>32</sup>

Para el editorialista, la noticia es como un cristal donde se puede observar más claro, lo bueno, lo malo, la intención y el secreto. Y si el editorialista no sabe o no acierta en el fondo de la noticia, si no sospecha lo que tras el horizonte en que se mueve, está a punto de surgir, el editorialista fracasa en su destino.

F. Fraser Bond señala al respecto que en el código de ética compilado y aprobado por la "Conferencia Nacional del Editorialista", los editorialistas considerados "individual o colectivamente", cumplen con su obligación como formadores de la opinión pública.

Por lo tanto, podríamos decir que el editorialista tiene como función ante su público interpretar las noticias relevantes del día y señalar su significado. El cual tiene como objetivo informar y encauzar la opinión pública.

### 1.3.1.13. El Editorial en México

La historia del editorial en México, se encuentra ligada a la evolución del periodismo mexicano. La primera manifestación se da con los primeros periodistas mexicanos, título que se le adjudica a Singüenza y Góngora, quien creó el *Mercurio Volante*. Un folleto histórico cuya publicación tuvo carácter informativo y "actual", condición constitutiva de los órganos periodísticos.

El *Mercurio Volante* se publicó con motivo de un suceso militar, campaña del Nuevo México. Sin embargo, en la publicación se vislumbraban propósitos exclusivamente didácticos, técnicos o simplemente literarios o recreativos.

"Respecto a la falta de periodicidad en el *Mercurio*, sabido es que siempre hubo, aquí y en todas partes, publicaciones, que contrariando el concepto de regularidad en tiempo, básico en los periódicos, fueron de vida aleatoria, y no ha sido insólito que algunas de ellas aparecieran una sola vez, pese a lo cual nuestros reglamentos postales las catalogan como artículos de segunda clase transportándolas bajo tarifas mínimas y, llenando ciertos requisitos".<sup>33</sup>

El virreinato carecía durante el siglo XVIII de un órgano de prensa. Castorena alentado por el interés de las Bellas Artes y con el noble propósito de acrecentar la cultura fundó el

<sup>32</sup>GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, com. Op cit. p. 192.

<sup>33</sup>VELASCO VALDEZ, Miguel, *Historia del Periodismo Mexicano*, p. 16.



primer verdadero periódico *Gaceta de México y Noticias de Nueva España* en 1777. Estaba estructurado de una forma muy similar a los actuales, y es aquí donde surge el primer editorial.

"El exudo o programa editorial, ocupó casi toda la primera plana, siguiendo noticias de "canje". Amplia sección foránea dispuesta por diócesis, espacio para libros nuevos, crónicas religiosas, disposiciones oficiales y como colofón el lugar donde se imprimía".<sup>34</sup>

Años más tarde los editoriales cambiaron luego del surgimiento de la idea de la Independencia. La importancia de los escritos insurgentes se hizo sentir en la evolución del periodismo que de meramente informativo, pasó a ser político y polémico.

"Los grupos en pugna publicaron numerosos periódicos para defender y difundir sus respectivos puntos de vista. Fundaron o redactaron periódicos a los que daban tanta importancia como a las armas. Otro tanto hicieron los realistas a través de la *Gaceta de México* y gran cantidad de periódicos y folletos".<sup>35</sup>

Un ejemplo fue *El Despertador Americano*, correo político económico de Guadalajara del jueves 20 de diciembre de 1810, donde aparece el editorial con el siguiente título: "A todos los habitantes de América". Los años siguientes el editorial se encontraba en la primera plana y se identificaba con el encabezado "Introducción".

### 1.3.2. La Columna

Es considerado como un género híbrido dentro de la clasificación de los géneros de opinión que se presentan actualmente.

La columna nace casi simultáneamente en diversas regiones de Estados Unidos, durante el último cuarto del siglo pasado. Cuando el *Republican* de Springfield publicaba algo parecido a una columna en 1872.

Más tarde Eugene Field engendró un tipo algo diferente al anterior con su *Sharps and Flats* (Sostenidos y Bemoles) en el *Daily News* de Chicago en 1890. Al mismo tiempo, pero en otro lugar, en la Costa Occidental, el periodista Ambrose Bierce compilaba otro texto con el nombre de *Prattle* (papelería) para *The Examiners* de San Francisco.

El surgimiento de este género se ve envuelto en una especie de protesta por parte del lector. Anteriormente, el periódico era el órgano de expresión de una sola persona: su director. El periodismo era personal, el director, principal vocero de las ideas y opiniones, convirtió su poderío en negocio y lo extendió al campo del comentario editorial que se redactaba anónimamente.

<sup>34</sup>VELASCO VALDEZ, Miguel, Op cit. p. 16.

<sup>35</sup>RUIZ CASTAÑEDA, María del Carmen, *La Prensa, Pasado y Presente de México*, p. 21.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Por lo que, el lector, no podía de ninguna manera identificar la fuente individual de aquellas opiniones. Con el tiempo, probablemente comenzó a considerarlas frías e impersonales, identificaba tal vez, una carencia de calor y vigor del creador del texto.

Como consecuencia, dieron buena acogida a lo nuevo que estaba surgiendo, "lo personal en el columnista", aún cuando al principio indicaba la paternidad literaria sólo con sus iniciales. Quienes compraban los periódicos demandaron, además de una puntual y eficiente información, un cierto tipo de periodismo de corte personal.

El lector medio, el lector común necesitaba algo más que la noticia, estaba claro, que nutría su necesidad primaria de información, pero necesitaba algo más, un escrito que apareciera aderezado especialmente para él.

"Este es, estrictamente hablando, el origen de la columna, género periodístico que así fue denominado sin duda, porque comenzó a aparecer con tal formato; es decir, como una especie de apartado para indicar exclusividad, privacidad y a veces hasta confidencialidad".<sup>36</sup>

### 1.3.2.1. DEFINICIÓN DE COLUMNA

La columna tiene como definición según José Luis Martínez Albertos en su texto *Curso General de Redacción Periodística*, "El artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo, valorativo, con una finalidad idéntica a la del editorial. La columna es un artículo firmado y su responsabilidad se liga tan sólo al autor del trabajo".

Menciona Martínez Albertos que "la columna es una verdadera actividad editorial que cumple un cometido propio de la sollicitación de opinión y en un nivel de profundidad análoga al del editorial: explica las noticias, su alcance, sus consecuencias, toma postura ante los datos que aporta la noticia".

Por su parte, Batolomé Mostaza, identifica más concretamente a la columna como "una opinión individual que usa el periódico para expresarse".

En tanto, Vicente Leñero señala que "es el texto que aparece en lugar y con periodicidad fijo, con un título general y permanente, que informa brevemente acerca de varios hechos de interés público, o al que con las mismas características de presentación informa y comenta uno o varios acontecimientos".

Francisco Umbral, la define según Raúl del Pozo como: "el soneto del periodismo".

<sup>36</sup>BUENDÍA, Manuel, *Ejercicio Periodístico*, p. 189.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Luisa Santamaría asegura que la columna "es el vaticinio más o menos profético acerca del ulterior desarrollo de los acontecimientos. Es decir, el columnista emite juicios para entender el curso del futuro de los hechos".

La columna es según López Pan, "un texto retórico-político de autoría individual que puede presentar diversas formas expresivas-narrativas, representativas o argumentativas y temas, cuyo elemento configurador básico es el *ethos* del autor expresado a través de unos elementos formales permanentes que le permiten manifestarse con continuidad, lugar fijo y asiduidad".<sup>37</sup>

En el *Diccionario de Periodismo* de Antonio López de Zuazo, se define a la columna como "género del periodismo interpretativo, comentario firmado con periodicidad y localización fija, con frecuencia ocupa un recuadro a una o dos columnas".<sup>38</sup>

Martín Vivaldi, dice al respecto que la "columna es una opinión firmada a través de la cual su autor realiza un acto de periodismo valiente".<sup>39</sup>

Jaime Campmany según Morán Torres define a la columna como "aquella que llama la atención del lector hacia acontecimientos especiales y ofrece elementos de juicio para que el público medite, reflexione o abra los ojos ante la realidad que en principio se ve muy claramente".<sup>40</sup>

Para Federico Campbell la columna es un escrito que lleva implícita la personalidad literaria de su autor. Es una reflexión; un razonamiento y de todos los géneros periodísticos es el que más se parece al ensayo literario que sigue la tradición de Michael de Montaigne y de Francis Bacon.

La columna, entonces, retomando los conceptos anteriores, es el género de opinión que se identifica más claramente de los demás, porque tiene una forma y contenido singular, un lugar especial, donde aparece regularmente. El contenido de la columna a diferencia de los otros géneros es responsabilidad de quien lo firma. Es por lo tanto, el género de opinión que se identifica porque siempre presenta una opinión y siempre hay un responsable.

### 1.3.2.2. Características de la Columna

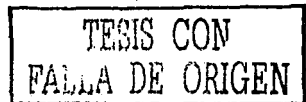
Los conocedores del tema establecen que las características más comunes de la columna son las siguientes:

<sup>37</sup>LÓPEZ HIDALGO, Antonio, *Las Columnas del Periódico*, p. 62.

<sup>38</sup>Id. p. 63.

<sup>39</sup>Id. p. 64.

<sup>40</sup>Id. p. 65.



La columna es el más libre de todos los géneros periodísticos, afronta desde la primera línea el tema principal sin perderse entre tantas críticas periodísticas.

"Es de estilo claro y brillante, informa o entretiene, provoca la risa o el sueño, y despabila la imaginación. La columna puede ser interpretativa y orientadora, analítica o enjuiciativa, valorativa y se puede escribir como cuento corto, o como información de suplemento, como editorial o como ensayo, y su estilo puede ser narrativo o descriptivo, explicativo o argumentativo y puede utilizar giros y expresiones de tipo coloquial o incluso desgarradas".<sup>41</sup>

Físicamente la columna "aparece siempre en el mismo lugar del medio, con la misma periodicidad y con el mismo título. Puede estar firmada o no, pero el particular estilo del columnista la hace claramente distinta".<sup>42</sup>

### 1.3.2.3. Características de Presentación

Leñero enumera las siguientes características:

**NOMBRE FIJO:** La columna tiene un título que la identifica. Puede ser título único o estar secundado, por una o más cabecillas enunciativas del tema o temas a desarrollar.

**LUGAR FIJO:** La columna aparece regularmente en el lugar que se ha destinado dentro de una página, o cuando menos en la misma sección del órgano periodístico. Esta característica de presentación favorece la familiaridad que lleva a establecer entre lectores-columnistas.

**PERIODICIDAD:** De acuerdo con los fines y características de cada publicación se fijan a las distintas columnas una determinada periodicidad. Hay columnas diarias, terciarias y semanarias, entre las más comunes.

**AUTORÍA:** Existen columnas institucionales, es decir, suscritas en cada publicación, que se presentan sin firma. Estas columnas anónimas se limitan a dar informaciones breves, que no alcanzan espacio para desarrollarse individual y más ampliamente.

Las columnas de mayor interés social son las que incluyen comentarios de autor y son éstas las que aparecen firmadas. Salvo casos excepcionales, la autoría de una columna es invariable.

**PRESENTACIÓN UNIFORME:** La presentación de la columna es diferente a la del resto de los textos que se publican en el mismo órgano periodístico, pero siempre es igual respecto a sí misma, siempre tendrá la misma extensión, siempre en la misma

<sup>41</sup>LÓPEZ HIDALGO, Antonio, Op. cit. p. 135.

<sup>42</sup>MARTÍNEZ VALLE, Mabel, Op. cit. p. 92.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



página o sección, con el mismo tipo de letra, de tal modo que con sólo verla el lector la reconozca.

**ESTILO CARACTERÍSTICO:** Dada que la columna es escrita siempre por el mismo autor o por el mismo o los mismos redactores, resulta lógico que el estilo de redacción sea uniforme.

**TEMAS HABITUALES:** La columna implica, por lo regular, una especialización periodística. Al periodista se le sugiere o él elige una determinada clase de asuntos para abordar. Hay columnas sobre problemas políticos, asuntos internacionales, eventos deportivos, religiosos, artísticos, editoriales, etcétera.

En cuanto a su contenido de la columna. Leñero presenta los siguientes puntos:

- Una variedad de contenido.
- No siempre tiene finalidad orientadora.
- Tiene libertad, con que el autor desarrolla su estilo.
- Ofrece una oportunidad para el desarrollo de un estilo que puede llegar hasta la subjetividad más plena, que sobrepasa las posibilidades de los otros géneros.
- La columna puede oscilar desde el estilo más solemne y grandilocuente hasta el más frívolo e insustancial.

"No todo es formal. En la columna importa también la calidad de las revelaciones, los datos nuevos, las primicias informativas, que el periodista va a acoplar mediante sus investigaciones".<sup>43</sup>

#### 1.3.2.4. Funciones de la Columna

- Los lectores esperan de un columnista el placer de su compañía.
- El principio de sabiduría a cerca de esta peculiar institución, la columna, es que se trata de una institución altamente personal.
- La gente que quiere leer la columna de X, la quiere leer porque X la escribió, no porque se trate de tal o cual asunto. Y no buscan respaldos para su opinión.
- La audiencia de un columnista es relativamente pequeña y con opiniones bien formadas, por lo que la columna debe ser para ellos de opiniones bien fundamentadas.
- Debe tener una especialidad para poder hablar de los temas de mayor interés para sus lectores.

<sup>43</sup>CAMPBELL, Federico, *Periodismo Escrito*, p. 88.

- La columna garantiza al periodismo de nuestro tiempo que no desaparecerá el impulso que lo creó y lo mantiene como poder social: la fuerza vital de las individuales.
- Criticar es valorar y enjuiciar. Analizar el hecho de interés público resaltar tanto lo negativo como los aciertos del fenómeno que se aborda. Argumentar por qué algo está bien o mal hecho.
- Mantener a los lectores al tanto de las novedades en la especialidad que motiva su interés.

### 1.3.2.5. Tipos de Columnas

Establecer una sola clasificación del tipo de columnas se torna difícil puesto que una columna puede hablar sobre cualquier campo.

Martínez Albertos señala que al lado de las secciones de opinión que se especializan en determinados campos de notable interés público hay otras columnas de menor trascendencia social: deportes, toros, espectáculos, modas, música ligera, etc. Explica que puede haber columnismo en relación con cualquier actividad humana que se presente con una cierta continuidad en el tiempo y sea capaz de atraer la atención de un número importante de lectores.

A pesar de que la columna puede ser tan extensa como lo menciona Martínez Albertos, para F. Fraser Bond es necesario hacer una clasificación de todas las columnas, de acuerdo a su contenido y estructura.

Bond distingue a ocho tipos de columnas que se clasifican según su estructura y contenido de presentación.

**LA COLUMNA EDITORIAL FIRMADA:** por su forma parece un editorial, pero palpita con el elemento personal, pues expresa las opiniones e ideas que sostiene a la sazón el propio columnista. Tiene a menudo un aire profético. Los lectores acuden a ella en busca de estímulo y orientación.

**LA COLUMNA ESTANDAR.** Este tipo de columna se ocupa de temas editoriales de menor interés y los trata en uno o dos párrafos. Se caracteriza por su estilo ameno. Es el equivalente a lo que entendemos por suelto o glosa. Generalmente no va firmada y puede ser obra de un solo individuo o del trabajo en equipo.

**LA COLUMNA DE REVOLTILLO:** Presenta un poco de todo. Se guía por el principio de variedad y trata de que el contenido de su columna illustre este motivo. El encargado busca la variedad con la tipografía que emplea, y recurre a tipos y formatos llamativos.

**LA COLUMNA DE LOS COLABORADORES:** Aquí los aficionados a la poesía, a la sátira y los inventores de chascarrillos son los que trabajan, y el encargado de la columna se relega a segundo término. Cobra el sueldo, escoge el material, lo publica y se convierte en contribuyente.

**LA COLUMNA DE ENSAYOS:** Es rara en la actualidad porque también escasean los escritores de ensayos. Tiene una ilimitada variedad de temas, pero también una regla —no debe ser nunca didáctica ni aburrida. En cuanto a la forma. Puede consistir en varios ensayos breves sobre otros tantos temas, o un solo ensayo sobre un tema.

**LA COLUMNA DE CHISMOGRAFÍA.** El interés por los seres humanos por sus vicios o sus virtudes, mantiene vivo hoy en día esta columna. Los lectores se enteran de las flaquezas y desatinos de quienes forman la crema y nata de las llamadas “celebridades”. Análoga a la clasificación general tenemos LA COLUMNA ESPECIALIZADA EN CONFIDENCIAS que se ocupa de personajes de Broadway, Hollywood, la radio y los deportes.

**LA COLUMNA DE VERSOS.** El periódico que usa la prosa como su principal medio de expresión siempre cuenta por allí con algún espacio para la poesía. Consiste en aventuras rimadas.

**LA COLUMNA DE ORIENTACION:** Parecida a la de chisme, pero trata temas trascendentes. En esta columna los nombres triviales dejan su lugar al de los altos funcionarios de gobierno, políticos, diputados y senadores. Atañe a los lectores con la promesa de una información “de adentro”. La escriben quienes tienen acceso a las fuentes de información fidedigna, frecuentemente asombra a los lectores por la exactitud con la que predice la noticia de nombramientos que no se han hecho. Se balancea entre el chisme, la información privilegiada y la profecía. Florece en la sección de los deportes.

Armando de Miguel, identifica tres tipos de columnas:

**EXÉGESIS:** Consiste en sacar toda la punta a una frase o un pensamiento de alguna autoridad en la materia de la que se opina.

**ERUDICIÓN:** Histórica donde hace mención de la técnica de estructurar una columna basada en la fórmula de cultura lírica + melancólica + amenidad + actualidad, que ha quedado como la típica de los premios Mariano Cavia. y de SENTENCIA.

Para Héctor Borrat sólo hay dos tipos de columnas que puede utilizar como estrategia en un periódico.

1. COLUMNAS DE TEMARIO ESPECIAL

POLÍTICAS

El grado más bajo corresponde a la columna política dedicada al comentario de cualquier tipo de información correspondiente a ese ámbito.

El grado más alto corresponde a:

Las columnas políticas concentradas en el comentario de las informaciones correspondientes a una de las secciones políticas.

Las columnas políticas concentradas en el comentario de las informaciones que involucran a una institución política determinada.

La columna política. Reclama al periodista un conocimiento de ese ámbito. Se dirige al lector habitual de las secciones correspondientes. Se muestran más propicios para realizar las funciones de formar e informar al lector. Con frecuencia hace suponer en principio un mayor interés por el análisis de la actualidad.

2. COLUMNAS DE TEMARIO GENERAL. Alternan temas políticos correspondientes a la información de cualquier sección o institución política con temas oriundos de, o afines a, otras secciones del temario global del periódico. Corresponden a grado cero de especialización; son el escenario predilecto del generalista. Se manifiesta la subjetividad en el texto, la literaturización de los temas, la primacía de los fulgores del lenguaje y de su análisis, hay un alto nivel de entretenimiento y diversión.

Aclara Borrat que la diferencia entre uno y otro tipo de columnas se manifiesta tanto en sus respectivos autores como en sus audiencias.

En tanto, Vicente Leñero divide a la columna en tres tipos:

**LA COLUMNA INFORMATIVA:** Esta a su vez se distingue en dos grandes grupos.

**LAS COLUMNAS DE TEMAS MÚLTIPLES:** Los periódicos se nutren de noticias. El número que llega a diario de las distintas fuentes a la redacción es incalculable. A cada una se le asigna un espacio de acuerdo a la importancia que merecen.

Sin embargo, el espacio no es suficiente y hay noticias de sobra. Las columnas informativas de temas múltiples ayudan a resolver el problema. Bajo títulos genéricos se agrupan todas esas noticias, en lugar de servir de simple "relleno" se agrupan en columnas y adquieren, pese a su brevedad, cierta relevancia.

Estas columnas se elaboran en la redacción de los diarios, no son columnas "de autor". Son resultado del trabajo de un número determinado de periodistas. El texto sintetizado de cada nota corresponde a una entrada de noticia. Su presentación, es con un título único y párrafos separados por cabecillas intermedias.

**LA COLUMNA INFORMATIVA ESPECIALIZADA.** Participa de las mismas características de la anterior por lo que se refiere a su estilo objetivo, a su brevedad, se enfoca a una sola especialidad, una rama de actividades.

La segunda es la **COLUMNA DE COMENTARIO:** Sirve para informar, pero a diferencia de la columna informativa, el periodista se permite hacer observaciones, comenta, opina, satiriza la información que presenta. Los comentarios dan viveza al género y los hace uno de los más ágiles del periodismo. Dificilmente proporcionar información de primera mano. Su función es apartar intereses, pero no necesariamente los datos más importantes de un hecho de actualidad.

Requiere de especialización y el columnista reporta personalmente sus noticias. Los comentarios y opiniones van respaldadas por su firma y su responsabilidad. El columnista es una especie de "sondeador" de la actualidad. Su información exclusiva, sus "tips" y sus interpretaciones orientan al lector con mayor número de elementos que lo que aportan las noticias.

El columnista, por tanto es un reportero especializado que recurre a sus fuentes y "contactos" para recabar datos.

En la columna de comentario existe dos aspectos principales que la nutren:

**LOS PERSONAJES "NOTICIA".** Cada medio social, cada ámbito de las actividades humanas, tiene sus propias celebridades. El columnista, tiene como principal fuente a personajes relevantes, no desdeña nada que hagan, digan o dejen de hacer o decir. Los lectores se interesan en el tema y él trabaja en satisfacer esa curiosidad.

**LOS HECHOS IMPORTANTES:** Además de las actividades que realizan los personajes "noticia", el columnista debe estar atento a los hechos importantes que se producen en su área de especialidad. El hecho importante será reportado por el columnista desde todos los ángulos con la observación y documentación necesarias para obtener y publicar, simultáneamente o posteriormente a la aparición de la noticia desplegada aparte.

Dentro de la columna de comentario se distinguen varias clases que se generan de ella tales como:

LA COLUMNA DE INFORMACIÓN Y COMENTARIOS MÚLTIPLES.  
 LA COLUMNA DE TEMA PRINCIPAL Y VARIOS SECUNDARIOS.  
 LA QUE TRATA DE UN SOLO TEMA.  
 LA COLUMNA-RESEÑA O LA COLUMNA-CRÍTICA.

Esta última clase de columnas de comentario. La reseña o crítica periodística se sitúa dentro del género columna debido a la característica de su presentación con título genérico y en páginas o secciones definidas.

En esta columna lo informativo es parte secundaria, pero no por ello debe estar ausente la siguiente serie de consideraciones.

En la CRÍTICA DE LIBROS, lo informativo se localiza en los datos biográficos o bibliográficos.

En la CRÍTICA DE CINE O TEATRO, datos sobre los personajes y todo lo que se requiere.

En la CRÍTICA DE ESPECTÁCULOS MUSICALES, dados sobre los directores, autores, músicos y demás participantes.

En la CRÍTICA DE TELEVISIÓN, el canal, tipo de programación habitual, libretistas, camarógrafos, etc. Y

En la CRÍTICA DE ARTE.

Define Leñero que la FUNCIÓN DE LA CRÍTICA es valorar y enjuiciar, analizar el hecho de interés público resaltar tanto lo negativo como los aciertos del fenómeno que se aborde. Criticar es enjuiciar, argumentar por qué algo está bien o mal hecho.

Los lectores buscan mantenerse al tanto de las novedades en la especialidad que motiva su interés.

En cuanto a la FUNCIÓN DEL CRÍTICO menciona que debe informar y orientar competente y desinteresadamente; no sólo tiene a los lectores enterados, también es un espectador de las mismas emociones y gustos que sus eventuales lectores; ellos son quienes hacen responsable al crítico de estar al tanto de todo lo importante.

Por otro lado, indica las CONDICIONES DE LA CRÍTICA y establece que la crítica debe ser:

- Ponderada y justa. La crítica "impresionista", o más o menos irreflexiva, no es una verdadera crítica sino una información personal que puede ser arbitraria.
- El crítico ha de evitar los elogios y debilidad a la conciencia. Ni la alabanza ni la sátira mordaz son auténtica crítica, de no ser por una sólida argumentación.
- La crítica ha de ser fielmente informativa, porque el lector quiere saber por qué lo que se critica es o no recomendable.
- El crítico debe procurar emplear un tono ecuánime.
- El estilo de la columna-crítica o columna-reseña, ha de ser conciso, claro y ágil. Nada de pedante erudición. Debe irse al grano.
- Se exige al crítico: madurez, reflexión, especialización y serenidad en el juicio.
- La crítica ha de ser analítica y sintética.
- El crítico debe ser un "apasionado" de la materia que maneja.
- La mayor o menor profundidad de una crítica está condicionada a la publicación para la que se escribe.
- El crítico debe ser un periodista insobornable.

El carácter subjetivo de la crítica da a ésta formas muy variables.

La clasificación que Leñero tiene de los tipos de columna es muy amplio porque divide cada uno de los aspectos de la columna en un tipo diferente. Pero hay quien la distingue de una manera más concreta como George F. Will quien formó parte del grupo de columnistas del *The Washington Post*.

"Estoy totalmente en desacuerdo con la noción de que las columnas pueden dividirse en dos categorías: columnas de INVENTARIO y columnas de OPINIÓN. Esta idea sugiere que una columna de INVENTARIO no expresa el pensamiento ni la personalidad del escritor, que es lo que puede formar un hábito en el lector. Y la cruda división implica que la de OPINIÓN se reduce a una mera exhortación".<sup>44</sup>

Luisa Santamaría cita en su libro *El Comentario Periodístico* que existe otro tipo de columna y es la llamada COLUMNA PERSONAL. La cual define "como una modalidad a mitad de camino entre la literatura y el periodismo". Explica que "es un espacio reservado por los periódicos a escritores de notorio prestigio, adquirido muchas veces fuera del ámbito del periodismo."

<sup>44</sup>THE WASHINGTON POST, Op. cit. pp. 114-115.

Menciona Santamaría que Martínez Albertos la describe como unos guetos privilegiados del periodismo impreso definidos por los siguientes rasgos: son espacios concedidos como cheques en blanco a escritores de indudable nombradía para que escriban de lo que quieran y como quieran, con la condición de que no se extralimiten del número de palabras previamente acordadas y de que respalden con su firma las generalidades o las tonterías que decidan exponer en cada uno de sus artículos.

Mabel Martínez Valle, por su parte agregaría a esta extensa clasificación que "tradicionalmente la columna ha sido siempre una forma periodística de opinión, no obstante, en la actualidad suelen encontrarse columnas informativas o interpretativas."

Finalmente, Mostaza propondría las columnas de HUMOR, CULTURALES, POLÍTICAS, FINANCIERAS, DEPORTIVAS, RELIGIOSAS y TÉCNICAS.

#### 1.3.2.6. Temas de la Columna

Actualmente existe un desplazamiento de temas del editorial a las columnas de los comentaristas, sobre todo aquellos que tratan de temas políticos en los diferentes niveles: local, nacional, internacional, economía, educación, cultura, la vida religiosa, el mundo pop, las actividades educativas, la vida de relaciones sociales, el progreso, la investigación técnica, etc.

Todos ellos son temas concretos de la vida humana que van mereciendo un tratamiento periodístico y especializado como el que se presentan los columnistas.

#### 1.3.2.7. Técnica y Estilo de la Columna

La columna es un género que se encuentra limitado por lo común a un corto espacio. Se obliga a presentar una información más completa que en otro género que dispone de mayor linaje. Este género de opinión, al tiempo que muestra su poder de síntesis, debe ser capaz de persuadir y en ocasiones subyugar la atención del lector.

Los investigadores señalan que en el columnismo se pueden dar todos los tipos de estilos, desde el narrativo, argumentativo, descriptivo, etc.

"En la columna se debe reflejar la sensación de importancia y de vivacidad en cada frase y en cada párrafo. Emplear las palabras comunes, pero con un valor nuevo, como si fueran monedas recién acuñadas, alcanzar sonoridad y eficacia especiales cuando así lo requiera la idea, son todas éstas para una magia de estilo".<sup>45</sup>

<sup>45</sup>BUENDÍA, Manuel, Op cit. p. 194.



En la información que presenta la columna no es necesario que tenga una sola posición ante los hechos. Puede sin más tratarlos, explicarlos.

Debe también, emitir juicios para entender el curso futuro de los hechos. En cuanto a lo literario que puede ser este género, "tiene la libertad para expresarse sin la ampulosidad y nobleza del editorial, utilizando giros y expresiones de tipo coloquial, e incluso desgarrados, rasgos de humor, del que las columnas tiene un importante componente, pero siempre en tono decoroso".<sup>46</sup>

El estilo de la columna a diferencia de otros géneros puede oscilar desde el más solemne y grandilocuente hasta el más frívolo e insustancial.

"La técnica de realización, el esquema de trabajo es también más libre que en el caso del artículo editorial. Se puede utilizar un modelo que corresponda al proceso expositivo de la sentencia, o cualquier otra estructura interna. Lo que sí es importante es afrontar desde el primer momento el tema principal sin perderse en rodeos antiperiodísticos".<sup>47</sup>

### 1.3.2.8. Estructura de la Columna

Generalmente se distingue porque los distintos asuntos que aborda pueden ser separados con puntos suspensivos o con cabezas intermedias.

"Por la intromisión de frases célebres festivas y otras "ocurrencias"; el poner en letras negras los nombres de personas, instituciones o agrupaciones, son algunos de los recursos que suele utilizar para dar variedad y cierto "movimiento" a su columna".<sup>48</sup>

George F. Will destacado columnista del *The Washington Post* subrayaba que la estructura de la columna "está estrictamente limitada a escribir en forma meticulosa, ya que intento combinar lo agradable y lo conciso. Por lo que el estilo y el contenido de una columna están relacionados".<sup>49</sup>

### 1.3.2.9. Redacción de la Columna

"A pesar de que la palabra "columna" pudiera indicar que su extensión se limita aproximadamente a las 1,000 palabras convencionales de la columna usual del periódico, su longitud varía con frecuencia. Algunos columnistas rinden una tarea diaria de 800 palabras o más; otros ponen punto final a sus efusiones a las 500 palabras o menos. En tanto Will Roger escribió una columna famosa con promedio de un párrafo".<sup>50</sup>

<sup>46</sup>SANTAMARÍA, Luisa, Op cit. p. 121.

<sup>47</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, Op cit. p. 391.

<sup>48</sup>LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos, Op cit. pp. 258-259.

<sup>49</sup>THE WASHINGTON POST, Op cit. p. 116.

<sup>50</sup>BOND FRASER, F., Op cit. p. 274.

Leñero establece que uno de los propósitos centrales de la columna es ofrecer el mayor número de informaciones y comentarios en el menor espacio posible, y esto se consigue con los siguientes puntos para redactar una columna:

**BREVEDAD Y CONCISIÓN:** Tratar los asuntos en pocas líneas. Es deber de la columna irse directamente a la sustancia del hecho noticioso o a su significación. Deben reducirse los elementos de información o juicio a lo esencial.

**AGILIDAD:** El hecho o el significado del hecho en pocas palabras; las indispensables. Uso de oraciones en su forma más simple: sujeto, verbo y complemento.

**SENCILLEZ:** Empleo de palabras que todos los lectores puedan entender, tomando en cuenta que en periodismo se escribe para el lector medio, sin rebuscamientos y sin tratar de "hacer literatura."

**FAMILIARIDAD:** El estilo de la columna de autor no debe ser necesariamente impersonal; se puede cultivar tono familiar "cómplice" con los lectores, como si el columnista se dirigiera a un grupo de amigos.

### 1.3.2.10. Firma del Columnista

El columnista que firma sus escritos puede expresarse con la mayor libertad, siempre que evite la difamación y la obscenidad.

Puede también estar en contra del punto de vista de los editoriales, puede hasta satirizar libremente lospreciados postulados de los editoriales. A raíz de eso en los periódicos se busca que los columnistas sostengan puntos opuestos a la política editorial. Con el propósito de que los lectores, al ver que se exponen los criterios opuestos, juzgarán al diario como imparcial y de amplio criterio.

"Heywood Bround fue el precursor del principio de que un columnista tiene derecho a expresar su opinión sea cual sea ésta, coincida o no con la del periódico".<sup>51</sup>

A partir de Bround muchos otros columnistas comenzaron a pasar por alto las restricciones editoriales y escribieron lo que realmente sentían o pensaban. Este hecho abrió una brecha para el columnista quien ya puede escribir lo que quiera, bajo su nombre, pero también está el director quien todavía tiene la autoridad para suprimir, censurar o quitar lo que no sea bien visto.

La autoridad y reconocimiento que han ganado estos periodistas los lleva a ir día con día a desarrollar una especialidad en los temas que han estudiado. Sin embargo, esta libertad que se les ha otorgado ha provocado en algunos columnistas un aire de "todopoderoso", al considerarse como especialistas en todo cuando existe en el cielo, la tierra y en todo lugar.

<sup>51</sup>BOND FRASER, F., Op cit. p. 280.

Van inflando su personalidad y tienen rasgos de omnisciencia. "Empezan a escribir como si fuesen el oráculo desde su trípode. El columnista sabelotodo que conoce todas las respuestas, puede decidir en definitiva sobre los asuntos más importantes, tres y a veces seis días a la semana."<sup>52</sup>

### 1.3.2.11. El Seudónimo

Hablamos anteriormente sobre la firma de la columna el reconocer el nombre del autor, del responsable, pero existen otros modos de firmar el texto, y éste se da a través delseudónimo.

El firmar con unseudónimo o sobre nombre puede significar la protección de su creador. Como en otros momentos de la historia se describen. Lo delseudónimo tiene una antigua tradición literaria, pero el caso más famoso deseudónimo político ha sido el de las famosas "Cartas de Junius".

"Los artículos o cartas de un enigmático "Junius" fueron publicadas por primera vez en *The Public Advertiser* de Londres, y luego en sucesión no interrumpida desde el 21 de enero de 1769, hasta el 12 de mayo de 1772. El misterio trascendió a los siglos XVIII, XIX y parte del XX, y así lo fue registrando la Enciclopedia Británica, pero en 1962 un lingüista sueco, Alvar Ellegard, inventó un método de estilo estadística con la ayuda de la computadora y determinó que Junius había sido Sir Philip Francis, un altísimo funcionario de su majestad"<sup>53</sup>.

### 1.3.2.12. El Columnista

Dice Bartolomé Mostaza que "un columnista es un francotirador, por su exclusiva cuenta y riesgo. Lo que escribe vale por lo que valga su firma".

Mabel Martínez Valle lo caracteriza como "el periodista que habitualmente dispone de un espacio determinado en un periódico para escribir con libertad de elección temas de actualidad o comentarios diversos".

Para Vicente Leñero el columnista "es una especie de "sondeador" de la actualidad. Sus informaciones exclusivas sus *tips* y sus interpretaciones orientan al lector con un mayor número de elementos que los que aportan las noticias".

Señala que un columnista es un reportero especializado que recurre a sus fuentes y "contactos" para recabar datos. Menciona que el nutrido número de informaciones que por lo general ofrece una columna obliga al periodista a desplegar una gran actividad, a estar al tanto de lo que acontece en su área de especialización, en sus fuentes.

<sup>52</sup>BOND FRASER, F., Op cit. p. 281.

<sup>53</sup>CAMPBELL, Federico, Op cit. pp. 108-109.

### 1.3.2.13. Características del Columnista

"El "mejor" columnista es el que atrae el mayor número de lectores, pues incrementa así la circulación del periódico".<sup>54</sup>

George F. Will destacado columnista señala en el texto "*The Washington Post*" que un columnista debe contar con las siguientes características:

- Un columnista especializado debe tener mucho que informar, en vez de recopilar lo que piensan o qué se piensa de los funcionarios públicos.
- Debe gozar de mucha libertad y está obligado a utilizarla.
- No puede estar, el columnista, constantemente cavilando qué querrán leer sus lectores la semana siguiente.
- Hasta el columnista más bajo es como un artista.
- Lo que distingue a un valioso columnista es su particular forma de ver el paisaje social.

Por lo tanto, el columnista debe ser un hombre preparado y sobre todo contar con la habilidad para investigar y con la capacidad de organizar los datos recabados. Se dice que si todo oficio tiene sus pequeños secretos el del columnista no es la excepción y el más interesante de esos secretos se llama "archivo". Sin un archivo todo buen columnista estaría perdido.

Es importante también que "un verdadero columnista no ceda nunca a las presiones que suelen ahogar, a mediatizar otras voces: existe tal como es o simplemente desaparece".<sup>55</sup>

### 1.3.2.14. Funciones del Columnista

Un columnista tiene como función, según Luis Velásquez, en *Revista Mexicana de Comunicación*, documentar, guiar, orientar, explicar y desentrañar la complejidad de la vida política, social y económica del país. Ayuda a entender lo que está pasando. Descubre el trasfondo de las cosas y los hechos. "Hace más útil la vida cívica. Frena los abusos del poderoso en turno. Enaltece los altos valores del espíritu. Sirve de puente de transición a la democracia".<sup>56</sup>

<sup>54</sup>BOND FRASER, F., Op. cit. p. 278.

<sup>55</sup>BUENIDÍA, Manuel, Op cit. p. 201.

<sup>56</sup>*Revista Mexicana de Comunicación*, No. 62, Año 12, marzo-abril 2000, p. 41.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

"El columnista está para entretenerles, orientarles, si podemos, para cabrearles y para lo que gusten".<sup>57</sup>

Antonio López Pan señala en su libro *Las Columnas del Periódico*, que "el columnista a través de sus artículos revela una manera de ser y comportarse ante los acontecimientos y las personas, unas preferencias morales, unas determinadas intenciones, unas finalidades y defiende una serie de valores; y además, hace todo eso de una forma y con un estilo propio: pues bien todos esos elementos crean lo que la retórica clásica denominaba el *ethos* del orador, el talante".<sup>58</sup>

### 1.3.2.15. El Columnismo en México

Según Granados Chapa, la aparición de este género en México se da en la ciudad de Puebla: "el primer periódico que surgió en esta capital *La Abeja Poblana*, tenía ya en 1820 una columna política llamada justamente *Colmena de Abejas*. Menciona que "es Trinidad Sánchez Santos el primer columnista moderno que podríamos encontrar en las páginas del diarismo nacional, con su columna titulada *Guerrillas*, la cual inició en el periódico *El Tiempo*. Y más tarde pasó a *El Heraldo*. Y el año de 1880 podemos fechar como el año de nacimiento del columnismo político moderno en nuestro país".<sup>59</sup>

En cuanto a los columnistas que empezaron a "brillar" en el país fueron algo completamente distinto. La tradición de los columnistas actuales inicia en México con Carlos Denegri, un clásico de los años cuarenta y cincuenta. Quien fue acusado de vender protección a los políticos. Desde entonces los columnistas políticos fueron una extraña mezcla de voceros del régimen y negociantes particulares que al leerse se entendía como "la voz de Los Pinos".

"En algunos diarios estos columnistas mantienen un espacio que no refleja la posición del periódico ni el sentir de la sociedad: es la postura del gobierno. La mayoría de los columnistas políticos, no han dejado de ser voces oficiales, y se les lee con morbo y con un interés que depende de la cercanía con el poder".<sup>60</sup>

Debido a esta cercanía o protección a políticos importantes, en México el seudónimo ha tenido una importante trayectoria en el columnismo, desde los años 60 y 70.

"A mediados y a lo largo de los años 60 y 70, aparecía por ahí en las librerías -o le llegaban al lector por correo- libretos que pretendían dar una versión manipulada de ciertos hechos políticos o acerca de personas a quienes no se podía agredir directamente".<sup>61</sup>

<sup>57</sup>LÓPEZ HIDALGO, Antonio, Op cit. p. 99.

<sup>58</sup>id. p. 102.

<sup>59</sup>JIMÉNEZ RIVERA, María Adriana, MARTÍNEZ Solano, María Estela, *Análisis de la Columna en la Prensa Mexicana Contemporánea: Teoría y Práctica*, p. 46.

<sup>60</sup>CAMPBELL, Federico, Op cit. p. 93.

<sup>61</sup>id. p. 108.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 1.3.3. El Artículo

"Parece claro que el artículo es el tronco común de donde se ramifican los demás géneros de opinión. Aunque hasta que se desarrolla la empresa periodística, el artículo firmado hacía también las funciones del editorial, no cabe duda, según se desprende de cuanto antes se ha expuesto, que el lector siempre atendía a la opinión del autor del mismo. Eran editoriales personales que coincidían a su vez en la misma persona".<sup>62</sup>

Un artículo se escribe porque el periódico lo necesita como medio de expresión formativo, ideológico, orientador. Se puede considerar al artículo como un adorno del periódico, como una joya. Es el soneto del periódico.

#### 1.3.3.1. Definición del Artículo

José Luis Martínez Albertos considera que a "todo el abanico de géneros periodísticos enjuiciativo debe ser denominado, de forma genérica: artículos (como vocablo castellano que pretende que resulte equivalente a los *comments* anglosajones) y su definición global podría ser la siguiente: "El artículo o comentario es la exposición periodística de ideas suscitadas o propósitos de hechos que han sido noticia recientemente".

En tanto, César González Ruano considera que el artículo es un género híbrido del cual se puede dudar si es una modalidad del periodismo mayor o de la literatura menor. Señala que es en la generación de los "contemporáneos" el momento más interesante del artículo periodístico, con indudables aciertos.

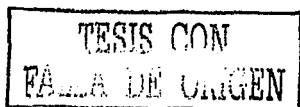
Mabel Martínez Valle cita en su texto *Los Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas* que "el artículo es cualquier escrito de mayor extensión que se inserta en una publicación periodística". Considera que esta definición no es adecuada para el artículo porque alude al concepto vulgar y corriente que confunde las formas y denomina "artículo a todo lo que se publica en un medio periodístico".

Enfatiza que otros autores lo han definido como "una opinión individual que se expresa a través de un periódico o un escrito, de muy variado y amplio contenido, de variada y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea de especial trascendencia, según la convicción del articulista".<sup>63</sup>

Para Martínez Valle el artículo "es una forma periodística en la cual el articulista expresa su propia opinión acerca de un tema de interés, a partir de su investigación, acerca de él, imprimiendo en su escrito su particular estilo".

<sup>62</sup>LÓPEZ HIDALGO, Antonio, *Op cit.* p. 46.

<sup>63</sup>MARTÍNEZ VALLE, Mabel, *Op cit.* p. 87.



Leñero al igual que Mabel Martínez Valle definen el artículo como "el género que utiliza el periodista para expresar sus ideas, opiniones, juicios o puntos de vista sobre noticias o temas de interés público permanente".

El artículo es, según Gonzalo Martín Vivaldi, "el escrito de muy vario y amplio contenido, varía y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea actual, de especial trascendencia, según la convicción del articulista".

Martín Vivaldi cita en su libro *Géneros Periodísticos* a Mico Buchón quien dice que el artículo es un escrito no muy extenso sobre un tema interesante por su mismo contenido, por el enfoque y por su forma ágil, ameno, suelta. Se ofrece en él una visión sucinta, pero no exenta de profundidad, de un problema bajo un aspecto y enfoque particular. Esta visión es simple fragmentaria, para tener valor debe apoyarse en una visión total.

Concretamente Bartolomé Mostaza dice que los artículos firmados son una opinión individual que usa el periódico para expresarse.

Armando de Miguel en su libro *Sociología de las Páginas de Opinión* percibe al artículo de opinión como "una cordillera con dos vertientes": el polo literario y el polo informativo.

Si bien para él es un género periodístico, quienes lo practican "no derivan de una especialidad del periodismo", aunque "periodistas con título" escriban "excelentes columnas".<sup>64</sup>

Estos autores presentan en sus definiciones conceptos que nos permiten establecer al artículo como el género de opinión que presenta la exposición de las ideas, opiniones, información o interpretación del autor del texto, acerca de un tema o noticia permanente y de interés general.

### 1.3.3.2. Características del Artículo

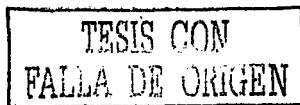
Mabel Martínez Valle señala que el artículo es "más bien periodismo literario o literatura periodística, dado que en su estilo pueden utilizarse todos los recursos de la lingüística. En el artículo, la opinión del periodista es el eje, la esencia, lo fundamental. El articulista comenta mientras va relatando, fundiendo narración y comentario, ensamblando noticias y opinión en un todo indisoluble".

Federico Campbell define las siguientes características para el artículo:

Aparece en un lugar fijo.

Con cierta periodicidad (diariamente, dos o tres veces a la semana, o semanalmente).

<sup>64</sup>HORRAT, Héctor, *El Periódico Actor Político*, p. 133.



El articulista puede escoger cualquier tema de su interés y no necesariamente uno de actualidad.

Lo tradicional en la historia del periodismo ha sido que en el artículo se trace un cuadro de mayor profundidad sobre el acontecimiento en cuestión.

El artículo es monotemático.

Está sujeto a una estructura que no da mucho de sí.

### 1.3.3.3. Funciones del Artículo

"El artículo cumple ampliamente toda la misión del periodismo: informar, formar y entretener. El buen articulista penetra en el mundo y lo hace objeto de su valoración y de su análisis; luego se lo entrega al lector convertido en enseñanzas amenas, pero profundas".<sup>65</sup>

Martín Vivaldi enfatiza que "El periodismo tiene tres misiones fundamentales: informar, orientar y distraer. En el artículo tales fines quedan reducidos a dos: orientar y distraer".

Federico Campbell menciona que "el artículo debe tener valor para arriesgar las propias opiniones. El artículo debe sumarse al debate cotidiano que se da en una cierta comunidad como extensión de la plaza pública o el parlamento. Debe ser una argumentación a la manera del ensayo literario".

### 1.3.3.4. Tipos de Artículos

Mabel Martínez Valle menciona que el artículo periodístico es tan variado, tan múltiple y tan personal, que casi podría decirse que existen tantas clases de artículos como periodistas.

Pero, distingue tres variedades de artículos:

ARTICULO propiamente dicho;

GLOSA

ENSAYO

El primero se refiere a la forma clásica, el segundo a un artículo de contenido más ligero, y el ensayo adopta características de mayor profundidad y enjundia, elige temas muy especializados y adopta un estilo menos brillante.

Vicente Leñero establece que hay dos tipos de artículos que se diferencian, según el tema y la oportunidad de los asuntos que trata:

<sup>65</sup>MARTÍNEZ VALLE, Mabel, Op cit. p. 89.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- **EL ARTÍCULO EDITORIAL:** Se ocupa el periodista de las noticias más importantes del momento. Los sucesos que han sido dados a conocer en las secciones informativas de los diarios, son el material sobre el que trabaja el articulista.

El llamado artículo editorial puede confundirse con el editorial, sin embargo Leñero aclara que estos dos géneros de opinión no tienen diferencia alguna, en cuanto a su contenido.

Ambos abordan los acontecimientos más sobresalientes del momento. La diferencia básica es que la opinión que reproduce el editorial representa el punto de vista de la institución periodística, en tanto que la del artículo editorial es responsabilidad de cada articulista.

En el artículo editorial su autor maneja un lenguaje más personal, menos institucional y, por lo tanto, tiene mayor oportunidad de atraer "seguidores" a quienes guste su estilo.

- **EL ARTÍCULO DE FONDO:** En el artículo de fondo, el articulista emite sus interpretaciones, opiniones y juicios en torno a temas de interés general o permanente, pero no necesariamente sobre acontecimientos de actualidad inmediata".

El artículo de fondo se **CARACTERIZA** por no abordar sucesos noticiosos que acaban de ocurrir; si se refiere a ellos es únicamente para documentar una consideración determinada, y es en esta característica en lo que se diferencia del artículo editorial.

Los **TEMAS** que aborda el artículo de fondo pueden ser históricos, políticos, religiosos, humorísticos, sociales, educativos, etc. Se ejercita este género más para instruir que para polemizar o simplemente comentar.

El **ESTILO** del artículo de fondo puede variar de lo lírico a lo escueto, de lo irónico a lo grave o mesurado."

Martínez Albertos al igual que Leñero identifica principalmente a dos tipos de artículos:  
El artículo editorial; y

El artículo comentario (o columna)

Otras de las modalidades que señala es la crítica que tiene una vinculación con la información de actualidad, pero su origen fue actividad periodística y los escritos que no tienen ninguna significación vinculada al concepto de actualidad informativa son los siguientes tipos de artículos:

- ARTÍCULOS DE TRIBUNA LIBRE;
- ARTÍCULOS DE HUMOR;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- ARTÍCULOS COSTUMBRISTAS;
- ARTÍCULOS DE DIVULGACIÓN HISTÓRICA;
- ENSAYOS DOCTRINALES, etc;

Para Martínez Albertos, todos estos tienen entre sí características comunes. No trabajan directamente sobre hechos. No tiene finalidad rigurosamente informativa. Trabajan sobre ideas, deducen consecuencias ideológicas, culturales, filosóficas, de acontecimientos más o menos actuales.

Por este motivo, todo este cúmulo de trabajos periodísticos pueden ser denominados conjuntamente artículos. Todas estas modalidades del artículo constituyen a su vez subgéneros de carácter enjuiciativo, a los que cabe aplicar las normas generales del estilo de sollicitación o bien del estilo ameno, según los casos.

Martín Vivaldi dice que las clases de artículos son "prácticamente infinitas. Tantas como temas o asuntos. Se puede escribir de todo y en todos los tonos. Un mismo tema. Puede ser tratado filosóficamente, científicamente o en tono humorístico".

Por su enfoque, el artículo puede ser más o menos informativo, más o menos interpretativo, más o menos aséptico o "literario"; puede resultar elogioso o duramente crítico, puede ser simplemente poético.

Entre las infinitas clases de artículos Martín Vivaldi establece una especial atención a los artículos de:

**COSTUMBRES:** Es pieza única en el periodismo. Podría ser considerado como un capítulo de novela de corte naturista o realista; como una escena de la real comedia de la vida. El artículo de costumbres es realidad e imaginación con visión crítica y aguda de la vida humana; con un poco de filosofía y unas gotas de humor.

**HUMOR:** Nada hay que tanto agradezca el lector de periódicos como el buen artículo humorístico generador de una sonrisa y hasta de una sonora carcajada. Y aunque el humor admite gradación, nuestra preferencia apunta al humorismo de la mejor ley: A esa actitud suavemente burlesca, a la par comprensiva de los defectos y errores humanos, vistos con una sonrisa no exenta de melancolía.

César González Ruano identifica al igual que Martín Vivaldi los mismos tipos de artículos que él menciona, sin embargo, González Ruano agrega a la clasificación el artículo **RETROSPECTIVO**. Se trata de un artículo de divulgación histórica, especialmente mimado por determinados periódicos de la prensa española.<sup>66</sup>

<sup>66</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *Op cit.* p. 397.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Lo considera un género híbrido entre el reportaje y el artículo de investigación. Estos escritos tienden a ser más un comentario realizado de acuerdo con sus reglas de investigación histórica que un reportaje profesional con sentido del ritmo de la narración periodística.

### 1.3.3.5 Temas del Artículo

En el artículo los temas pueden ser ilimitados, todo puede ser tema para un buen artículo periodístico. A diferencia de otros géneros de opinión, el articulista no suele plantear de antemano un tratamiento para el problema.

"Todo depende de que el articulista sepa darnos una visión personalísima, original y auténtica del tema elegido para el artículo. Esta libertad temática no quiere decir una libertad absoluta. Lo es en cuanto al tema, no en cuanto al modo de tratarlo. Hay que humanizar y actualizar el tema".<sup>67</sup>

González Ruano considera que casi nunca el articulista glosa un tema o suceso de actualidad sino un ambiente actual, lo que no es lo mismo, o bien un tema cuya actualidad está en el calendario y es siempre la misma todos los años: carnaval, día de muertos, etc.

"Se aplica una discreta aplicación de elementos de cultura, una participación nada pequeña de valores que pertenecen a la invención poética y cierto gusto por las formas melancólicas, que responde bien al interés periodístico, y que son perfectamente compatibles con una amenidad exigida por el público y aún con las imposiciones de un sentido realista de la actualidad y del suceso diario, que muchos de nosotros no solamente no hemos rechazado, sino que procuramos glosar siempre que la ocasión nos lo proporciona".<sup>68</sup>

"Actualmente en los artículos que se escriben se observan dosis de prescripciones morales, de lo que se debe hacer o no hacer, un tono catastrofista profético, apocalíptico, el predominio de una literatura filosofizante, en el peor sentido que hace del articulismo un género tan oscuro como pasado de moda".<sup>69</sup>

### 1.4.3.6. Estilo del Artículo

Martínez Albertos considera que no todos los textos de comentarios responden a un mismo estilo periodístico. Algunos de los artículos de opinión -los más importantes desde el punto de vista ideológico- siguen prácticamente al pie de la letra las notas generales que describen el llamado estilo de sollicitación de opinión o "modos editorializantes".

<sup>67</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. p. 189.

<sup>68</sup>MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, Op cit. p. 394.

<sup>69</sup>BORRAT, Héctor, Op cit. p. 134.

Establece que otros de estos géneros pueden ser elaborados de acuerdo con aquellas pautas estilísticas que corresponden al llamado estilo ameno o "folletismo". El estilo del artículo requiere de mantenerse en los límites de lo convencional y lo impersonal.

Más detalladamente se hace mención del estilo del artículo en los textos de Mabel Martínez Valle y de Martín Vivaldi. Estos dos autores enumeran los puntos que identifican el estilo del artículo.

Consideran que "existe una libertad absoluta, no hay normas ni reglas; el estilo es el del buen articulista. Salvo las naturales limitaciones que impone el buen gusto, la moral, el derecho y la sociedad en que se vive, el articulista escribe como quiere".

Establecen que la claridad es condición esencial de todo trabajo periodístico, todo lo que enturbie la expresión nítida del pensamiento, ya sea vocabulario rebuscado o sintaxis complicada, debería proibirse.

Mencionan que cuando se trate de trabajos extensos, conviene utilizar subtítulos para fragmentar y evitar la monotonía. El texto del artículo debe penetrar en el lector en forma lenta y pausada no de repente.

Coinciden en que el desarrollo debe ser progresivo y llevar a la conclusión del tema, casi sin que el que lee se dé cuenta. Dado que el estilo es eminentemente personal, el tono en el que se exprese debe ser temático -social- periodístico, pero del tema abordado, del momento histórico y social en que se vive, y del órgano para el cual se escribe.

Por último consideran que el estilo aun siendo claro y perceptible, debe ser casi invisible. Debe verse la idea o los sentimientos del que escribe, no por sus palabras, sino a través de sus palabras.

### 1.3.3.7. Técnica del Artículo

Se dice que no hay una técnica para la redacción del artículo, porque éste es un trabajo eminentemente personal. Cada periodista ejercita su forma sin principios técnicos, ni cánones, sólo cuenta su temperamento, su carácter, su propio y particular estilo.

Para todos aquellos géneros que admiten comentarios, Vicente Leñero, hace válidas las siguientes consideraciones para su creación:

-El artículo da siempre una dimensión de profundidad: la interpretación. Comentar es interpretar.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Pero, el artículo, además de interpretar un suceso, un problema, un asunto de interés colectivo, suele prever lo que todavía no ha ocurrido, pero probablemente ocurrirá.

-El artículo que incluye esta cualidad es el artículo más completo: el que valora interpreta lo sucedido, prevé lo que puede pasar y dicta lo que debe hacerse para evitar que ocurra algo que puede perjudicar a la colectividad.

Martín Vivaldi reitera que hablar de técnica en el artículo periodístico "es casi un sarcasmo, un insulto al género y al articulista. No hay técnica alguna es un trabajo personal. Cada escritor escribe como quiere y como puede sin necesidad de módulo formal ni de principios o reglas técnicas.

"Pero la técnica que nos interesa estudiar es la interna, lo espiritual. Nos interesa ver cómo se plantea y desarrolla. Cómo se escribe, un artículo periodístico. En todo trabajo literario, se dan tres momentos fundamentales: la invención, la disposición, la elocución, a los que se atañe el no menos importante del retoque o corrección".<sup>70</sup>

### 1.3.3.8. Estructura del Artículo

Federico Campbell indica que en algunos periódicos del mundo, se acostumbra que todos los artículos de opinión lleven un pie de autor, una nota al pie de la página en la que se informa la filiación política del autor "por muy conocido que sea éste". Y además del cargo, el título, la ocupación principal, su oficio y su relación con el tema abordado.

Señala Campbell que el artículo viene después de los hechos que aparecen en las primeras informaciones redactadas con objetividad e imparcialidad. Hace hincapié al mencionar que en este género el criterio es más laxo y cabe la subjetividad del autor, que deberá resumir los hechos y otros datos brevemente porque su texto debe ser autosuficiente, no puede dar por descontado que el lector ya está enterado de la información que se comenta.

Leñero sugiere, en cuanto a la estructura el siguiente orden lógico:

- Planteamiento del tema.
- Desmontaje de las piezas clave del tema.
- Juicio crítico del asunto abordado.
- Perspectiva.
- Solución.

<sup>70</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. pp. 196-197.

### 1.3.3.9. Redacción del Artículo

Mabel Martínez Valle escribe que no hay una técnica para la redacción del artículo, porque éste es un trabajo eminentemente personal. Cada periodista ejercita esta forma sin principios técnicos, ni cánones, sólo cuenta su temperamento, su carácter, su principio y particular estilo.

Leñero por su parte sugiere algunos puntos para redactar un artículo. Insiste en la importancia de la ENTRADA, "el gancho" con que se gana la atención del público, tomando en cuenta que a pocos lectores se les convence con frases hechas, con "muletillas", con lugares comunes o sonoras expresiones falsamente oratorias. Se convence con razonamientos, con hechos probados, con juicios lógicos.

"Después de empezar, es preciso que la documentación y las verdades periodísticas, históricas, literarias, etcétera, acompañen al articulista en el DESARROLLO. En cuanto al párrafo final, hay que tomar en cuenta la fuerza que tienen las últimas palabras. El REMATE debe tener un efecto particular de sorpresa, de tal magnitud que quede grabado en la mente de los eventuales lectores. La última impresión, bien se sabe, es "la que queda". Una sentencia que dé en el centro de lo tratado, una conclusión lógica ineludible, una consecuencia digna de tenerse en cuenta, pueden servir para poner fin a un artículo de manera trascendente"<sup>71</sup>

Guillermina Baena Paz, en su libro *El Discurso Periodístico*, menciona que no hay una estructura uniforme en cuanto a la redacción técnica de los artículos, ya que quienes los escriben son, por lo general, especialistas en un tema y su práctica profesional corresponde a muy diversas profesiones.

Por lo tanto, considera que "los hechos son sagrados, el comentario es libre", pero sugiere que un procedimiento para elaborar argumentaciones es el que se puede usar para elaborar los artículos.

"TESIS: Es la idea central, un juicio, expresado en forma directa y clara, que será probado y demostrado. CUERPO, está constituido por dos aspectos: Analizar la demostración, es decir, exponer los pasos o argumentos que nos llevaron al establecimiento de la tesis inicial y probar o razonar las evidencias, lo que equivale a probar con hechos la verdad de su afirmación. CONCLUSIONES: Se retoman los aspectos principales que se requieren fortalecer e inclusive se pueden anticipar réplicas, como una estrategia para adelantarse a posibles cuestionamientos".<sup>72</sup>

"El artículo no piensa, ni pondera mucho: antes obra. A veces puede considerársele una acción. En él debe cuidarse de modo especial el comienzo. Cuando éste es atinado, agarra al lector y no lo suelta hasta el final. Si ya en la introducción consigue cautivante interés, no tiene por que dejar al lector que llegue sin más ni más al final. Ya que supo llamar la atención y retenerlo, puede ir dando detalles y más detalles hasta que desaparezca el interés que emana de la lectura y decaiga la atención".<sup>73</sup>

<sup>71</sup>LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. Op cit. p. 310.

<sup>72</sup>BAENA PAZ, Guillermina, *El Discurso Periodístico, los Géneros Periodísticos hacia el nuevo milenio*, p. 85.

<sup>73</sup>DOVIFAT EMIL, P., *Periodismo*, p. 134.



### 1.3.3.10. Firma del Artículo

Según Martín Vivaldi cuando nos disponemos a leer un gran artículo de un gran escritor, nos interesan no tanto las cosas, como las ideas del escritor sobre esas cosas. En otros géneros periodísticos los títulos nos inducen a la lectura. En el artículo, el título no lo dice todo; sólo anuncia levemente el contenido sin descubrirlo.

"Es la firma del autor lo que nos arrastra a la lectura. No es totalmente indispensable que el autor del artículo sea un escritor consagrado; basta un nombre conocido, famoso. No son propiamente escritores, pero su gran personalidad sería suficiente para atraer al lector, en el supuesto de unos artículos escritos por tan renombradas firmas".<sup>74</sup>

Aclara Martín Vivaldi que no quiere decir que se "desprecien o se menosprecien los hechos, las ideas. Sería tanto como defender el artículo vano, vacío, sin contenido. Lo expuesto significa, simplemente, que el autor de un artículo está siempre en primer plano".<sup>75</sup>

"Generalmente son expertos en su tema y muy reconocidos. Por ello es importante su firma ya que le da más prestigio al artículo. Actualmente, el artículo no siempre va firmado, sino a menudo se destaca al autor con una foto".<sup>76</sup>

Enfatiza que el autor está siempre en primer plano. En el artículo no se dice "vamos a ver que dice aquí", sino "vamos a ver qué dice éste"

### 1.3.3.11. El Articulista

"El buen articulista, si se nos permite la expresión, es un profesor de "mundología": es el escritor en función del mundo y de la vida... El amplio y vario mundo es constante objeto de su meditación, de su valoración, de su análisis, de su interpretación. El articulista nos instruye y nos deleita con sus gratas lecciones de lo que sea. Y lo hace con gracia, con amenidad. De tal modo que su lección no se note".<sup>77</sup>

Martín Vivaldi dice que el articulista es un hombre culto. Pero no debe nunca abrumarse al lector con su cultura. Sus conocimientos deben aparecer casi disimuladamente, como si su saber fuese del dominio público. La especial pedagogía del articulismo impone al escritor enseñar las cosas disimuladamente, que no se note nunca en su prosa al "dómine", al profesor".<sup>78</sup>

<sup>74</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. p. 188.

<sup>75</sup>id. p. 188.

<sup>76</sup>ROMA, Pepa, *De Profesión, Periodista*, pp. 85-86.

<sup>77</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. pp. 193-194.

<sup>78</sup>id. p.180.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

"El articulista auténtico sólo responde a escribir a una necesidad íntima de dar forma a una idea, y de comunicarla. Escribe por el goce de escribir. Es un pequeño creador. Y dicese pequeño no por la calidad de su trabajo, sino por el reducido espacio que ocupa y le ocupa".<sup>79</sup>

### 1.3.3.12. Características del Articulista

Para ser un articulista, menciona el escritor político Francisco Martínez de la Vega, en una entrevista para la *Revista Mexicana de Comunicación*, que no se requiere forzosamente de una preparación universitaria.

"Los escritores políticos por lo general han llegado ya formados intelectualmente al comentario político. Pero independientemente de donde se proceda, se necesita una gran preparación para hablar con autoridad. Ahora no se necesita ser un sabio, pero sí tener una gran preparación. Es el esfuerzo lo que vale, la dedicación, el no estar satisfecho nunca con lo logrado. Si usted escribe un artículo, el más exigente juez, el censor más rígido debe ser usted".<sup>80</sup>

El articulista es experto en algo, como el científico, el sociólogo, analista político, se considera que es alguien con unos conocimientos lo bastante profundo como para poder opinar sobre el tema del que escribe.

"En el artículo la libertad narrativa es casi total. No hay que ser experto en nada, pero sí tener un estilo y una agudeza especial".<sup>81</sup>

"Los grandes historiadores son los que saben identificar en un cierto periodo a los personajes significativos, los acontecimientos que cuentan los estados de ánimo prevaletentes, y logran establecer las relaciones justas entre unos y otros para ofrecer un escenario coherente que permita al lector revivir hechos remotos del pasado como si hubiera sucedido ayer".<sup>82</sup>

### 1.3.3.13. Funciones del Articulista

Además de cumplir con dos funciones: orientar y distraer. "El buen articulista enseña y adoctrina sin ensañarse doctrinalmente en la herida abierta de nuestra ignorancia. Nos deleita y nos distrae: nos saca de nuestro mundo habitual y pequeño, de nuestras ocupaciones y preocupaciones".<sup>83</sup>

Federico Campbell señala que el articulista "debe resumir los hechos y otros datos brevemente porque su texto debe ser autosuficiente, no puede dar por descontado que el lector

<sup>79</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. p. 208.

<sup>80</sup>*Revista Mexicana de Comunicación*, No. 41, Año 8, Agosto-octubre 1995, p. 5.

<sup>81</sup>ROMA, Pepa, Op cit. p. 87.

<sup>82</sup>CAMPBELL, Federico, Op cit. p. 81.

<sup>83</sup>MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, Op cit. p. 194.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



ya está enterado de la información que se comenta. Debe desarrollar el arte de la persuasión y proyectarlo en su escrito".<sup>84</sup>

"Su propósito es convencer, persuadir al lector de que acepte nuestra opinión, y a veces proporciona más informaciones acerca de datos que el periódico no ha dado. No tiene que reflejar la política editorial del periódico".<sup>85</sup>

### 1.3.3.14. El Artículo en México

"La presencia del artículo en México se remonta al siglo XVIII, con la aparición de la segunda *Gaceta de México*, donde se escribía acerca de la preocupación criolla de dar a conocer las más importantes noticias del reino "con el objeto de ilustrar a los lectores curiosos, cultos y de buen gusto de otros reinos con los sucesos más sobresalientes de la apreciada joya de España".<sup>86</sup>

Según la información recopilada en la tesis *Los Articulistas en México* se transcriben los siguientes datos que reseñan puntos trascendentes de las primeras manifestaciones del artículo en México. Los temas más recurrentes del artículo fueron la idea del bien común o de la utilidad a la patria, el reivindicar a México como una entidad diferente de Europa y en general temas científicos y religiosos.

Un ejemplo de lo anterior fue José Ignacio Bartolache quien escribió artículos en un folleto llamado *El Mercurio Volante*, donde trataba de dar a conocer, en el más llano idioma español, noticias relacionadas con la salud y productos para curarlas. En 1768, José Antonio Alzate colaboró en la *Gaceta de México* y en la *Gaceta de Literatura*, donde proponían temas para mejorar en la agricultura, todo ello en contra de la política de la corona. Los artículos hablaban sobre temas relacionados con la riqueza, las naciones, la explotación de los recursos naturales y de los productos obtenidos de ellos.

Los periodistas en sus artículos, insistían en la necesidad de impulsar la agricultura con el objeto de enriquecer e independizar económicamente al país. Los articulistas combativos fueron: el doctor Mociño, Morel y José Bernardo de Hoyal, (en ocasiones sólo utilizaban el espíritu criollo defendiéndose de los europeos).

Y es en este siglo XVIII cuando un sucesor de Castorena, Manuel Antonio de Valdés, logró la gran innovación al situar el periodismo dentro de la categoría, franca y abierta, de inmejorable instrumento del poder público. El periodismo se consolidó como el vehículo de información y el mensajero que llevara a las zonas más apartadas del país las sabidas medidas de la política ilustrada. Dentro del periodismo mexicano, el artículo entra en una nueva órbita del poder público.

<sup>84</sup>CAMPBELL, Federica, Op cit. p. 80.

<sup>85</sup>BAENA PAZ, Guillermina, Op cit. p. 83.

<sup>86</sup>BUTRÓN VEJÁSQUEZ, Rosa María y NÚÑEZ Ochoa. Rosa María, *Los Articulistas en México*, p. 9.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Otros datos sobre la historia del articulismo mexicano los describe Carlos Monsiváis en su libro *A ustedes les consta* donde menciona que "la experiencia de estas intimidaciones sucesivas y simultáneas llevó, más tarde, a José Joaquín Fernández de Lizardi, en las guerras de Independencia, a insistir en la función orientadora de la prensa y a exigir la libertad de expresión que le allegue a folletos, hojas de volantes, papeles y periódicos y un caudal de lectores críticos".<sup>87</sup>

Menciona que durante las guerras de Independencia no modificaron mayormente la certeza fatalista: si alguna cosa la prensa fue coto de minorías. Por lo cual consiguieron: elevar el tiraje por urgencias propagandísticas. Al periodista sin embargo, se le otorgó una rigurosa encomienda; "Tribuno del Pueblo". Como tal, enfrentó persecuciones, cárceles, rechazos, insultos. Todo estaba bien mientras consiguiera lectores y diera origen a la opinión pública. Y si lo lograba, el periodismo tendría la respetabilidad (la influencia) que, en ese entonces, le negaban los títulos de la publicaciones.

Monsiváis explica que el destacado Fernández de Lizardi colaboró en varias publicaciones, sin embargo, *Conversaciones con el payo y el sacristán* se recuerda porque fue una serie muy exitosa en donde los argumentos dialogados ratificaron "el carácter servicial de la prensa que dramatiza versiones ideológicas opuestas y/o complementarias para que el público adopte, al verlo expresado con el mayor efectismo, el punto de vista que le interesa".<sup>88</sup>

Además señala en su libro, que además de Lizardi había otros periodistas que también escribían en la prensa liberal: Guillermo Prieto y Eufemio Romero, de quienes se recuerda escribieron un artículo en contra de Santa Anna. A partir de ahí el articulismo en México se extendió, y actualmente es uno de los géneros más recurridos por el público.

---

<sup>87</sup>MONSIVÁIS, Carlos, Op cit. pp. 13-14

<sup>88</sup>ib.

## CAPÍTULO 2

### TELEVISIÓN AZTECA

#### 2.1. LA CREACIÓN DEL CANAL "XHDF CANAL 13"

La historia de este canal se empezó a escribir a partir del periodo que comprende 1968 y hasta 1972, periodo que se caracterizó por el surgimiento de la competencia, desarrollo tecnológico en y hacia el exterior y las bases para la participación gubernamental en la televisión.

Y es a partir del año de 1968 cuando comenzó a transmitir XHDF canal 13 de la Ciudad de México, concesionado a Francisco Aguirre. Para 1969 se estableció oficialmente la función educativa a canal 11 en la Ciudad de México y dependió de la Secretaría de Educación Pública. Su función se dejó a cargo del Instituto Politécnico Nacional (IPN).

"Las oficinas del canal 13 se ubicaron en las calles de Mina, mientras que la antena transmisora, el transmisor y un estudio, fueron instalados en el edificio de la Torre Latinoamericana".<sup>89</sup>

En 1970, la Cámara de la Industria de la Radiodifusión se transformó en la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

Debido a dificultades económicas, el señor Francisco Aguirre vendió el canal, el cual fue adquirido por el Gobierno mexicano a través de la financiera estatal, Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (Somex), quien compró, a finales de 1971, el 72 por ciento de las acciones de la televisora, entonces puesta en manos de particulares. Más tarde, el 15 de marzo de 1972, se informó que había adquirido el total de las acciones, es decir el 28 por ciento restante.

Canal 13 obtuvo, más tarde su financiamiento del Gobierno Federal, a través de un fideicomiso administrativo por Somex. Con ello se inauguró una nueva etapa en la televisión de nuestro país.

Que se definió como "una clara necesidad política, que motivó a la compra de este canal. Por una parte, se trató de enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana, los causados por la distorsión de la estructura de producción nacida del consumismo, provocado por la publicidad televisiva; por otro lado, el gobierno comprendería acciones concretas orientadas a reducir, en alguna forma, el poder del monopolio que ejercía un grupo financiero sobre la televisión mexicana".<sup>90</sup>

<sup>89</sup>MARTÍNEZ DEL VALLE, María del Rocío. *Un invitado más, conservación e innovación del departamento de relaciones públicas del programa ¡Hola México!*, p. 10.

<sup>90</sup>Id. pp. 10-11.

El primer director del canal 13 fue el señor Antonio Menéndez, quien trabajó en forma autofinanciable, buscando un contenido cultural, social, histórico y de orientación en sus programas.

El periodo que abarcó entre 1972 y 1975 se definió por que la televisión se consideró como un medio de control político. En esta etapa, el presidente en turno, Luis Echeverría Álvarez creó la televisión cultural de México como red gubernamental de atención a las áreas rurales. En 1973, los partidos políticos nacionales tuvieron un acceso gratuito a la radio y la televisión durante tiempos de campaña electoral, según lo designó la Ley Federal Electoral. En este mismo año inició sus funciones Televisa y entró en vigor el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión.

"Para el 6 de diciembre de 1974, la dirección del canal 13 pasó a cargo del senador Enrique González Pedrero, quien al hacer un balance de las labores realizadas por esta empresa paraestatal, formuló un contenido político, en la medida que aspiró a ser un instrumento de transformación, que tendió hacia la integración nacional, la modernización, el progreso social y la vida democrática".<sup>91</sup>

En 1975, el presidente Echeverría expropió los canales de Telecadena Mexicana para asignarlos como reproductoras de canal 13.

Más tarde surgieron los cuestionamientos sociales, los debates sobre el derecho a la información, pero sobre todo la expansión de Televisa. El 14 de junio de 1976, el canal 13 amplía su red y pone en funcionamiento sus nuevas instalaciones, las cuales se ubicaron en Periférico sur 4121. En cuyo interior se encontraban siete estudios de grabación. Además se informó que sus señales estaban llegando a 383 ciudades de la República.

"Canal 13 y las otras organizaciones estatales, canal 11, Televisión de la República Mexicana y Unidad de Televisión Educativa y Cultural de la Secretaría de Educación Pública que sólo unían sus esfuerzos, de manera intermitente, parecían enfrentarse al sistema de canales de la televisión privada".<sup>92</sup>

Para 1977 se crea la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Dentro de esta dependencia se estableció la Productora Nacional de Radio y Televisión (Pronarte). Televisión Cultural de México (TCM), cambió de denominación a Televisión Rural de México (TRM). Además se reformó el Artículo 6º de la Constitución; de las garantías de la Libertad de Expresión, y se añadió el Derecho a la Información, garantizado por el Estado.

A mediados de 1980 hay un cambio de denominación de Televisión Rural de México a Televisión de la República Mexicana (TRM). En octubre de 1981, el Diario Oficial publicó el Decreto por el que la SCT intervendría en la instalación y operación de satélites y sus sistemas

<sup>91</sup>MARTÍNEZ DEL V. IJJE, María del Rocío, Op cit. pp. 10-11.

<sup>92</sup>id. p 11.

asociados por conducto de organismos que tengan como finalidad la explotación comercial de dichas señales en el territorio nacional. El 15 de abril de 1982, inició transmisiones el canal 22 XHTRM, de UHF para la zona metropolitana del D. F., se agrega a la red de Televisión de la República Mexicana (TRM).

### 2.1.1. El Surgimiento de Imevisión

Mediante el decreto del 3 de marzo de 1983 se creó el Instituto Mexicano de Televisión. El propósito fue integrar los instrumentos de comunicación social del Estado a fin de que sirviera con eficiencia en la promoción de la cultura y la educación nacional y de esta forma ofrecer un sano esparcimiento.

El investigador Enrique E. Ruiz, reseña en *Revista Mexicana de Comunicación* que durante 1985 y hasta 1990 hay cambios en la televisión pública, en la rearticulación internacional de Televisa; cuestionamientos político-electorales a la televisión privada y pública; reorganización oligopólica de la televisión mexicana.

"El 18 de mayo, de 1985, inició sus transmisiones el canal 7. A partir de esta fecha, el canal 8 de Televisa cambió de frecuencia para ser canal 9. Con la aparición del canal 7, el Estado inició una etapa más de la unificación de las entidades de la televisión oficial en un sistema corporativo, ejemplo y modelo tomados de la televisión privada, denominado Imevisión, bajo el emblema IMT, esta corporación se integró por los canales 7 y 13 como redes nacionales; canal 11 del IPN; y canal 22 de la banda ultra frecuencia y con cobertura regional en la Ciudad de México".<sup>93</sup>

A partir de ese momento el canal 7 se transformó en la cabeza de la red nacional con 99 repetidoras, en segundo lugar se colocó en la red nacional de televisión estatal el canal 13 con 44 repetidoras.

Según la investigación realizada por Rocío Martínez del Valle, los objetivos generales de Imevisión fueron determinados en el decreto de creación del IMT en el Diario Oficial del 25 de marzo de 1983 en el tomo CCCLXXVII Núm. 18, en donde se pretendió:

- Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana.
- Proporcionar información objetiva; ser instrumento de la educación y las culturas populares; contribuir al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud; preservar los valores en que se funda la identidad nacional; fortalecer las convicciones democráticas y ofrecer un sano entretenimiento.

<sup>93</sup>MARTÍNEZ DEL VALLE, María del Rocío, Op cit. p. 12.

- Impulsar una producción televisiva de alto nivel que exprese nuestra percepción de la realidad y que, en este ámbito, satisfaga las necesidades y requerimientos de cultura y entretenimiento del pueblo mexicano.
- Operar eficientemente las estaciones de televisión, unidades de producción, repetidoras y redes de televisión pertenecientes al poder Ejecutivo Federal.
- Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado.
- Operar debidamente integradas a las empresas de orden estatal, a fin de lograr el máximo aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos con que cuenta.

Para 1987, "la administración de Pablo Marentes, presidente de Invevisión no recibía subsidio alguno. Dos años más tarde en 1989 hay un cambio de mando en la televisora. Asume la dirección general José Antonio Álvarez. El nuevo director recibía a Invevisión peor que Marentes, en medio de un contexto desolador, el único objetivo, al igual que trataron de hacer los otros, era recomponer el funcionamiento del medio. Álvarez Lima, ya al frente de la Institución señaló que se pretenderían cambios paulatinos pero consistentes".<sup>94</sup>

Al año siguiente Álvarez Lima logró mantener al aire la señal y cumplir los servicios y compromisos pactados. Sin embargo, en septiembre de 1990, mediante un comunicado de prensa, la Secretaría de Gobernación anunció que el gobierno desincorporaría a los canales 7 y 22 del D. F. y el 8 de Monterrey, mientras que el 13 seguiría siendo del Estado.

Tres meses después, el 7 de diciembre se publicaron en el Diario Oficial nueve acuerdos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que declararon susceptibles de explotarse comercialmente 79 canales de televisión en el país, incluidos el 7 y el 22 de Invevisión.

Los problemas continuaron para Invevisión y en 1991, el presidente Carlos Salinas de Gortari anunció su decisión de no desincorporar el canal 22 que seguiría adscrito a Invevisión y dedicado a emitir programación cultural. Poco a poco perdía fuerza, y en 1992, el gobierno centra sus esfuerzos en renovar los canales 7 y 13 como preparación de su venta.

### 2.1.2. Su Transformación en Televisión Azteca

El 17 de diciembre de 1992, el Diario Oficial publicó dos acuerdos en los que "declaró susceptibles de explotarse comercialmente 152 canales de televisión en diversas poblaciones del país". Dichos acuerdos agruparon las concesiones en dos paquetes, de 62 y de 90 respectivamente. El segundo incluyó a XHDF-TV canal 13.

<sup>94</sup>MARTÍNEZ DEL VALLE, María del Rocío, Op cit. p. 13.

Dos meses más tarde, se publicó que de los 152 canales de televisión, 90 de ellos, dentro de los cuales se incluye XHDF-TV canal 13, fueron oficialmente concesionados a la recién creada empresa gubernamental Televisión Azteca.

De acuerdo con el Diario Oficial del lunes 8 de febrero, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes realizó un estudio de todas y cada una de las solicitudes presentadas, encontrando que cumplieron con los requisitos señalados en los Artículos 17, 18 y demás relativos de la Ley Federal de Radio y Televisión. Las solicitudes fueron dos: Televisión Azteca y Arnoldo Cabada de la O.

Por lo que la SCT determinó que Televisión Azteca debía ser la encargada de acoger los 90 canales de televisión "es quien garantizó de mejor manera el interés social, por las siguientes razones": contaba con los equipos, materiales y recursos necesarios para llevar a cabo, en forma eficiente, la adecuada utilización del espectro radioelectrónico atribuido a este servicio, además operaba los canales de manera consistente y de conformidad con las características técnicas asignadas a cada uno de ellos.

Según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, "Televisión Azteca ofreció difundir y promover las actividades económicas que propiciarán la generación y el consumo de productos nacionales acordes con las localidades, además de la difusión de programas que mejoren la educación y la cultura nacional, así como informativos. Sin embargo, todos los ofrecimientos y propósitos tendrían que desaparecer cuando canal 13 y 7 pasaran a manos de la propiedad privada".<sup>95</sup>

La concesión otorgada a Televisión Azteca normalizó la situación legal de canal 13 y de sus repetidoras que operaban comercialmente sin contar con la concesión legal. Esto significó la segunda parte de la desincorporación de este medio de comunicación

Un mes después, el 4 de marzo de 1993, "el Diario Oficial de la Federación publicó la convocatoria para el concurso. Además estableció que dicho paquete podría costar cerca de 500 millones de dólares. Seis grupos presentaron la solicitud de inscripción. Dos de ellos en forma parcial y cuatro en forma total".<sup>96</sup>

Los cuatro grupos más importantes, MEDCOM, GEOMultimedia, Radio Televisora del Centro y Proyecto Cosmovisión, fueron presentados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mismos que presentaron sus posturas, el 16 de julio.

A la semana siguiente se dio a conocer al nuevo dueño de la televisora: Ricardo Benjamín Salinas Pliego, representante del grupo Radio Televisora del Centro. De esta manera se privatizaba Imevisión, la cual pasó a ser Televisión Azteca al presentar a los ganadores del concurso licitado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

<sup>95</sup>Proceso, Núm. 850, 15 de febrero de 1993, pp. 26-27.

<sup>96</sup>Proceso, Núm. 861, 3 de mayo de 1993, p. 14.

"Con ello se obtuvo la concesión para operar y explotar las 90 frecuencias de televisión que integraron la red nacional 13 y las 78 de la red nacional 7, que significaron la posibilidad de utilizar el 45.5 por ciento de las concesiones otorgadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para la transmisión de televisión comercial".<sup>97</sup>

Ya como Televisión Azteca controlaría dos cadenas nacionales, canales 7 y 13 y serían un factor de competencia para el monopolio Televisa.

### 2.1.3. Objetivos y Propósitos de Televisión Azteca

Los objetivos y propósitos que se plantearon para el proyecto de Televisión Azteca (*Proceso 873*) son los siguientes:

#### OBJETIVOS

- Orientar los canales de televisión 13 y 7, difundiendo las actividades económicas que propicien la generación y el consumo de productos nacionales acordes a cada localidad, difundiendo programas que mejoren la educación y la cultura nacional, así como transmitir la información de manera oportuna, veraz y confiable, de manera objetiva.
- Fortalecer y mantener la imagen corporativa.
- Mantener estricta coordinación con las autoridades gubernamentales y las direcciones de comunicación social de las Secretarías de Estado.
- Proporcionar esparcimiento, cultura, educación e información.
- Integrar de manera óptima los valores culturales a los del entretenimiento.

#### PROPÓSITOS

- Se propone garantizar de la mejor manera el interés social, económico y laboral de las empresas, dotándolas de equipos, recursos materiales y personal necesarios para operar en forma eficiente el uso de sus servicios y atribuciones.
- Se propone ser sensibles a la reacción de la audiencia.
- Programación efectiva y de beneficio al público mexicano, exaltando los valores nacionales, sin detrimento de la cultura universal.
- El propósito de la programación infantil será divertir e instruir, formando en los niños la adquisición de buenos hábitos.

<sup>97</sup>MARTINEZ DEL VALLE, María del Rocío, *O p cit.* p. 15.



- Elevar los niveles técnicos y creativos a través del desarrollo de programas de capacitación y fomento y la generación participativa de ideas.
- Balancear la programación con participación proporcional entre los programas en vivo y grabados.
- Enfocar y atender adecuadamente al público femenino y juvenil.
- Sostener el volumen de horas de transmisión.
- Organizar el banco de imágenes más importante de México. Crear un banco de información e imágenes, integrando un sistema computarizado de uso común.
- Fomentar actividades positivas, difundir la identificación de valores, la integración familiar, el avance y progreso del país, el conocimiento de nuestras costumbres e historia, fortalecer la unidad nacional y coadyuvar al gobierno en sus campañas de prevención, salud pública, bienestar social, económico y cultural.
- Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, proporcionar información objetiva y ser instrumento de educación y cultura popular.
- Aumentar la producción y transmisión de eventos noticiosos e informativos, reestructura la programación informativa y aumentar la calidad de la información que se ampliará a los servicios de opinión y análisis.
- El compromiso del grupo de Televisora del Centro es compartir el reto con el gobierno, actuando como vehículo de comunicación eficiente, capaz de reforzar los grandes lineamientos de política e involucrarlos con la problemática del país.
- El desafío, reafirmar la identidad y vocación de solidaridad, fomentar las actividades económicas, incrementar la cultura nacional, elevar el nivel informativo, propiciar el arraigo regional, encauzar positivamente el ocio, canalizar las inquietudes de la ciudadanía con programas de enlace entre las instituciones públicas y el auditorio.
- Se propone crear un centro de capacitación profesional para los trabajadores del medio.
- Tiene el propósito de superar la calidad técnica de la producción y de efectuar la producción con un gran esfuerzo técnico y creativo, unificar los servicios de producción e incrementar la producción de series infantiles, culturales y de entretenimiento, ofreciendo mayor participación de los de los televidentes, aumentar la capacitación de producción en forma económica a través de coproducciones nacionales y extranjeras.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

#### 2.1.4. La Trayectoria de Televisión Azteca

En la primera conferencia del dueño de Televisión Azteca anunció que había realizado lo que en sus objetivos habían mencionado, establecer contactos con cadenas de televisión, como O'Globo, de Brasil; Antena 3, de España; Radio Caracas, de Venezuela; NBC, Telemundo y United Fox, de Estados Unidos, y Silvio Berlusconi, magnate de la televisión italiana.

En cuanto al canal 7, TV 7 se dio a conocer que sería el canal de la juventud, en tanto que canal 13 tendría una orientación familiar, con espacios establecidos para amas de casa, niños, varones, parejas y familia en general.

El investigador Sánchez Ruiz, por su parte, señaló en *Revista Mexicana de Comunicación* que “con el surgimiento de Televisión Azteca, el panorama se transformó en competencia con el consorcio Televisa debido a que la primera contempla entre sus proyectos incluir y presentar producciones extranjeras y nacionales independientes, así como el de promover, inicialmente, las nuevas tecnologías en el campo audiovisual a través de juegos de realidad virtual entorno sintético y comunicación interactiva en sus concursos, donde el receptor puede participar a distancia a través de medios de comunicación equipados con lo más reciente de electrónica para enlazar imágenes, sonido, textos, ideas y variantes sobre el tema (el mundo multimedia según el noticiero Eco).

Los cambios en Televisión Azteca no se hicieron esperar, y no sólo se establecieron en la programación, sino también a nivel administrativo. Un mes después de la adquisición Carlos Gutiérrez Jaime, a quien la Secretaría de Hacienda nombró director general de la televisora para preparar la venta de sus canales, renunció. También fueron despedidos los directores de comercialización, de finanzas, de programación y del jurídico.

Sólo fue ratificado el director de noticias, Roberto González Pérez, cuyo nombramiento, al igual que el de sus antecesores, era determinado por la Presidencia de la República o por la Secretaría de Gobernación.

Para octubre de este mismo año Salinas Pliego dio a conocer la “nueva televisión” que según él pretendía diferenciarla de las administraciones estatales, presentó la nueva imagen y la programación del canal 13 y 7, con muy pocas novedades (que en adelante llevarían la leyenda de Mi tele y Tu visión respectivamente).

Explicó que ya no producirían programas propios, porque este negocio requería: talento artístico, administración del detalle, fuerte inversión de capital y distribución internacional para armonizar costos, con lo cual no contaban.

"Aseguró que se fomentaría la producción independiente y se mantendría un mínimo de producción independiente y propia, solamente en noticias y deportes. Mediante telenovelas, películas nacionales, concursos, noticiarios, deportes y programas infantiles".<sup>98</sup>

El inicio del año de 1994 se ve marcado por los cambios políticos y conflictos sociales que surgen en el país. Todo parecía indicar que en este año las campañas políticas serían el acontecimiento más importante. Sin embargo, los candidatos pasaron a un segundo plano informativo, después de que el 1 de enero apareciera en escena el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Estos dos acontecimientos provocaron el surgimiento de una nueva polémica con respecto al derecho a la información y de la manipulación en los medios de comunicación.

Con respecto a Televisión Azteca se habló de su marcado favoritismo en el noticiero Hechos, hacia el candidato del PRI. Los analistas reclamaron que se le proporcionaba un mayor espacio en los noticieros, además de presentar un mayor número de notas con juicios positivos, y un privilegiado tiempo en los cortes publicitarios. En tanto que a los partidos de oposición en ese momento (PAN, PRD, PT, PVEM, PT, PSN, PAS, CDPPN) se dejaban las notas negativas y en publicidad los mantenían muy limitados.

Por otro lado, la falta de objetividad y credibilidad que se decía de la información que se presentaba en el noticiero Hechos provocó molestias al seno del EZLN, y a finales de enero, (Proceso 922) el EZLN vetó a Televisión Azteca, por falta de profesionalismo, al ofrecer dinero a los combatientes para que hicieran declaraciones.

Pero no todo era negativo para Televisión Azteca, en cuanto a negocios se anunció que durante el mes de mayo la cadena norteamericana NBC, de General Electric, obtuvo la opción de comprar 20 por ciento de la televisora por un precio de hasta 200 millones de dólares.

Además, Ricardo Salinas Pliego, acordó en marzo "vender el 30 por ciento de su empresa Radio Móvil a Gootek Communications, por 24 millones de dólares, asimismo vendió el 7 por ciento de Elektra a inversionistas mexicanos por 65 millones de dólares, además mencionó que plantearía para el mes de diciembre la venta de acciones adicionales de Elektra por 200 millones de dólares o más, a inversionistas internacionales".<sup>99</sup>

A un año de haber comprado Televisión Azteca, la economía de Salinas Pliego se fortaleció y creció de tal manera que en mayo "se publicó en la revista *Forbes* que él y su familia ocupaban la decimotercera fortuna más cuantiosa de México, con mil 200 millones de dólares, cantidad similar a la que poseían otros tres grupos mexicanos. A nivel mundial, ocupó el lugar 261, al lado de otros 260 supermillonarios".<sup>100</sup>

<sup>98</sup>Proceso, Núm. 885, 18 de octubre de 1993, pp. 33-34.

<sup>99</sup>Proceso, Núm. 923, 11 de julio de 1994, pp. 13-17.

<sup>100</sup>Id.

En junio, televisión azteca anunció su asociación con la National Broadcasting Company, Inc. (NBC). Esta alianza le ofreció la oportunidad de incrementar el valor de la empresa, mientras que a la NBC le permitió expandirse en los mercados latinoamericanos. En este mismo año finalizó la etapa de actualización tecnológica de sus instalaciones para ampliar la cobertura de transmisión. Pone en operación 10 nuevos transmisores ubicados en lugares estratégicos del país.

Los dos primeros transmisores son puestos en operación en el Cerro del Chiquiguite para permitir la captación de la señal en el Distrito Federal y el Área Metropolitana. Posteriormente con el resto de las instalaciones se cubrirían las ciudades de Monterrey, Guadalajara, la zona del Bajío y Veracruz. La meta inicial de cobertura sería de poco más de ocho millones de telehogares.

La red de canal 7, con 37 estaciones de servicio a lo largo y ancho del país. Llega a 65 millones de 12 mil 228 habitantes, mientras que la red del canal 13, con 54 estaciones de servicio llegó poco a poco a más de 75 millones de mexicanos. Además se pone en órbita el satélite Solidaridad II, el 7 de octubre, para dar servicio en México a 340 redes privadas de diversas empresas, entre las que se encontraba Televisión Azteca.

Se creó una barra infantil de mayor calidad en comparación con la Televisa. Y se retomó la compra de telenovelas brasileñas, herencia de IMEVISION. Asimismo se dio a conocer, "que como parte de una estrategia más agresiva basada en la garantía para el anunciante de un mínimo de audiencia, Televisión Azteca planeó mejorar, como empresa competitiva, para lo cual perfeccionaría su señal y ampliaría su cobertura. Por lo que, previó la instalación de 63 nuevos transmisores y 83 antenas para junio de 1995".<sup>101</sup>

Para finalizar el año de elevado calor político y en vísperas de cierre de mandato, del 7 al 11 de noviembre, en la televisión mexicana se marcó un acontecimiento histórico:

"Televisa y Televisión Azteca se unen para emitir una coproducción centrada en rescatar las ideas de Carlos Salinas de Gortari. Conducida por Ricardo Rocha, y Rolando Cordera respectivamente. La serie de cinco programas se intituló: "1988-1994 en México: los años del cambio".<sup>102</sup>

Para 1995, luego de implantar nuevos logros en el ambiente televisivo y ante los tiempos de crisis que se avecinaban, Televisión Azteca continuó con sus transmisiones en las pantallas caseras. A través de sus canales 7 y 13 llegaron a todos los sectores con el firme objetivo de responder a los intereses que la audiencia buscaba en una empresa televisiva: entretenimiento, información y cultura.

<sup>101</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 38, Año 7, diciembre 1994-enero 1995, bitácora, p. 5.

<sup>102</sup>Id. p. 44.

La crisis económica generó diversos cambios en el país, sin embargo, la empresa de Salinas Pliego buscó salir adelante, por lo que decidió poner a funcionar un invento tecnológico que aún no se utilizaba en el negocio de los medios electrónicos: la Televisión Interactiva. Se caracterizó como un aparato de señal codificada, donde el televidente puede interactuar con su pantalla. Es decir que el receptor pasivo se convierte en un emisor potencial.

La empresa pagó 10 millones de dólares por la instalación del centro de cómputo y cableado. La capacidad se media a 180 líneas y 21 mil llamadas por hora. El sistema, llamado Telegana, además de permitir al televidente participar en concursos, también se utiliza según Moisés Saba, presidente ejecutivo de los canales 7 y 13, "para realizar encuestas y para incitar al público a participar".<sup>103</sup>

En cuanto a finanzas, el presidente ejecutivo explicó (*Proceso* 951) la manera cómo la empresa enfrentó la devaluación, ya que compraba más de lo que producía y no exportaba sus realizaciones. "Este es un negocio de dólares. El patrimonio no tiene daño, al contrario se revalúa. Esperamos que este año la venta de 800 millones de pesos en publicidad cubra el impacto".

Predijo que luego de los 90 millones de utilidades obtenidos en 1994, se pretendería este año aumentar a 150 millones de nuevos pesos. Significaba que se reinvertirían 650 millones de nuevos pesos, sobre todo en infraestructura para la red 7, y en compra de series gastarían 120 millones de dólares. Saba anunció que estaban vendiendo al exterior, a Centro y Sudamérica y a través de Telemundo.

Entre las novedades de principios de año estuvieron las series del 7, una por cada día de la semana, diseñadas con el objetivo de despertar el interés de una audiencia que se localiza entre los 12 y los 35 años. Aunado a este nuevo proyecto de programación. La directora de producción canal 7, a su vez productora independiente, Beatriz Acevedo, dejó el cargo.

En su calidad de realizadora independiente y por tanto dueña de los derechos de sus series, vendió su material a las cadenas estadounidenses USA Network, Telemundo y Fox para que las exhibieran casi al unísono con Televisión Azteca. Sin embargo, las primicias son importantes en las cadenas de paga, y protestaron pidiendo difundir primero, durante tres meses, en cable y luego en señal abierta. Por tal razón los programas abandonaron la antena de la televisora mexicana.

A pesar de los obstáculos que se le presentaban a Televisión Azteca, el canal 13 y 7, no dejaron de buscar alternativas para superar a Televisa. Algunas de ellas se vieron marcadas durante este año, como por ejemplo: pelear por un anunciante en la señal gratuita de televisión, así como la marcada guerra por los culebrones. Adquiridos principalmente de Colombia (Café con aroma de mujer), Brasil y Argentina (El rostro del amor). Otra de las más importantes fue la

<sup>103</sup>Proceso, Núm. 950, 16 de enero de 1995, p. 75.

presentación de la polémica Nota Roja. Que creció de tal forma que su presencia desplazó todo tipo de programas importantes.

Una más de las novedades que realizó Televisión Azteca durante este año fue la transmisión del noticiero nocturno de la NBC. Con ello rompió la regla general de la transmisión de noticieros extranjeros, al presentar el noticiero traducido al español y no adaptado a lo que sucede en los país latinos.

Casi para finalizar el año, Televisión Azteca cerró su participación en el mercado publicitario con telenovelas, deportes y programas para jóvenes lo que significó alcanzar alrededor del 15 por ciento del total, es decir, los mil 400 millones de dólares.

Por último lanzó un proyecto para regionalizar algunas de sus señales, el primer paso fue el inicio de operaciones en Yucatán, a través de su filial Televisora del Sureste, S. A., con lo cual la empresa de Salinas Pliego continuó su expansión en otras ciudades importantes del interior del país, principalmente en Mérida, Tijuana, Monterrey, Guadalajara, San Luis Potosí, Ciudad Juárez, Chihuahua y Veracruz. El proyecto consistió en insertar un noticiero local en la programación que llegara desde la capital.

En Veracruz, por ejemplo, Salinas Pliego estableció Veravisión y adquirió en junio de este año, el 75 por ciento de las acciones del club Deportivo Veracruz. Pagó 19 millones y el costo fue dividido en dos partes: 10 millones en efectivo y lo restante cubierto con tiempo de televisión a razón de un minuto de tiempo comercial por cada partido jugado por el equipo y teledifundido. Más tarde logró contratar la transmisión de siete equipos: Universidad, Santos Laguna, Toros Neza, Monterrey, Morelia y Celaya.

Para 1996, Televisión Azteca, se asoció a la compañía de video independiente Argos, a cargo de Epigmenio Ibarra y Carlos Payán. "Esta compañía se encargaría de dar un viraje en su línea para llevar a cabo la producción ejecutiva de una telenovela que pagaría y difundiría Televisión Azteca. Con el objetivo de contar una historia diferente en busca de fórmulas eficientes de comunicación con el público. Que impacten, que aguanten las exigencias del medio y que tengan calidad para ser exportadas".<sup>104</sup>

El siguiente proyecto que propuso Argos fue una serie que tuviera como punto de partida noticias policíacas, este programa se conoció como Expediente 13:22.30. Un mes después de presentar en su programación las telenovelas que estaban produciendo, la empresa de Salinas Pliego preparó nuevas emisiones y produjo un volumen mayor de horas. Entre las que se encontró el programa de crítica de espectáculos Ventaneando.

Más tarde la televisora se ve involucrada en la polémica matanza de Aguas Blancas, al transmitir en el noticiero Hechos el video donde se presenta lo que aconteció en julio del año

<sup>104</sup>Proceso, Núm. 1004, 29 de enero de 1996, p. 64.

anterior en el estado de Guerrero. El problema fue que no aclararon la procedencia de dicho video, ya que fue enviado a la televisora para su difusión y no fue filmada por un reportero o camarógrafo.

Luego de que la televisora anunció en conferencias pasadas que no tenía planes para realizar producciones propias de telenovelas, la empresa decide competir con sus propias obras. El cambio se debió a que en el paquete que el Estado vendió se encontraban los canales televisivos como salas de cine y el Estudio América. Éste último se recuperó para la producción y lo habilitaron para grabar telenovelas. El 25 de mayo el presidente de México, Ernesto Zedillo, inauguró el Centro de Producción Azteca Digital, el cual se renovó con una inversión de 15 millones de dólares y fue bautizado como TV Estudio Azteca Digital. Las primeras grabaciones fueron las escenas de la telenovela Nada Personal.

Además, Armando Manzanero firmó contrato con la empresa para que en los siguientes años grabara tres discos para el sello Azteca Music, filial de la emisora. Por otro lado, abrió en el estado de Tabasco una oficina para atender la demanda de comercialización televisiva de carácter local en esa región. Y por estas mismas fechas cerró un convenio con el equipo Cruz Azul para difundir sus partidos de fútbol

Para alcanzar los proyectos planteados, Televisión Azteca se vio en la necesidad de contraer deudas con tres bancos mexicanos, el más importante fue Inbursa, de Carlos Slim. Adquirió también acciones en Medcom para lanzar el nuevo sistema de televisión directa al hogar. Además se informó que incurrió en préstamos por 236 millones de dólares.

Con el firme objetivo de remodelación, "el 24 de junio nace lo que actualmente se conoce como Fuerza Informativa Azteca, organización encargada de coordinar y apoyar los noticieros y programas de investigación de la televisora. Aunado a este nuevo proyecto dio inicio la revista informativa y de entretenimiento ¡Hola México!, por otra parte, el noticiero Hechos estrenó equipo técnico que le permite la transmisión de notas mediante computadora y sistema de fibra óptica".<sup>105</sup>

A mediados de año, el dueño de Televisión Azteca se vio involucrado en el caso de Raúl Salinas de Gortari mediante una nota que publicó el *Miami Herald*. La nota del diario acusaba a Salinas Pliego de haber hecho transacciones por 30 millones de dólares en un banco suizo. A pesar de que Televisión Azteca negó, en su noticiero Hechos, la vinculación, las especulaciones se dejaron venir. Paralelamente a este caso se desarrollaba un cambio de imagen en el área informativa de los canales 13 y 7.

La confusión sobre la naturaleza de la relación de negocios entre Raúl Salinas de Gortari y Ricardo Salinas Pliego, hizo suponer que el hermano del expresidente también era accionista de Televisión Azteca, lo cual ponía en duda la legalidad con que se llevó acabo la privatización de la televisión estatal. Este asunto involucró directamente al dueño de la televisora, lo cual

<sup>105</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 45, Año 9, agosto-octubre 1996, bitácora, p. 6.

provocó de nueva cuenta la llamada guerra de las televisoras. Ya que Televisa difundía información en contra de Televisión Azteca, con el objetivo de desprestigiarla.

La inauguración de los Juegos Olímpicos de Atlanta provocó en la programación de Televisión Azteca modificaciones, principalmente en la expansión de tiempo de transmisión del especializado grupo de Los Protagonistas. Programa que cuenta con muchos años de experiencia y credibilidad en la afición.

Los cambios en la programación siguieron su curso y la nota roja continuaba al aire en los horarios estelares. La violencia que se presentaba en cada programa se tornó tema de discusión y de protestas. Lo cual llevó al Presidente de la República a realizar un llamado a las dos televisoras del país para que suprimieran estos programas. Y aún cuando en Televisión Azteca no estaban de acuerdo anunciaron que analizarían la salida del aire de Ciudad Desnuda.

Y para cerrar el año, no podían faltar los problemas. En noviembre la guerra de las televisoras continuaba. Salinas Pliego presentaba una demanda en contra de Ricardo Rocha y Emilio Azcárraga por calumnias. Luego de que el 27 de octubre se presentó un reportaje en el programa Detrás de la Noticia conducido por Rocha, en el que se afirmaba que Raúl Salinas de Gortari era socio, detentador de acciones controladoras de Televisión Azteca, lo cual puso nuevamente en entredicho la legalidad de la privatización de los canales 13 y 7. Sin embargo, Televisa decidió al día siguiente terminar con lo que llamó una absurda guerra.

Aparece por primera vez, el 4 de noviembre en la televisión mexicana un segmento de humor político representado por muñecos de peluche estos personajes chuscos representan a los principales actores de la vida política mexicana. Este segmento se llamó: Hechos de Peluche.

El año de 1997 lo inició con éxito en los negocios. Se hablaba de que el futuro de la televisión estaba en las producciones independientes. La empresa de Salinas Pliego recurrió indiscutiblemente a esta opción con su primera telenovela Nada Personal. Según declaraciones del productor Manuel Palazuelos, (*Proceso* 1057), el mayor impulso de las producciones independientes se lo va a dar especialmente la introducción de los sistemas Direct to Home (DTH), como Sky y Direc TV. Con lo cual se abría una nueva opción de expansión a nivel internacional.

El 14 de marzo Ricardo Salinas Pliego presidente de Televisión Azteca, demandó al diario *La Jornada* por daño moral, luego de que el periódico publicara el 27 de enero de este año un encabezado donde se acusaba a Salinas Pliego de contratar el asesinato de Ricardo Rocha.

En cuanto a los logros internacionales que estaba teniendo en Centro y Sudamérica, en el mes de abril había invertido 200 millones de dólares, en tres rubros: "la adquisición del 75 por ciento de las acciones del canal TV 12 de El Salvador, el inicio de operaciones de la empresa de radiolocalizadores en toda la región y la apertura de tiendas de electrodomésticos en Guatemala.



Mediante una alianza estratégica, se transmitió por TV 12, programas de entretenimiento, informativos y de servicio social, además planeó invertir 15 millones de dólares en tecnología digital".<sup>106</sup>

Tres días después, el 1 de mayo, Televisión Azteca demandó a NBC por un supuesto incumplimiento de contrato en el acuerdo de cooperación mutua firmado en 1994.

"El acuerdo otorgó el derecho a NBC de ejercer una opción de compra de hasta el 10 por ciento del capital social de televisión azteca, para el presente año. No obstante, NBC informó que sólo compraría el 1 por ciento del primer paquete de acciones".<sup>107</sup>

Televisión Azteca declaró que intentaría bloquear la opción para que su socio adquiriera las acciones acordadas.

Ya rumbo a tiempos electorales, Televisión Azteca es cuestionada por la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH), principalmente por la simpatía que tenía hacia el partido político PRI y por la forma en cómo presentan la información al público. Al respecto el vicepresidente de noticiarios, Sergio Sarmiento, defendió en una entrevista realizada por la revista *Proceso* 1077 la línea editorial de los noticieros a su cargo y la toma de posición que tienen: "consiste en la defensa de la libertad de mercado, la defensa de la libertad personal, libertad económica, del punto de vista liberal. Televisión Azteca ha decidido tener esa línea, hacerla explícita y defenderla".

El cuestionamiento con respecto al tema se tornó más insistente, de tal forma que se llegó a preguntar que "si debido al atrevimiento de informar o emitir juicios de valor en contra del Estado no traería consecuencias en las concesiones. Y reconocieron que el régimen de concesiones es una presión adicional sobre el trabajo informativo, pero coincidieron con la AMDH en que, a estas alturas, la amenaza de cancelación pesa menos sobre sus líneas editoriales".<sup>108</sup>

El esperado día de elecciones en el Distrito Federal llegó y el triunfo se lo llevó el representante del PRD. Por primera vez en la historia del D. F. se elegía al Jefe de Gobierno de la Capital.

En este último año la guerra de las televisoras se incrementó en otros campos: insultos, descalificaciones, acusaciones penales, deserciones, robo de talentos y de proyectos. En esta ocasión la competencia y tema de discusión fue el programa *Ventaneando*. Luego de que el 17 de julio a la representante del programa, Patricia Chapoy, intentaron aprehenderla elementos de la PGR, por el delito de violaciones al derecho de autor. Demanda que levantó Televisa por el uso de fragmentos de sus programas sin su consentimiento.

<sup>106</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 49, Año 9, junio-julio 1997, bitácora, p. 4.

<sup>107</sup>ib.

<sup>108</sup>Proceso, Núm. 1077, 22 de junio de 1997, p. 19.

En cuanto a proyectos financieros, Ricardo Salinas Pliego, expuso ante agentes financieros, banqueros, publicistas, inversionistas privados y anunciantes "que había colocado el 29 por ciento del capital social de la empresa, por 342 millones de pesos, en los mercados bursátiles de México, Estados Unidos y Europa. Pronosticó que para 1998 un gasto de 1,500 millones de dólares, de los cuales mencionó que iría por 40 por ciento de ese gasto, unos 600 millones de dólares. Además aseguró que ese año se producirían 10 mil horas de programación propia".<sup>109</sup>

Una de las producciones fue la telenovela *Mirada de Mujer* que tuvo un gran éxito en el público por el tema que abordaba. Más tarde, puso al aire *Demasiado Corazón*

Los logros alcanzados se dieron después de que los hermanos Moisés y Alberto Saba accionistas de la empresa rompieran relaciones con Salinas Pliego. "Al colocar "papel de deuda" por 250 millones de dólares, con el fin de contar con recursos para aumentar su participación accionaria sustantivamente y buscar que los Saba se retrasen del consorcio. Junto con ellos se vendieron el 22 por ciento de su participación a través de la Bolsa Mexicana de Valores y en los mercados internacionales, saldría un grupo de inversionistas mayoritarios, poseedor del 11 por ciento".<sup>110</sup>

Para noviembre el vicepresidente de noticias e información de Televisión Azteca, Sergio Sarmiento, anunció que sería eliminado de la pantalla, el programa de nota roja *Ciudad Desnuda*. El director de noticias de la empresa se mostró indignado y se auto proclamó "víctima de la censura de las buenas conciencias de la clase media".<sup>111</sup>

En este mismo mes, se presentó la nueva telenovela producida y presentada por Televisión Azteca: *La Chacala*. Esta telenovela fue una coproducción de Humberto Zurita y Cristian Bach con la televisora de Salinas Pliego. La telenovela de terror trató, según declaraciones de sus productores, recuperar la leyenda de origen africano, mezclada con la mexicana de *La Llorona*.

En cuanto al campo tecnológico, la televisora del Ajusco llevó a cabo el 16 de diciembre, desde el Cerro del Chiquigüite, la primera transmisión de alta definición digital, tecnología que pretendió instalar en sus 15 estaciones de operaciones en los próximos meses. Con ello la empresa de Ricardo Salinas Pliego recuperó el proyecto de la introducción de la televisión de alta definición que había perdido hace 9 años.

Salinas Pliego informó que en el proyecto invertiría 225 millones de dólares, en renovación de equipo, ya que se requería de nuevas antenas de transmisión, codificadores y cámaras. La presentación de la HDTV (High Definition TV) se llevó a cabo con gran despliegue publicitario y manejo de prensa. Se dijo que por su alto costo se contemplaba que tardarían 10 años para que la presencia de la televisión de alta definición fuera sustanciosa en los hogares.

<sup>109</sup>Proceso, Núm. 1084, 10 de agosto 1997, pp. 66-67.

<sup>110</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 52, Año 10, Enero-Febrero 1998, p. 19.

<sup>111</sup>Proceso, Núm. 1097, 9 de noviembre de 1997, p. 86.

En lo que se refiere a publicidad este año incrementó a un 18.5 por ciento y se estimó que para 1998 se concretaría en conseguir el 40 por ciento del gasto público.

Para diciembre se dio a conocer que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) había otorgado cuatro permisos para iniciar la transmisión experimental del servicio de televisión digital en las ciudades de México y Guadalajara. Televisión Azteca retransmitiría el canal 13 a través de los canales 53 y 40.

En 1998, Televisión Azteca abrió nuevos negocios, sorprendentemente con Televisa. "Los hermanos Cañedo White decidieron hacer negocios con la empresa de Salinas Pliego. Se trató de un acuerdo en el cual no habría inversiones en efectivo sino el aporte de la "experiencia y prestigio" de los Cañedo para lograr que la empresa del Ajusco concretara más compras de canales en América Latina como la adquisición de programas en el mercado internacional".<sup>112</sup>

Salinas Pliego por su parte continuó haciendo movimientos financieros con la venta de las tiendas Salinas y Rocha y la casi totalidad de las acciones que poseía la familia Saba fueron recompradas. Adquirió un canal de televisión en El Salvador y otro en Chile. Además anunció que estaba por consumir la compra de otros canales en Guatemala y Costa Rica.

En cuanto a telenovelas estrenó una producción colombiana: Hombres. La difundió en el horario estelar del canal 7. Este canal desde el inicio incluyó en su programación telenovelas realizadas en Colombia, Brasil y Chile.

Días después el vicepresidente de noticias Sergio Sarmiento es tema de polémica al publicar un artículo donde afirmó que el senador del PRD Carlos Payán, pidió en enero de 1994, al presidente Carlos Salinas—cuando Payán era director general de *La Jornada*— emplear la fuerza militar contra el EZLN. Este problema provocó que Televisión Azteca fuera criticada en el sentido de que sus noticieros eran tendenciosos y hasta progubernistas.

"El conflicto afectó a Salinas Pliego, al ser acusado de haber ordenado a Sarmiento publicar el artículo. Además de que en esos días, Argos, la productora de Payán y Televisión Azteca se encontraban en negociaciones económicas. Sin embargo Sergio Sarmiento aclaró que lo que el publicaba era responsabilidad de él y no de Televisión Azteca".<sup>113</sup>

Otro de los asuntos que dio mucho de qué hablar sobre Televisión Azteca fue la campaña que la Secretaría de Gobernación y Lolita de la Vega armaron en mancuerna contra los extranjeros en Chiapas. Según lo publicado en la revista *Proceso* 1122. Televisión Azteca entró de lleno en la guerra sucia contra el EZLN, al captar Lolita de la Vega y Manuel de la Torre imágenes exclusivas de extranjeros que se hallaban instalados en el cuartel general del EZLN y luego presentarlas en su programa Hablemos Claro. Estas imágenes provocaron que el diputado

<sup>112</sup>Proceso Núm. 1106, 11 de enero de 1998, p. 59.

<sup>113</sup>Proceso Núm. 1111, 15 de febrero de 1998, pp. 22-23.

Gilberto López y Rivas, miembro de la Cocopa, quien fuera entrevistado en el programa se indignara. Lo cual provocó un desprestigio más a la empresa.

En abril se anunció que la televisora había adquirido la mayoría de las acciones de la empresa televisiva Multivisión canal 4, de Costa Rica. Con lo cual planeó invertir 5 millones de dólares en infraestructura para la producción de programas deportivos y noticiosos.

Por el mes de mayo nuevamente las telenovelas de Televisión Azteca son tema de polémica. La nueva telenovela producida por Argos para canal 13, Tentaciones, provocó indignación en los grupos más conservadores de la iglesia, Pro-Vida y la Unión Nacional de Padres de Familia. Por lo que realizaron un mitin frente a Gobernación, con el fin de retirar el melodrama de la programación de la empresa del Ajusco.

Televisión Azteca además de buscar acaparar la mayor parte de publicidad, también se propuso "ayudar a la comunidad", por lo que el 26 de mayo con el apoyo del Gobierno Federal, la iglesia católica, medios de comunicación y universidades. Televisión Azteca lanza la campaña preventiva Vive sin drogas, dirigida a niños y jóvenes. Con el objetivo de informar las cinco principales causas de la drogadicción

Para principios de junio "la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) otorgó a Televisión Azteca una concesión por 15 años para usar comercialmente los canales 44 en Saltillo, Coahuila; el 9 en Chilpancingo, Guerrero; el 10 en Zihuatanejo, Guerrero; el 6 en Pachuca, Hidalgo; el 19 en Toluca, Estado de México; el 39 en Morelia, Michoacán; el 7 en Tehuacan, Puebla; el 2 en Tamazunchale, San Luis Potosí; el 8 en La Venta, Tabasco y el 10 en Tuxtla, Veracruz".<sup>114</sup>

Durante este mes, el noticiero Hechos, al igual que otras empresas de comunicación son "malinterpretados" por la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH) al informar acerca del conflicto en Chiapas. Según lo publicado en un reportaje en la revista *Proceso* 1128, donde la AMDH realizó una cobertura de la información que se transmitió y concluyó que no respetaron el derecho a la información de los mexicanos, por que no contribuían en la búsqueda de una salida pacífica y negociada; por el contrario, propiciaban la condiciones para una solución armada.

A finales de julio, la empresa de Salinas Pliego adquirió el 10 por ciento de las acciones de CNI canal 40. Con lo que pretendió aumentar su participación en el mercado de la publicidad. El otro evento que ayudó a incrementar sus ingresos fue la Copa del Mundo Francia 98, con la cual alcanzó alrededor de 57 millones de dólares por publicidad.

En octubre, "Ricardo Salinas Pliego presidente de Televisión Azteca, hizo declaraciones sobre el programa de publicidad: Compra inteligente. Dijo que el 70 por ciento de los costos de esa televisora se relacionan con el dólar, por lo que fue necesario incrementar en un 40 por ciento las tarifas publicitarias. El programa se basó en la calidad de audiencia más que en número de minutos al

<sup>114</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 55, Año 10, julio- agosto 1998, bitácora, p. 2.

aire, por lo que mencionó que la estrategia consideró a Azteca 13 como canal estelar y a Azteca 7, canal de los adultos jóvenes".<sup>115</sup>

Más tarde se dan cambios en el ámbito administrativo de Televisión Azteca. "El ex militante del PRJ, quien fuera diputado y oficial mayor de la Cámara de Senadores, Tristán Canales, asumió la vicepresidencia de los noticieros de Televisión Azteca. Canales llegó a esa televisora casi dos años antes para darle seguimiento a los acuerdos del consejo directivo y diversos comités de la empresa, además pretendió captar un mayor porcentaje del mercado televisivo".<sup>116</sup>

Este año no fue muy bueno para la empresa, porque sufrió considerables pérdidas debido a la baja sensible del valor de sus acciones en el mercado bursátil mexicano. También sufrió pérdidas en el rating. El canal 7 bajó a un 24 por ciento, y el canal 13 a un 14 por ciento.

El año de 1999, se caracterizó por los cambios en la programación, una de ellas fue la presentación del programa de concursos llamado Jeopardy conducido por Omar Fierro. La nueva producción fue la adaptación a México de una franquicia de Estados Unidos.

En contraparte se dio la salida del aire del programa de opinión Nexos TV por falta de rating. El titular del programa Rolando Cordera Campos indignado declaró en una entrevista (*Proceso* 172) que "según los mercadólogos de la empresa, Nexos no satisfacía sus expectativas comerciales. Nunca se vio el programa como un elemento de competencia".

En el canal 40 también se dieron cambios debido a la asociación que tuvo con Televisión Azteca. Se redujeron sus espacios informativos importantes y pasaron a horarios nocturnos, se adaptó a la programación La Entrevista con Sarmiento, la repetición de la telenovela Mirada de Mujer, películas y series estadounidenses.

En mayo, la televisora del Ajusco y Organización Ramírez instalaron en Morelia, Michoacán, la primera televisora digital que transmitiría a partir de julio en la entidad. Entre la programación, se encontraban Hechos de Michoacán, Las siete del Siete, A quien corresponda y Los Peluches.

Los tiempos electorales se acercaban y Televisión Azteca aprovechó todos los sucesos que se iban dando durante estos meses, sobre todo al poner al aire, en su canal 7, una serie dedicada, a la política en broma: La Polaca. Su contenido eran breves sketches de los personajes que conformaban el entorno político del país, los cuales son el tema principal de los chistes.

Luego de la constante guerra de declaraciones entre las dos empresas televisivas. En febrero éstas "se unen y firman un contrato para compartir los derechos de transmisión de los partidos de la selección nacional durante los próximos tres años. Lo anterior aunado a la inauguración del Centro de Capacitación y Alto Rendimiento Pegaso para los futbolistas -en el que ambas televisoras participaron

<sup>115</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 57, Año 11, enero-marzo 1999, bitácora, p. 4.

<sup>116</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 57, Año 11, enero-marzo 1999, bitácora, p. 4.

de manera económica. Este convenio fue galardonado con una placa conmemorativa que luce los emblemas de Televisión Azteca y Televisa, develada por el presidente de la FIFA, en presencia de los titulares de las empresas.<sup>117</sup>

En lo que se refiere a publicidad, el negocio más importante que la televisión presentó a mediados de año, fue una nueva forma de presentar su producto. Televisión Azteca incorporó en la pantalla un círculo sobrepuesto en la parte inferior derecha con la marca de la tienda Elektra, luego aparecieron otras marcas en ese círculo, durante el noticiero Hechos de la Noche. En tanto, en los programas deportivos agrandaron su espacio para insertar un cintillo en la parte inferior. Y en los partidos de fútbol aparecen sobre la cancha y durante los juegos, con la ayuda de la imagen virtual, las marcas, letreros, frases e imágenes de todo tipo de productos.

La telenovela del año inició a principios de julio, bajo la producción de Argos, con el título: La vida en el espejo. A este teledrama se le auguró el mismo éxito que a Mirada de Mujer.

"La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) subastó frecuencias de telecomunicaciones para ofrecer servicios de telefonía inalámbrica local. Entre los ganadores se encontró UNEFON, empresa de Salinas Pliego en un principio y después de Televisión Azteca y los hermanos Saba, quien pagó 276 millones 199 mil 218 pesos que correspondían al adeudo de casi tres millones de pesos. Salinas Pliego vendió el 50 por ciento de la telefonía UNEFON, con el propósito de obtener las frecuencias de telefonía que comenzarían a funcionar a principios del 2000".<sup>118</sup>

El 16 de agosto, pone al aire su nueva telenovela El Candidato dirigida por la productora independiente ZUBA. Esta telenovela dio inicio a los teledramas políticos en la televisión. Esta producción es relevante según el ahora vicepresidente del Comité Editorial de Televisión Azteca, Sergio Sarmiento "porque al igual que Nada personal establece contacto con la vida política del país".<sup>119</sup>

"Las tragedias no faltaron en la televisora. La muerte del conductor Paco Stanley trajo nuevos problemas a la televisora. Luego de que un día después del asesinato, el 7 de julio, Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca, Jorge Garralda conductor del programa A quien Corresponda, los conductores de Hechos y el director de noticias Raúl Sánchez Carrillo hicieron fuertes declaraciones de indignación en contra de las autoridades del Distrito Federal desde los estudios de la empresa. Además de apoyar al acusado de complicidad Mario Bezares, también trabajador de la empresa".<sup>120</sup>

Televisión Azteca buscó darle voz a los afectados. Lo cual, provocó que salieran a la luz pruebas que acusaban a la empresa de tener un interés especial para que no se descubriera la verdad o de querer suplantar la responsabilidad de las autoridades. Además de que se conoció que Sánchez Carrillo había ocultado información. Todo ello desató una serie de confusiones y una vez más desprestigio a la empresa.

<sup>117</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 58, Año 11, abril-junio 1999, bitácora, p. 5.

<sup>118</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 58, Año 11, abril-junio 1999, bitácora, p. 5.

<sup>119</sup>Proceso, Núm. 1191, 29 de agosto de 1999, p. 68.

<sup>120</sup>Proceso, Núm. 1196, 2 de octubre de 1999, p. 91.

A final de año, el 9 de diciembre, anunció Televisión Azteca "que se incorporaban cinco importantes hombres de negocios como miembros independientes dentro del Consejo de Administración, encargados de la dirección y la definición de las estrategias del consorcio televisivo. Los nuevos consejeros fueron Mario Laborín, director general de Bancomer; Michael Gearon, vicepresidente ejecutivo de American Tower-Corporation; Sergio Gutiérrez, presidente de Deacero; Javier Moreno Valle, presidente de Televisora del Valle de México, y James Jones, ex embajador de Estados Unidos en México y presidente de GlobalRanger".<sup>121</sup>

El año 2000 lo inició Televisión Azteca con un fuerte despliegue de producción noticiosa. Reestructuró, en lo formal, el telediario nocturno Hechos y agregó Hechos en canal 7, además de los programas de la mañana y los avances informativos entre programas. Concretó entre otras cosas, el convenio con canal 40 en el cual insertó su programación.

Luego de dos años y medio de mantenerse en pleito jurídico, entre el diario *La Jornada* y Ricardo Salinas Pliego, en febrero de este año se informó que, el periódico fue encontrado culpable de haber causado daño moral al empresario.

A principios de marzo se informó que "Televisión Azteca vendió su participación accionaria de 35 por ciento, del canal 4 de Costa Rica en 2.6 millones de dólares. La decisión de la televisora obedeció a que el mercado de publicidad en ese país es pequeño y prefirió invertir los recursos de la venta para el mejoramiento de la producción y programación en México".<sup>122</sup>

La primera telenovela de este año fue *La Calle de las Novias*. Este tele drama se caracterizó por haber incluido escenarios reales y por tener por productor al cineasta Jaime Humberto Hermosillo, quien estaba debutando como guionista para televisión.

En abril surge un acontecimiento que indignó a la comunidad artística, el compositor Sergio Andrade y la cantante Gloria Trevi hacen declaraciones a la televisión, luego de su detención cuatro meses antes, sobre el delito de corrupción y prostitución de menores. La empresa retomó el caso y le dio una amplia cobertura. Se crearon espacios para presentar cada uno de los resultados que se venían dando de las investigaciones. Televisión Azteca se involucró a tal grado que la llegaron a acusar de falsificar información.

A principios de mayo se logró por fin llegar a un acuerdo, el cual establece que la empresa de Salinas Pliego pagaría a NBC 46 millones de dólares: 20 millones en efectivo y 26 millones en acciones que equivalen a dos millones de títulos de Televisión Azteca. Además NBC firmó una carta de intención no obligatoria para invertir en la empresa Todito.com.

El caso Stanley continuaba y siete funcionarios de la empresa fueron citados a declarar ante la PGR. El personaje más importante del grupo fue el presidente de la empresa, Ricardo

<sup>121</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 62, Año 12, marzo-abril 2000, bitácora, p. 3.

<sup>122</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 62, Año 12, marzo-abril 2000, bitácora, p. 6.

Salinas Pliego. Quien además de dar a conocer su relación con el conductor asesinado, también tuvo que explicar de dónde obtuvo los recursos para adquirir la televisora.

Otro de los atentados que involucraron a Televisión Azteca fue el de la conductora Lily Téllez, quien fue atacada por supuestos narcotraficantes, luego de haber presentado información muy comprometedor, sobre una casa en construcción y de la búsqueda del misterioso e inexistente dueño.

Televisión Azteca lanzó al aire el programa de talk shows Cosas de la Vida. Este programa al igual que el de Televisa fue criticado y acusado de incitar a la violencia y burla de la vida privada, además de ser considerado el pionero de la violencia intrafamiliar en la televisión mexicana. Sin embargo, los creadores de esta producción defendieron su trabajo desmintiendo cada una de las acusaciones. Y a diferencia del de Televisa, que salió del aire, el de Televisión Azteca defendió su postura y continuó al aire aún con lo que se decía del programa.

La contienda electoral se tornaba más agresiva en junio, un mes antes de las elecciones para presidente de la república. La televisión fue uno de los protagonistas más importantes. Televisión Azteca, por su parte, hizo hincapié en que a diferencia de otros tiempos aprendió a decir "no" a las recomendaciones, pedidos, protestas, y hasta amenazas de cancelación de sus concesiones por su manejo de información en las campañas políticas.

Sergio Sarmiento ahora director del Comité Editorial, mencionó que "en algunas ocasiones, cuando hemos hecho coberturas que no han sido del agrado de las autoridades, sé que se nos recuerda que tenemos una concesión pública".<sup>123</sup>

En este año la televisora del Ajusco denunció y contradujo a la autoridad, esto se vio más claramente el día en que en el canal 7 se puso al aire un programa especial titulado Abuso de Poder. Conducido por Lilly Téllez. En este segmento se reiteró la declaración de guerra al gobierno capitalino, sobre todo por el caso Stanley.

Televisión Azteca buscó estar a la vanguardia en la tecnología y es en este mismo mes cuando dan a conocer la dirección de su recién creada página de Internet del noticiero Hechos, [www.hechostvazteca.com](http://www.hechostvazteca.com), que contiene las noticias más importantes del país y del mundo en tiempo real, reportes viales, monitoreos del volcán Popocatepetl, cápsulas de ecología y salud; así como los programas que forman parte de Fuerza Informativa Azteca.

El día más importante en la vida política del país fue el 2 de julio. Cae derrotado el partido que había estado en el poder durante 71 años: el PRI. La noche del domingo Televisión Azteca informó, a partir de las encuestas de salida, que realizó la empresa que contrató, que el triunfo se

<sup>123</sup>Proceso, Núm. 1233, 18 de junio del 2000, p. 26.



perfilaba para Vicente Fox del PAN. Este fue un hecho histórico, pues se dijo que por primera vez habían sido unas elecciones limpias y democráticas.

El conflicto entre el periódico *La Jornada* y Salinas Pliego parecía haber quedado atrás, sin embargo, el periódico no conforme con la sentencia que se le había dictado interpuso dos quejas por responsabilidad en contra de los magistrados del Séptimo Tribunal Colegiado en materia civil, quienes dictaron el amparo de la justicia federal a favor del propietario de Televisión Azteca. Sin embargo, no lograron cambiar lo ya establecido por las autoridades.

El 17 de julio el concesionario de CNI canal 40, Moreno Valle, anunció que se había terminado el acuerdo comercial que habían firmado con la televisora de Salinas Pliego. Moreno Valle, explicó que el rompimiento se dio debido a que "la televisora del Ajusco quiso aposentar su imagen en el 40 como si éste le perteneciera. Además de que nunca se concretó la opción de compra de acciones ni la promoción en pantalla de los programas del 40".<sup>124</sup>

En agosto, el portal en Internet Terra recibió el Gran Prix de los premios ¡Best que premia al mejor sitio de la red en México. Entre los sitios reconocidos se encontró el de Televisión Azteca.

Para septiembre Televisión Azteca y Pappas Telecasting Companies firmaron una alianza para crear la empresa Azteca America Incorporated, una cadena de televisión abierta en español que operara en Estados Unidos. Las empresas invirtieron 500 millones de dólares, de los cuales 400 millones corresponden a Pappas y el resto a Televisión Azteca. Además se anunció que iniciaría formalmente sus operaciones en octubre.

En este mismo mes se publicó que "Televisión Azteca demandó a CNI canal 40 por daños y perjuicios que ascienden a 100 millones de dólares y solicitó un embargo precautorio de los derechos de concesión de CNI. También demandó penalmente a Javier Moreno Valle, por haber interrumpido las transmisiones de Televisión Azteca en el canal que preside. La SCT señaló al respecto que no existían elementos para determinar la revocación del título de concesión de canal 40".<sup>125</sup>

Los Juegos Olímpicos dan inicio. Esta ocasión en Sydney, Australia. La televisora del Ajusco aprovechó la máxima justa deportiva, para transmitir en el canal 7, el programa de deportes Los Protagonistas y con ello buscar levantar el rating.

El 30 de octubre, se celebró el quinto aniversario de la serie Hechos de Peluche. Los personajes aumentaron cada vez más, a excepción del presidente. Con la aceptación que tuvieron estos personajes se esperaba que su presencia proporcionara un aire democrático y abierto, con el cual aumentará su legitimidad entre el público. Lo cual se vería reflejado con el nuevo gobierno, ya que luego de haber presentado el peluche del candidato del PAN y más tarde virtual presidente de México no podría haber un retroceso en la serie.

<sup>124</sup>Proceso, Núm. 1238, 13 de julio del 2000, p. 67.

<sup>125</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 66, Año 13, noviembre-diciembre 2000, bitácora, p. 4.

Para noviembre "Televisión Azteca formó con la compañía estadounidense Pappas Telecasting una cadena televisiva que difundiría en español, en los Estados Unidos para los hispano parlantes de aquel país. Se nombró Azteca América Incorporated. Pappas, quien sería el dueño del 80 por ciento y Televisión Azteca de 20 por ciento, de una inversión de 500 millones de dólares. El proyecto fue contemplado para salir al aire el primer semestre del 2001. La televisora del Ajusco señaló que con ello pretendía alcanzar al público de los estados de California, Florida y Texas. Además se mencionó que esperaban obtener el 10 por ciento de beneficios anuales y así llegar a un 15 por ciento. Para poder pelear con las dos fuertes competidoras: Univisión y Telemundo".<sup>126</sup>

Como era de esperarse el 1 de diciembre se llevó a cabo la toma de posesión del presidente electo de la República Mexicana, Vicente Fox Quezada. Televisión Azteca estuvo presente en cada uno de los eventos que conformaron el programa de la entrega de la presidencia. Por su parte, el presidente de Televisión Azteca Salinas Pliego, asistió a la cena de honor como representante de la empresa.

Para finalizar el año, la televisora del Ajusco lanzó al aire telenovelas de un corte no tradicional. Entre lo mejor, según los críticos, se encuentra Tío Alberto, Todo por amor, El amor no es como lo pintan, La guerra de las rosas y Golpe bajo. Todas ellas bajo la producción de Argos.

El último acontecimiento del año que tuvo en actividad a la televisora fue la transmisión de la erupción del volcán Popocatepetl. Televisión Azteca presumió haber sido la primera en transmitir las imágenes más claras de la erupción. A diferencia de Televisa quien se vio retrasada y su transmisión fue muy deficiente. Este suceso provocó que se removieran aquellos momentos de resentimiento de la guerra de las televisoras. Todo por querer dar la primicia.

## 2.2. EL NOTICIERO HECHOS

### 2.2.1. ¿Qué es Hechos?

Hechos resume la orientación informativa de Televisión Azteca. Su más reciente slogan enfatiza lo que significa el noticiero: "Unos callan. Otros mienten. La verdad está en los hechos". Es decir que la televisora define a Hechos como sinónimo de la verdad. Además hace hincapié en que "la nueva generación de reporteros está comprometido con la verdad, para decir las cosas como son" (*Proceso* 1026). Por lo tanto, como dicen "lo que valen son los hechos", donde la "información es clara y objetiva" Tal parece que Hechos es lo más importante de Televisión Azteca porque dice la verdad, porque informan las cosas como son y porque quien busca e informa los hechos está comprometido con la verdad. A lo que se podría resumir que buscan dar a entender que Hechos = Realidad.

<sup>126</sup>Proceso, Núm. 1254, 12 de noviembre del 2000, p. 82.

El noticiero Hechos inició transmisiones en 1994, un año después de que Salinas Pliego tomó el mando de Televisión Azteca. Este noticiero ha ido evolucionando a través de los años. La primera transmisión se da en el horario nocturno como el estelar de noticias y se conoce en un principio con el nombre de Hechos.

### **2.2.2. Hechos de la Noche**

La primera transmisión del noticiero de Televisión Azteca se presenta en 1994, en el canal 13, en el horario nocturno bajo el nombre de Hechos. Su primer conductor fue Javier Alatorre, originario de Navojoa, Sonora. Estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana, Campus Xochimilco. Se inició en los canales 13 y 7 cuando pertenecían a Imevisión y continuó su carrera en la misma empresa ya privatizada como Televisión Azteca.

El noticiero se transmite en el horario de las 22:00 a las 23:00 horas, de lunes a viernes y los domingos. Televisión Azteca considera que el noticiero Hechos estableció en México, a partir de su creación en 1994, una nueva forma de presentar las noticias por televisión, gracias a una dinámica producción y al estilo personal de Javier Alatorre, que rápidamente se identificó con el público por la claridad y sencillez en su manera de informar.

La empresa televisiva considera que su noticiero ha logrado en tan sólo ocho años posicionarse como líder de opinión, debido a la veracidad de su información y a la oportunidad con que cubre y difunde los sucesos más relevantes de México y el mundo. A través del noticiero encabezado por Javier Alatorre se informa todas las noches, sobre política, economía, seguridad pública, cultura, espectáculos, deportes y todas las noticias que interesan al auditorio de Televisión Azteca.

Otro de los aspectos que lo diferencia de los demás noticieros son los Hechos de Peluche, donde el sentido del humor se manifiesta a través de ingeniosas situaciones imaginarias que dan vida a los principales personajes del acontecer nacional e internacional.

### **2.2.3. Hechos de la Tarde**

La segunda transmisión del noticiero Hechos se presentó el 20 de enero de 1995, en el canal 13, en el horario de mediodía, con el nombre de Hechos de la Tarde. La conducción del noticiero se encargó a Rosamaría de Castro. Licenciada en Comunicación, estudió en la Universidad Iberoamericana. En 1992 realizó un Diplomado de Escenarios Estratégicos Internacionales en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), así como un Seminario de Análisis Político en el Instituto Mexicano de Estudios Políticos.

Comenzó su trayectoria periodística como productora de los cortes informativos de Grupo Radio Centro en el año de 1986. Trabajó en Imevisión como conductora durante cinco años; al mismo tiempo producía un noticiario internacional en Radio Fórmula. Posteriormente fue productora de un espacio deportivo en la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, conductora de Panorama en ACIR y corresponsal en México para la empresa estadounidense Univisión.

Durante dos años fue conductora en Radio V.I.P. y colaboradora de Radio Red. Hasta que en 1994 ingresó como reportera a Televisión Azteca. Un año después fue nombrada titular del espacio de Hechos de la Tarde, en el cual se mantuvo durante cinco años.

Actualmente el noticiero se transmite en el horario de las 15:00 a las 16:00 horas, de lunes a viernes. Televisión Azteca considera que desde su inicio, Hechos de la Tarde, transmite las noticias casi al instante en que suceden, por esto el espectador se convierte en protagonista, en cualquier lugar de México y el mundo. Menciona que este noticiero aborda temas de interés nacional e internacional y abre el ciclo informativo de Hechos. También destaca por sus investigaciones especiales.

Este noticiero se realiza bajo la producción de Raymundo Alonso Ramírez Olvera. Quien trabaja en Televisión Azteca desde antes de su privatización. Es productor de Hechos desde que surgió. Y desde 1997 es Productor Ejecutivo de Hechos de la Tarde y también de Hechos del Sábado.

#### **2.2.4. Hechos de la Mañana**

La tercera emisión del noticiero Hechos surge de la división que se realizó al programa ¡Hola México! el 12 de enero de 1998. Con este acontecimiento inició transmisiones Hechos De La Mañana, en el horario matutino, en el canal 13 de Televisión Azteca. Los conductores titulares fueron Pablo Latapí y Ana María Lomelí. Más tarde, Ana María continuaría al frente del noticiero, no así Latapí quien fue reemplazado por Ramón Fregoso.

Ana María Lomelí estudió la carrera de periodismo en la Escuela Carlos Septién, cuando estudiaba ingresó a Televisa donde condujo el programa 6 en punto, un noticiero para jóvenes. También estuvo a cargo del noticiero de media noche con Guillermo Ochoa, Hoy mismo con Lourdes Guerrero, Al fin de semana con Juan Calderón, varios espacios de Eco y Al despertar. En 1997 ingresó a Televisión Azteca, para conducir ¡Hola México!.

En tanto Ramón Fregoso estudió Comunicación en la Universidad Iberoamericana. En 1984 se incorporó a Cablevisión S. A. y a Televisa, S. A. de C. V. donde realizó diferentes programas como conductor, locutor, guionista, director de cámaras, productor, editor y reportero. En 1986 se incorporó a la Vicepresidencia de Noticieros y Eventos especiales de

Televisa, S. A. de C. V. En Televisa participó en más de 50 programas. En 1999 se incorporó a Televisión Azteca para conducir Hechos de la Mañana y TDK.

Televisión azteca expone su noticiero Hechos De La Mañana a partir de las 5:55 y hasta las 9:00 horas de lunes a viernes. La empresa resalta que su espacio noticioso presenta las noticias más importantes, de manera detallada y oportunamente.

Resalta que su noticiero Hechos de la Mañana, expone en el transcurso de las noticias, investigaciones especiales y entrevistas con expertos. Además cuenta con secciones dedicadas a la política, la economía, los espectáculos y los deportes. También se puede conocer el pronóstico del tiempo y el reporte vial desde el helicóptero de Fuerza Informativa Azteca.

La producción de Hechos de la Mañana está a cargo de Oscar López García. Entre sus trabajos destacan: Ciudad Desnuda, Visión Urbana y Metrópolis. En cuanto a la información del noticiero está a cargo de Juan Carlos Becerra, licenciado en Comunicaciones por la UNAM y varios seminarios en las Universidades del Estado de Louisiana, Miami y Florida. Fue reportero del Sistema de Radio y Televisión Mexiquense y desde 1997 es jefe de información del noticiero matutino de Televisión Azteca.

#### **2.2.5. Hechos del Sábado**

La cuarta emisión de Hechos surgió el 28 de febrero de 1998 en canal 13 con el nombre de Hechos del Sábado. Los conductores de este espacio son Hannia Novell y José Martín Sámano.

Hannia Novell, estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Tepeyac, donde impartió clases, al igual que en el Claustro de Sor Juana y en la Universidad del Valle de México. Comenzó su carrera periodística en Radio Educación, después trabajó en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). En canal 11 condujo Hoy en la Cultura en el 22 realizó programas culturales. Ingresó a Televisión Azteca en febrero de 1996, como reportera de Ciudad Desnuda. El fin de semana conducía un espacio informativo junto a Juan Barragán, y además hacía el reporte vial desde el helicóptero de Fuerza Informativa Azteca para el noticiero de Hechos de la Tarde con Rosamaría de Castro.

José Martín Sámano es egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac. Comenzó en el comité organizador del Mundial 86 en el área de prensa. Al año siguiente ingresó a Televisa con Guillermo Ochoa en el programa Nuestro Mundo y después trabajó en 60 minutos con Jaime Maussán, fue conductor y co-conductor de ECO, y más adelante se incorporó al equipo de Al Despertar. Tuvo a su cargo los programas A través del video y A Sangre Fria, así como ser conductor y director de En Concreto. Formó parte del Grupo ACIR, donde condujo Panorama. Ingresó a Televisión Azteca en diciembre de 1999. Su

trabajo se ha enfocado básicamente a hacer reportajes e investigaciones, inclinándose más por los temas ecológicos.

Televisión Azteca considera que la naturalidad de sus conductores y el dinamismo de la producción con que dan a conocer cada noticia, ha logrado el éxito del noticiero Hechos del Sábado. Es a partir del 11 de marzo del 2000 cuando Hannia y José Martín se convierten en titulares del noticiero sabatino.

Hechos del Sábado se transmite todos los sábados de las 13:00 a las 14:00 horas por canal 13. Dirigido a todo el público por ser un día para compartir con la familia. Difunde los hechos registrados a lo largo del día, además de reportajes e investigaciones especiales, y el resumen de lo más sobresaliente de la semana.

La producción de Hechos del Sábado está a cargo de Raymundo Alonso Ramírez Olivera, quien trabajaba en Televisión Azteca mucho antes de su privatización. El productor tuvo a su cargo la producción de casi todos los espacios noticiosos de Fuerza Informativa Azteca, así como algunos programas especiales. De dos años a la fecha se ha dedicado a ser el Productor Ejecutivo de Hechos de la Tarde con Rosamaría de Castro.

#### **2.2.6. Hechos del 7**

La cuarta emisión del noticiero Hechos se transmitió por primera vez el 4 de enero de 1999, a través del canal 7 de Televisión Azteca, bajo el nombre de Hechos del 7. La conducción de este espacio noticioso está a cargo de Pablo Latapí y Lilly Téllez quienes cuentan con una trayectoria periodística de más de 15 años.

Hechos del 7 se presenta de lunes a viernes, por canal 7 de las 21:00 a las 21:30 horas. La empresa a la que representa establece que el noticiero tiene el fin de presentar las noticias en un formato fresco, ágil, objetivo y dinámico. Donde es posible informarse en sólo 30 minutos, rápida y claramente de los acontecimientos del día. Menciona que cuenta con un equipo de 22 personas que trabajan para ofrecer un noticiero serio, pero a la vez entretenido con el toque humorístico de las notas del Castor y de los comentarios chuscos de Héctor Lechuga en Barriendo la Noticia.

En lo que se refiere a producción. Oscar Salcedo quien estudió Publicidad en la Universidad de la Comunicación. Ingresó a Imevisión en 1989, donde desempeñó diversos cargos relacionados con la producción. Ahora con Televisión Azteca ha sido productor y gerente de Promoción. Y es desde 1996 el productor ejecutivo del espacio Las Siete del 7 y a partir de 1999 de Hechos del 7.

El jefe de información es Eduardo López Segura, quien estudió Economía en la UNAM y se dedica al periodismo desde 1980. Durante 7 años fue jefe de información de Radio Mil y trabajó 10 años en Televisa donde fue Coordinador de Información de Noticieros. Ha obtenido dos premios nacionales de periodismo. Y desde 1999 es Jefe de Información de Hechos del 7.

Con el tiempo se han dado cambios en su presentación, dos años más tarde de entrar al aire, el 22 de junio de 1996, Televisión Azteca puso en marcha a Fuerza Informativa Azteca, quien adoptó al noticiero Hechos y a los programas de investigación para encargarse de su organización, coordinación y apoyo. Esta organización se propuso "revolucionar no sólo cuanto concepto noticioso se haya presentado en el país, sino también el propio periodismo según declaraciones de los coordinadores, de ese año, Sergio Sarmiento, vicepresidente de noticias, y Maribel Díaz, directora de noticias de Televisión Azteca. Uno de los cambios que se dieron en ese año fue el nuevo equipo técnico que estrenó el noticiero, que le permitió la transmisión de notas mediante computadora y sistemas de fibra óptica".<sup>127</sup>

También cambió su escenografía (*Proceso 1026*) a un ciclorama en azules con la imagen de los rascacielos urbanos en las faldas del Popocatepetl, el conductor principal permanece de pie para dar la introducción de algunas notas, igual que los lectores de deportes. Una mayor profusión de imágenes asociadas a los textos.

Para 1997 Televisión Azteca inició un agresivo despliegue de producción noticiosa. Reestructuró en lo formal, a Hechos (*Proceso 1159*), agregó avances informativos entre cada programa. Se modificó el set desde donde se transmiten las noticias, que fue colocado en medio de la redacción, en una especie de pódium. El conductor ya no aparece sentado sino que vemos cómo llega a su lugar, a veces poniéndose el saco, cuando ya están al aire. En cuanto a la rúbrica del programa se dedicó a señalar las diversas fuerzas de los noticieros: juventud, profesionalismo, compromiso, etcétera.

En el 2001 se presentaron nuevos movimientos en las distintas emisiones de Hechos. Se cambió nuevamente la escenografía a un aspecto más alegre y lleno de color, se hizo uso de la tecnología virtual. Los conductores se presentan en parejas. Se incluyen a los destacados reporteros como conductores de noticias. Además se incluyen nuevas secciones informativas en los noticieros, por ejemplo en Hechos de la Tarde se incluyó: La salud, Para la historia, ¿Dónde está?, Tecnología, Mujeres Poder. Además de incorporar entre cada corte a comerciales, una pregunta sobre temas en general que contestan después de regresar del corte.

---

<sup>127</sup>Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 51, Año 10, octubre-diciembre 1997, bitácora, p. 6.

## CAPITULO 3

### LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN AZTECA

Todo parece indicar que la presencia de los géneros periodísticos de opinión en Televisión Azteca surgió de la inquietud, las ganas y el deseo de innovar en los noticieros de la televisión mexicana. No hay una fecha exacta, en la cual se pueda establecer cuándo fue la primera vez que salió al aire la opinión de un experto.

Anteriormente encontrábamos la opinión de una manera aislada, en programas ajenos a un noticiero, en otro horario y con otro formato. Pero cuando surgió el noticiero Hechos el esquema tradicional se rompió al presentar, como parte del noticiero, la opinión formal de personalidades de la talla de Sergio Sarmiento, Erick Guerrero, Luis Pazos, Leonardo Curzio, Roberto Salinas, Javier Bonilla, Fidel Samaniego y Arturo Damm.

#### 3.1. LA SELECCIÓN

La selección de comentaristas que se presenta en Televisión Azteca está constituida por ocho expertos en materia de política y economía. Sin embargo, sólo se obtuvo información curricular de cinco de ellos y es la que se presenta a continuación.

##### 3.1.1. Sergio Sarmiento

Comentarista político del noticiero Hechos de la Noche, los días lunes y miércoles. Es el primero de los ocho comentaristas que se presentan en los noticieros Hechos.

El periodista Sergio Sarmiento quien es conocido como uno de los analistas más influyentes del país, por los comentarios que realiza en Televisión Azteca es, además, consejero de la presidencia de esa misma empresa. Nació en la ciudad de México en 1953. Obtuvo la licenciatura en filosofía, con honores, en la Universidad York de Toronto, Canadá en 1976. A la edad de 17 años, cuando aún era estudiante de preparatoria, inició su carrera como escritor y periodista profesional con artículos en la revista *Siempre!*. En 1971 empezó a escribir una columna sobre literatura extranjera en el periódico *El Día*.

En 1978, cuando contaba con 24 años de edad, Sarmiento fue nombrado Director Editorial en Iberoamérica de Encyclopaedia Britannica Publishers y director de la



Enciclopedia de México. Actualmente sigue siendo miembro del consejo editorial de Encyclopaedia Britannica Publishers, Inc.

Fue colaborador y fundador del periódico *El Financiero*, para el cual trabajó como coordinador editorial y columnista. Fue también director editorial de *El Financiero International Weekly Edition*, semanario en lengua inglesa. En el campo de los medios electrónicos, fue comentarista y conductor de programas informativos en la Organización Radio Centro de 1985 a 1994. En 1986 coordinó la cobertura noticiosa de la Independent Television News (ITN) de Gran Bretaña durante la Copa del Mundo de fútbol.

Sergio Sarmiento ingresó a Televisión Azteca como comentarista en 1993. Para 1995 fue designado vicepresidente de noticiarios y programas informativos de la empresa, cargo que cumplió hasta septiembre de 1998, cuando pasó a ser vicepresidente del comité editorial. Además de esta función, Sarmiento participó en el noticiario de Hechos de la Noche con su cápsula Jaque Mate.

Sarmiento publica la columna Jaque Mate en el periódico *Reforma* de la ciudad de México, y en otros veinte periódicos de distintas ciudades del país y en la revista *Siempre!*. Además ha escrito para las revistas mexicanas *Vuelta*, *Nexos* y *Este País*. A nivel internacional ha colaborado para los periódicos *The Wall Street Journal*, *Le Monde* y *Los Angeles Times*, entre otros.

Sergio Sarmiento ha sido ganador del Premio Juan Pablos al Mérito Editorial de la Cámara Nacional de la Industria Editorial. En 1998 recibió la condecoración de caballero de la Orden de las Letras y las Artes de la República Francesa. Actualmente es conductor del programa La Entrevista con Sarmiento.

### 3.1.2. Luis Pazos

Fue comentarista político del noticiero Hechos de la Noche, los jueves. El actual diputado Luis Pazos es Oriundo de Veracruz, Ver. Nació el 25 de agosto de 1947. Cursó la primaria, secundaria y bachillerato en el Colegio Cristóbal Colón de Veracruz. Efectuó estudios de Economía y Administración en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Obtuvo el título de Abogado en la Escuela Libre de Derecho. Realizó estudios de Administración Pública en la Universidad de Nueva York. Cursó la especialidad en Finanzas Públicas, Maestría y Doctorado en la División de Estudios Superiores de la Facultad de Derecho de la UNAM. Recibió el Doctorado Honoris Causa en Ciencias Sociales de la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala.

Luis Pazos a través de libros, artículos y conferencias advirtió con anticipación la baja del precio del petróleo y las devaluaciones de Echeverría, López Portillo, De la Madrid y Salinas. En 1998 fue candidato del PAN a gobernador de Veracruz. Obtuvo una votación récord en toda la historia del Estado para un candidato de oposición.

Profesor titular por oposición de Teoría Económica en la Facultad de Derecho de la UNAM durante 17 años y de Economía Política en la Escuela Libre de Derecho. Editorialista de varios periódicos de México, Centro y Sudamérica. Es el autor de los temas económicos más leídos en América Latina. Más de un millón trescientos mil libros vendidos.

Director del Instituto de la Integración Iberoamericana y del Centro de Investigaciones Sobre la Libre Empresa. Sus libros más recientes son *Globalización, Lógica Económica, Ineptitud Presidencial y Reforma Hacendaria*. Actualmente es Presidente de la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública en la Cámara de Diputados.

### 3.1.3. Leonardo Curzio Gutiérrez

Comentarista político del noticiero Hechos de la Noche, de los viernes, nació en México D. F. en 1962. Es licenciado en Sociología y Maestro en Sociología Política por la Universidad de Provenza, Francia, estudios que realizó como becario del gobierno francés. Tiene el grado de Doctor en Historia por la Universidad de Valencia, España. Su desempeño profesional abarca tres campos: el periodismo, la cátedra y la investigación científica.

Tiene además, una extensa producción en prensa escrita, en periódicos como *Excelsior*, *El Financiero*, *El Universal* y *La Crónica de la Ciudad de México*, periódico del que es columnista. Es, además, colaborador habitual y miembro del Consejo Editorial de la revista *Origina*. Como profesor ha impartido docencia en la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Iberoamericana, Universidad de las Américas, la Escuela Nacional de Antropología e Historia y es profesor visitante de la Universidad de Valencia, España.

Asimismo, ha impartido cátedra en instituciones como el Centro de Estudios Navales y el Colegio de la Defensa Nacional. Fue coordinador de la carrera de Ciencias Políticas en la UIA y ha coordinado más de 30 Diplomados en Análisis Político y en Estudios Estratégicos. En el terreno de la investigación, cabe señalar que es investigador titular por oposición del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, del mismo modo tiene la distinción de Investigador Nacional del Sistema Nacional de Investigadores.

Ha publicado 5 libros (dos de ellos en España) y es coautor de 15 libros más. A su vez, es autor de más de 40 artículos científicos publicados en revistas especializadas. Es conductor de la primera emisión de *Enfoque* del Núcleo Radio Mil.

### 3.1.4. Roberto Salinas León

Comentarista económico de Hechos de la Tarde, del martes. Roberto Salinas es Licenciado en Economía Política e Historia, por el Hillsdale College en E. U. A. Doctorado en Filosofía y Teoría Política en Purdue University, en E. U. A., 1983-1988.

Profesor Adjunto de Economía Política en la Escuela Libre de Derecho y en la Universidad Nacional Autónoma de México. Es columnista semanal en *El Economista*, *El Imparcial*, y *Siglo 21 de Guatemala*. Es articulista de *The Wall Street Journal*, *Barrons*, *Investor's Business Daily* y *Dallas Morning News*. Es, además, Director General de Estrategia Económica de Televisión Azteca, S. A. de C. V., México D. F.

Es Director del México Business Forum, el capítulo mexicano de The Economist Conferences. Es asesor y miembro del consejo de varias empresas y organizaciones en E. U. A., México y América Latina. Ha testificado ante la Cámara de Representantes del Congreso de E. U. A. sobre temas como el Tratado de Libre Comercio y la Política Cambiaria en México. Ha dictado más de 500 conferencias sobre temas contemporáneos en varias regiones del mundo, incluyendo E. U. A., Canadá, Venezuela, Brasil, Guatemala, Puerto Rico, Panamá, Ecuador, Colombia, Curazao, Alemania, Austria, Inglaterra, Francia, España, China, la República Checa y la ex-URSS.

### 3.1.5. Arturo Damm

Comentarista económico del noticiero Hechos de la Mañana, del miércoles. Estudió la Licenciatura en Economía en la Universidad Autónoma Metropolitana, y la Licenciatura en Filosofía en la Universidad Panamericana, en donde también cursó la especialidad en Filosofía Política y Social. Realizó estudios doctorales en filosofía en la Universidad de Navarra, España.

Ha sido profesor en la Facultad de Filosofía de la misma universidad, y en el Departamento de Economía y Comercio Internacional del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México. Actualmente imparte clases en la Escuela de Economía y la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana.

Ha sido articulista en los periódicos *El Financiero*, *Uno Más Uno* y *El Universal*, y en las revistas *Siempre!*, *Expansión* y *Época*. Es autor de la columna Pesos y Contrapesos que se publica de lunes a viernes en el diario *El Economista*. Es autor de la columna Pulsaciones que se publica en varios diarios del interior del país, de la columna Apuntes que aparece semanalmente en la revista *Vértigo*, del espacio Economía de Sobremesa que se publica mensualmente en la revista *Nuevo Inversionista* y de El Pulso de la Economía que aparece cada mes en la revista *Entorno*. También colabora en las revistas *Clisé* y *Arcana*.

Ha publicado ensayos sobre temas de economía y política en el suplemento *Enfoque* del periódico *Reforma*, y en las revistas *Istmo* y *Este País*. Ha publicado poemas en el suplemento *Sábado* del diario *Uno Más Uno*. Desde 1985 es articulista en la revista *Negocios y Bancos*.

Ha impartido conferencias en diversos foros académicos, culturales, empresariales y políticos. Es autor de diez libros sobre temas de economía y filosofía, y coautor de otros cuatro. Ha sido comentarista en el programa de radio Monitor y en el noticiero Enlace de canal 11. Actualmente participa con sus comentarios económicos en el noticiero radiofónico Informativo MVS de Stereorey y en el Noticiero de MVS Televisión.

### 3.2. LA PRIMERA OPINIÓN

No todos los comentaristas inician su participación en el noticiero en la misma fecha, ni por las mismas razones. En la entrevista realizada a seis de ellos nos contaron cómo fue que los invitaron a opinar en el noticiero Hechos y cuándo fue la primera vez que opinaron como comentaristas formales del noticiero.

Sergio Sarmiento ingresó a Televisión Azteca como comentarista en 1993. Dos años más tarde fue designado vicepresidente de noticieros y programas informativos de la empresa, donde permaneció durante tres años, para luego integrarse como vicepresidente del comité editorial. Cargo que no impidió que presentara su opinión a través de la cápsula Jaque Mate que se transmitía en Hechos de la Noche. Posteriormente dejó de aparecer ante las cámaras de televisión con su cápsula Jaque Mate, sin embargo continuó al aire, con su comentario político del día lunes.

El hoy Presidente de la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública en la Cámara de Diputados Luis Pazos contestó a la entrevista concretamente y un poco inseguro que la primera vez que se transmitió su opinión en televisión fue "creo que hace como 8 o 9 años, pero hace muchos años".

Leonardo Curzio, por su parte, contestó muy amablemente al cuestionamiento y recordó que fue hace 6 años exactamente, entre febrero y marzo de 1995. Mencionó que toda su vida ha sido profesor y que en su vida profesional impartía cursos en la Universidad Iberoamericana, lo cual, permitió que lo invitaran a participar en un diplomado en Comunicación Política a un noticiero que a la sazón conducía Ramón Fregoso y Jesús Díaz en el canal 5 de Televisa.

"Llegué al noticiero de mis amigos Díaz y Fregoso, empecé a hacer comentarios de una manera muy directa, muy fresca, en realidad era una conversación con ellos, platicábamos de un tema que resultaba de interés. Y a partir de esa exposición recibí una amable invitación por parte de Televisión Azteca quien estaba dando sus primeros, digamos primeros tiempos en materia informativa, sus primeros pasos, y resultó una muy, digamos, fructífera apertura a mi

carrera, porque a partir de ahí empecé ya a ejercer de una manera sistemática el trabajo de opinador", puntualizó.

El Director de Asesoría y Comunicación Estratégica de Televisión Azteca, Roberto Salinas, reseñó que la primera vez que opinó en televisión fue en 1990, durante los programas de Nino Canún, a donde lo invitaban con mucha frecuencia. Mencionó que participó en algunos canales de televisión de Estados Unidos como CNN, CBS, ABC, FOX NEWS, donde presentó su punto de vista sobre el Tratado de Libre Comercio y la Devaluación.

"En Televisión Azteca propiamente fue en 1994, cuando me invitaron a dar opiniones sobre soluciones a la crisis, despuesito de la devaluación de 1994, me invitaron ahí simplemente a dar una opinión, y a mediados de 1995 fue cuando se empezó a formalizar una relación más constante de comentarista ocasional a comentarista de planta", apuntó.

En tanto, el más creativo y ocurrente de los comentaristas, el periodista Fidel Samaniego, recordó que él no integró el equipo de especialistas sino que es parte de ese equipo.

Señaló que en una ocasión de la vicepresidencia "me dijeron que si quería presentarme, que si quería hablar en el programa de Pablo Latapí y acepté, pero no me habían dicho que iba a estar permanentemente, es decir presentar un comentario a la siguiente semana. Me hablaron al tercer comentario y me dijeron que quería que estuviera yo permanentemente. Se fue Latapí y llegó Ramón, con Anita, había una buena amistad con ella, entonces continuó invitándome. Cuando llegué me comentó que si descaba quedarme y acepté, y llevé 4 años ahí".

Mencionó que en su primer comentario no iba preparado para algo en especial, "me estuvieron preguntando, pero ahora lo que hago es, como todos los que nos dedicamos a esto, ver noticias, leer, entonces se me ocurre algún tema que sea de actualidad como fue el caso éste de las botas de Fox o por supuesto algún tema que debe ser temporal, por ejemplo, la falta de respuesta de todos al marco del derecho, lo mismo del pesero que se para en doble fila. Casi siempre los voy pensando durante el viaje, los voy armando, y al momento de salir es cuando lo suelto", explicó.

El filósofo de los comentaristas Arturo Damm concedió la entrevista en su pequeño y tranquilo despacho donde entusiasmado contestó que fue invitado simplemente por Salinas Pliego, el dueño de la televisora "me invitó a participar entre otras cosas como comentarista. "Ya había desempeñado una labor similar en la radio, muchos años en Radio Red con Gutiérrez Vivó. Y así fue por una invitación expresa de Ricardo Salinas Pliego".

Explicó que la primera vez que estuvo en Televisión Azteca como comentarista fue en 1994, "comentando aquel primer debate, que fue histórico, entre los tres principales candidatos a la presidencia de la república que eran, Ernesto Zedillo, Diego Fernández de Cevallos y Cuáuhtemoc Cárdenas. Por primera vez en la historia de este país tres candidatos a

la presidencia de la República debatieron, y luego en Televisión Azteca hubo un análisis sobre el debate, y yo fui uno de los panelistas, digámoslo así, que participó en aquel análisis. Y ya como comentarista a partir de 1997 y hasta la fecha”.

### 3.3. LA INNOVACIÓN EN LOS NOTICIEROS

Sólo algunos de los entrevistados recuerdan cómo fue que se inició el proyecto de opinar en el noticiero Hechos, y aspectos como el saber quién motivo o pensó en presentar opinión, así como qué determinó su aparición en televisión. Además de manifestar si Televisión Azteca es precursora de este género en la televisión mexicana, y cuál es el fin de presentar opinión en los noticieros.

Leonardo Curzio consideró muy convencido que Televisión Azteca en su momento y de una manera sistemática, “sí innovó en los noticieros largos de televisión, en lo que es la presencia del comentario. Es decir, dar la información. El conductor da la información lo más objetiva y neutra posible, por un lado, y después hay personas como es mi caso que soportan el trabajo de opinión. Está muy claramente segmentado, yo creo que en eso Televisión Azteca sí hizo un gran trabajo”, mencionó.

Expresó muy seguro que la empresa sí estableció algo distinto en la forma de presentar la información. “Yo creo que Televisión Azteca sí ofreció algo que Televisa en su momento no ofrecía que era la editorialización de las notas. Lo que intentó fue dividir noticias de opinión. Y sí creo que se logró razonablemente”, expuso.

Por su parte, el economista Roberto Salinas no recuerda cuándo fue exactamente que se inició el proyecto de opinar en Televisión Azteca: “yo no sé si ya existía o si había un plan preformulado, creo que no, creo que más bien fue algo que surgió espontáneamente con la colaboración, incluso antes de la venta y la desincorporación de Televisión Azteca”.

Reseñó que antes de que surgiera Televisión Azteca Sergio Sarmiento ya se encontraba como comentarista. Y enfatizó que más que editorialista Sarmiento es comentarista quien trata de explicar en términos muy amenos y muy sencillos a la población en general asuntos complicados que tienen que ver con la macroeconomía, con la democracia o, con cosas que a veces y que generalmente se tratan en lo que se podía denominar el foro rojo, para intelectuales, para opinadores, para comentaristas, observadores, analistas, etcétera.

“Este grupo del foro rojo es el que leemos en *Reforma*, o vemos en los análisis de Bancomer o leemos en las revistas especializadas, pero cuantitativamente es un universo bastante pequeño. El foro verde, sin embargo, que somos el resto de los mortales de carne y hueso, no tenemos acceso. A veces los mismos del foro rojo se les olvida que existe otro foro gigantesco que le gusta las telenovelas y le gusta el fútbol. Le gusta a veces oír a comentaristas

o editorialistas que expliquen las cosas en una forma comprensible y en un lenguaje que expliquen fenómenos netos del foro rojo en lenguaje del foro verde."

Explicó que de ahí nace esa inquietud dentro de Televisión Azteca, pero enfatizó que no por ello, Televisión Azteca es una empresa que inicia este género "quizá fue de los pioneros con los comentarios que tenía Sergio Sarmiento en el noticiero de la mañana, antes por ahí de 1991-1992, creo que fue cuando el inició. Posteriormente se nos invitó a un grupo de colaboradores a opinar espontáneamente u ocasionalmente sobre diversos temas hasta que se empezó a formalizar una relación ya profesional."

Salinas consideró que de alguna forma toda presentación de los hechos ajusta con un contenido editorial. "La presentación en sí ya está editorializando lo que está sucediendo en los hechos o se presta para un comentario editorial. Esto para muchos otros países con medios televisivos sobre todo, en Estados Unidos se ha súper especializado en esto, incluso con programas de media hora o de una hora que tienen muchísimo seguimiento."

En tanto, el periodista Fidel Samaniego, respondió que no sabe de quién surge la idea, pero sí hay la idea de meter gente a opinar en los noticieros. Sin embargo, apuntó al igual que Roberto Salinas que eso no es nada nuevo ni en Televisa ni en Televisión Azteca.

Mencionó Samaniego que "hace años en Televisa salía Blanco Moeno, y daba alguna opinión o el hijo de Magel Ciervo, Magel Rebollar daba una opinión, pero aquí en Televisión Azteca creo que es a partir de esta privatización cuando ya empiezan, ya empezamos a estar comentaristas más permanentemente", dijo.

Comentó que anteriormente se presentaba la opinión como algo aislado y no integrado a un noticiero, como un género periodístico. "Antes Televisa presentaba la opinión como algo aislado empezaban a hablar personas como Heno, por decir un ejemplo, pero como algo aislado, y en Televisión Azteca lo que hacen es poner, creo, una persona determinado día, ya con su opinión, y parece que ha tenido éxito."

Arturo Damm respondió muy espantado porque confesó que no ve televisión. "Hay Dios mío, yo para contestarle esa pregunta tengo un problema, yo casi no veo televisión, nunca he visto televisión, no le sabría decir y no le quiero inventar para no mentirle. Sí, por ejemplo, antes de que Imevisión se convirtiera en Televisión Azteca, en Televisa había ya gente dedicada a opinar y sobre todo a opinar libremente, realmente a opinar libremente. No le podría yo responder esto, es decir le soy sincero, porque no sé si hubo precursores en alguna otra. Bueno, en algún otra tendría que ser fundamentalmente Televisa o el canal 11. En su momento, tal vez el canal 22. Hoy, lo que sí se es que, bueno, casi todos los noticieros de televisión tienen la parte de opinión ¿no?, segmento de opinión".

Lo que sí cree Arturo Damm es que Televisión Azteca integró a sus noticieros la opinión ya no como algo aislado, sino como parte importante de la información. "Sí efectivamente

Televisión Azteca abrió en sus noticieros el espacio a la opinión, y a la opinión crítica, y luego vino la reacción de Televisa, que también se abrió. Pero en ese sentido sí, lo vemos muy claramente en otro renglón con Los Peluche ¿no?, Los Peluches en su momento, sin duda alguna fueron precursores de la caricatura política en televisión, que no se hacía”.

Otro ejemplo es el haber presentado a gente muy crítica, “crítica en contra del gobierno como podría ser el caso de un Luis Pazos. Eso también fue algo que no se daba en la televisión en México, y eso obligó a que la competencia también empezara a abrir sus espacios. Pero pensar que en Televisa hace 10 años iban a decir las cosas que dicen hoy en día, y que las iban a decir quienes las dicen hoy en día en Televisa. Por ejemplo, un Carlos Monsiváis, digo, impensable ¿no?, y que bueno, entre más apertura mejor”, mencionó.

El analista económico del miércoles en Hechos de la Mañana, mencionó que este proyecto surge simplemente “por las ganas que traía Ricardo Salinas, de que se criticara lo que hay que criticar, digo así de sencillo, las ganas del dueño de hacerlo”, explicó.

#### 3.4. LOS PRECURSORES DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN MEXICANA

Sergio Sarmiento sencillamente respondió que no, ya que siempre ha habido comentarios editoriales en Televisión Azteca y agregó “sería me parece muy difícil considerarme precursor en la dirección de Televisión Azteca. Si estoy aquí es por los comentarios editoriales. Anteriormente ya había gente opinando, así que en realidad no”.

Sin embargo, respondió que él es el comentarista principal, pero como comentarista de Televisión Azteca y enfatizó contestándose él mismo a la pregunta “quién podría ser precursor, precursor es el que digamos antecede a los demás. Cuando yo entré a Televisión Azteca todavía estaba, por ejemplo, Juan Mariano que hacía su comentario en la mañana, cuando yo entré, ya estaba y ya había habido una tradición en Imevisión de comentarios editoriales, como por ejemplo el programa de Desayunando con Saldaña de Paco Saldaña que duró muchos años” dijo.

En tanto, el diputado Luis Pazos tampoco se considera precursor y respondió que definitivamente no, “yo creo que no, yo creo que simplemente soy uno más de los que estuvo en este género periodístico”.

El conductor de *Enfoque* Leonardo Curzio no aceptó el título de precursor, porque mencionó que ya se ha hecho este tipo de comentario, ya se ha practicado con mucha gente en el pasado. “Mira yo creo que no, que precursor no soy, porque se ha hecho. Te puedo dar los nombres de los que iniciamos originalmente en ese trabajo, son básicamente los mismos que estamos ahora, mi compañero, Erick Guerrero, Luis Pazos, hoy Diputado federal, Sergio



Sarmiento, Roberto Salinas, después se fueron incorporando algunos más como Arturo Damm, y otros más que ampliaron el equipo de comentaristas de Televisión Azteca”.

Y apuntó “originalmente estábamos nosotros, digamos que soy como de casa en Televisión Azteca, en este género periodístico. Pero, no, no sé si fuimos innovadores, digo Barrios Gómez hacía comentarios en televisión mucho antes que nosotros. Desconfío mucho de quien dice que fue el precursor. Yo creo que Televisión Azteca sí ofreció algo que Televisa en su momento no ofrecía que era la editorialización de las notas. Azteca lo que intentó fue dividir la noticia de la opinión. Y si creo que se logró razonablemente”.

Roberto Salinas dijo “no, yo en lo personal no. Se me hace una pregunta interesante, por que nunca lo había yo visualizado de esa manera, siendo televisión siempre se han invitado comentaristas. “Hoy pasó esto”, “y en la opinión de fulanito esto significa tal o cual para la opinión del fulanito”, “Y en conclusión podemos decir esto y aquello”. Donde creo que Televisión Azteca se puede considerar un precursor en la presentación de los hechos como una historia, relatando una historia y en el llamado *Full Track* en donde sucede algo y se cuenta una historia alrededor de ese hecho”.

Explicó que “no es como el radio, pasó esto y aquello, y después pasó el otro y esto y aquello. No, sino cómo fue que pasó, en qué impactó a la vecindad, en qué impactó a la ama de casa, en qué impactó a la comunidad en general, cuáles son las reacciones de las autoridades, cuáles son las reacciones de los miembros de la comunidad, en qué implicaciones o qué elección deriva dramatizar el hecho si uno quiere”, mencionó.

Salinas explicó que en México, sería una distinción un tanto interesante, pero que no cree que sean los primeros, para él, “los verdaderos precursores son, por ejemplo, la televisión argentina donde ya existía éste género de editorial, incluso la idea de los Hechos de Peluche ya se daba en otras estaciones de televisión a nivel internacional. Ni se diga en España donde les encantan los programas académicos, algo como lo que tenemos hoy en día con los hombres de negro, con las mesas de debate con Aguilar Camín, incluso Nexos que formó una parte importante aquí en Televisión Azteca”, mencionó.

Detalló que como columna hay puntos de referencia, y mencionó que hay un periodista-editorialista extraordinario en Estados Unidos que se llama John Doswon, y que es muy bueno. Explicó que los chilenos también son especialmente adeptos a la comunicación.

El experto en Política Fidel Samaniego se detuvo a pensar por un momento antes de contestar, fumó su cigarro y dijo que no “creo que tienes razón y entiendo tu inquietud, y vamos, quizá sin proponérmelo, sin hacerlo premeditado, finalmente en mi búsqueda fui encontrando eso hacer comentario para la televisión. Porque también podría escribir un texto, publicarlo y leerles el periódico ante las cámaras ¿no? Y no quizá yo no soy precursor, pero si parte de un grupo de precursores en Televisión Azteca”.

Samaniego explicó que no cree que sea un iniciador en los géneros de opinión en televisión, "pero lo que sí creo es que estamos, que hicimos algo nuevo, algo distinto, tal vez no nuevo, pero sí distinto, que insisto, los efectos, donde los mido es en la reacción de la gente, esa reacción cálida, gente que dice muy bien por lo que dijiste".

Ninguno de los comentaristas de Televisión Azteca aceptó ser un precursor de este género periodístico en la televisión y el economista Arturo Damm no fue la excepción por lo que simplemente expresó: "si yo soy un precursor o no, no le sabría responder porque no sé si hay antecedentes de otros. Quisiera yo pensar que antes de mi tuvo que haber habido mucha gente, dados los años que lleva la televisión funcionando, dedicado a opinar sobre estos temas, pero no podría yo afirmárselo con seguridad. Entonces me parece que Televisión Azteca sí puede ser considerado en sus segmentos noticiosos como precursora, porque se abrió a una opinión sobre todo crítica, y a veces muy crítica, en ese sentido sí. Ahora sí yo Arturo Damm soy precursor, ahí sí no le podría yo decir".

Sólo uno de ellos aceptó que se realizó algo nuevo, innovador, algo que no se había visto en la televisión mexicana y que ellos por supuesto eran los primeros en presentar este género periodístico, pero en la televisión.

### 3.5. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICO DE OPINIÓN QUE SE PRESENTAN EN TELEVISIÓN

Una vez que los comentaristas explicaron los antecedentes de la presencia de los géneros de opinión en televisión, a continuación definen qué género de opinión realizan según su experiencia en la realización de este género.

Para el abogado Luis Pazos el tipo de género periodístico que realizó en Televisión Azteca fue "un mini comentario dentro del noticiero, podríamos llamarle que son editoriales televisivos. Porque un noticiero en cierta forma es como un periódico, entonces Televisión Azteca sí empezó a buscar un editorial dentro de los noticieros y eso es lo que yo hice."

Para Leonardo Curzio es simplemente un comentario político. Y aclaró que no es una columna, "porque yo, además, creo que, me debo distanciar del género columna. Columna es el que comenta hechos y da noticias nuevas, etcétera. Yo fundamentalmente hago comentario, análisis político trató de ofrecerle a la gente, más que datos sobre personas, que es un género que en México se ha corrompido muchísimo, porque es utilizado, para liar invectivas, mandar mensajes, etcétera, etcétera.

Curzio expresó que su propósito es tratar, "no sé si lo he conseguido durante estos años, ofrecerle al auditorio, al tele auditorio que me ve, que me escucha, lo que a mi leal saber y entender, es lo que está pasando en el país". Confesó que le gusta mucho el comentario político internacional, pero por el momento sólo realiza comentario político nacional. Y

enfatisó muy convencido que lo que realiza en televisión es fundamentalmente análisis, “no es columna, yo intenté hacer análisis, o sea el comentario político, digamos, con un elemento claro de análisis, mucho más que de descripción de hechos. Utilizo por ejemplo muy poco el nombre propio. Yo creo que si hay una diferencia muy importante al respecto, de lo que columna significa”.

Roberto Salinas contestó sin pensarlo que es una presentación editorial de los hechos. Por lo que se le preguntó si podría llamársele columna.

Salinas contestó que “propia mente sí, de hecho hemos experimentado al tratar de llamarle columna al igual que la que yo escribo en el periódico que es de capital importancia, ya lo hemos contemplado, pero mucho depende de las circunstancias. Por ejemplo, un comentario del día, por obligación no es ya una columna predeterminada sino algo improvisado de acuerdo a los hechos del momento. Y no tanto una opinión editorial sino tratar de explicar cosas que parecerían sumamente ajenas. Pero yo lo llamaría más un comentario fijo, mas no necesariamente una columna, pero también se podría categorizar como una columna”.

Para el experimentado periodista Fidel Samaniego resultó ser algo muy curioso, ya que mencionó que la idea era ser “y de hecho me presentaban como analista político, pero desde mi punto de vista yo diría que más que analista es comentario político ¿no?, y dentro del comentario político, es no usar *pronter*”.

Explicó que generalmente varios de sus compañeros hacen su texto, lo van leyendo, y algunos otros meten gráficas. “Yo empecé hablando de cuestiones estrictamente políticas, de los políticos y de lo que dicen. Al trabajar me empecé a dar cuenta que había que pensar también como televidente, ya que el televidente no necesariamente está interesado en las declaraciones de los políticos, entonces yo diría que es un comentario político, pero no necesariamente de los políticos”.

Comentó que en ocasiones “yo hago un comentario, no siempre es político a veces cuento historias sobre los acontecimientos periodísticos”. Al igual que a Salinas se le cuestionó si podría llamarse columna a lo que realiza. Mencionó que en un principio lo presentaban como columnista político de *La Crónica*, porque en aquel tiempo trabajaba en el periódico *La Crónica de Hoy*.

Sin embargo, explicó que el hecho de llamarse columna responde a un criterio técnico, “el nombre mismo es la columna en el periódico, entonces ya no es una sola la columna, sino que sean dos o tres se llaman columnas. Así que cuando me presentan en la televisión no me podrían llamar columnista porque no escribo una columna, no existe la columna en televisión”.

Comentó que cuando se integró permanentemente al noticiero fue cuando lo presentaron como comentarista, "no me incomoda ni le presto mucha atención al nombre comentarista o analista. A veces puedo analizar, pero es más comentario, incluso se podría decir que a veces soy charlista político, platicador político, o sea le platico a la gente, por eso digo yo que ubico gente que está desayunando o se está rasurando, a la señora que está mandando a sus hijos a la escuela, o a quienes están en la cama y yo entonces les estoy platicando".

Arturo Damm considera que se presenta en la televisión fundamentalmente a comentar los hechos económicos, tratando de explicárselos a los televidentes. Damm explicó que no es una columna "es un comentario tal cual, un comentario hablado", explicó que sí se puede caracterizar como género de opinión aun cuando no es una columna propiamente. "Bueno yo creo que sí ¿no? Porque a final de cuentas lo que hago es dar mi opinión, yo le quitaría inclusive lo de género, es opinión, no es una columna porque no es escrita, no es un artículo, mucho menos un ensayo, es simple y sencillamente opinar frente a las cámaras sobre algún tema económico que considero es interesante para la gente o útil."

Como nos podemos dar cuenta cada uno de los opinadores tienen un concepto común en cuanto a lo que presentan en televisión. Todos ellos coinciden en que el género de opinión que presentan es simplemente un comentario de opinión. Explican que las razones por las cuales no se puede llamar columna o artículo o editorial, son que simplemente no es lo mismo presentar una opinión en el periódico, que en la televisión, ya que la opinión que se presenta no es escrita ni puede ser leída, simplemente es comentada, sin embargo no niegan que este comentario de opinión como lo llaman, pertenece a los géneros periodísticos de opinión. Y es por lo tanto, como lo mencionaron uno más de los géneros periodísticos de opinión, muy diferente a los que se presentan en el periódico y en el radio.

### 3.6. CARACTERÍSTICAS QUE DISTINGUEN A SU COMENTARIO

Luis Pazos "Bueno yo trataba de poner un toque de comunicación de complemento en el mensaje y de que la gente lo comprendiera, ésa era mi característica: comprender".

Leonardo Curzio "No caer en populismos, ni en tratar de ser simpático ni nada. Opino con la seriedad que creo los asuntos tienen".

Roberto Salinas "No sé. No he buscado un estilo personal, de hecho tengo que trabajar en eso. Es decir, personalizarlo, me gustaría que fuera identificado como una columna, quizá hasta musicalizarlo, o buscar un patrocinio. Yo he tratado de hacer mucho caso en lo visual, y no en el hablar. Explicar en términos muy cotidianos eso es lo que fundamentalmente he tratado de hacer, y muchas veces con muy poco éxito, pero ha sido un proceso de aprendizaje. Yo he visto comentarios míos de hace cuatro años y digo: Dios santo, esto ni para iluminados, estaba para la estratosfera. Esto es con los pies en la tierra."

Fidel Samaniego "Yo no entro en los cánones, porque no me acomodaba, hacer mi texto en el *profi*. Yo lo meto un día antes, elijo el tema, me hablan, les digo de que voy a hablar y sugiero cómo sean los gráficos, el vídeo. Pero en una ocasión se me ocurrió que el mejor gráfico era lo que yo iba a llevar. Hablé del problema del campo, y se me ocurrió llevar dos puños de frijoles, entonces se los mostré a Ana María Lomeli y a Ramón, les pregunté ¿Cuál es la diferencia? Entonces lo ven y responden: "no, no hay ninguna". Dije sí, que éste lo entregó el campesino y le pagaron 2.50 pesos, y éste lo recibí yo y pagué 35 pesos, y en ese tramo es donde se encarece".

"Luego saqué un ajo y dije, el Secretario de agricultura, que es un hombre millonario, se ha hecho millonario gracias al ajo, seguramente sabe del negocio, ojalá les dé el secreto a los campesinos y los recursos ¿no?. Y entonces, a partir de ese momento empecé a presentar ejemplos de ese tipo. A la siguiente semana, llevé una cobija para explicar lo que era el presupuesto y dije: bueno, el presupuesto es como esta cobija ya no crece es imposible que crezca, ¿Cuál es entonces el secreto de esto? A ver quien jala más y al jalar más voy a descobijar a otro".

"En otra ocasión fui con una máscara de pasamontañas. Y entonces hablé con el pasamontañas y dije: bueno que yo me lo quite no hay problema, que Marcos se lo quite sí, por esto, esto, esto. Y de hecho ahora me dicen qué traes, qué llevo, llevo algo más, para hacer un poco más cálido el comentario. Vamos es algo, no digo que yo haya sido innovador de eso en la televisión, es sólo una característica. Ahora que el estilo del comentario que yo hago en televisión, pues no sé si yo sea precursor, pero sí no he visto muchos que hicieran eso, aunque no creo que todos estén locos como yo, ja, ja ja".

"Los efectos de ello, los mido en la reacción de la gente, esa reacción cálida. Gente que dice: 'muy bien por lo que dijiste o de repente no me dicen, no me mencionan el comentario, sino que el gancho es: "y dónde dejó la vela", por un día que llevé una vela, o como el día que llevé dos toallas, toallas faciales, toallas, toallas, pero más chiquitas y les puse "EL y ELLA" ¿no? Y entonces dije que era mi regalo para Fox y Martha Sahagún. Y esa es una forma de identificarme".

Arturo Damm "creo que ninguno, más allá de llevar a mi persona, pero que haya pensado algún toque personal. Digo, los he de tener. No estoy conciente de cuáles sean, no es mi personalidad, pero así algo especial que yo haga no sé, jalarme la oreja o algún dicho, o llevar alguna corbata siempre color muy estridente, como las llevaba Pérez Estuar de Televisa, etcétera, etcétera, pues no".

Explicó que tal vez su manera de analizar las cosas. Ya que tiene una ventaja para el análisis económico en periodismo, que es profesor, entonces consideró que sabe explicar las cosas, "eso a mí me ha ayudado mucho, y luego como profesor tengo la ventaja que como periodista estoy muy bien informado, entonces eso me ha servido en las dos, en el periodismo sé explicar bien las cosas".

Como ejemplo, dijo que en sus clases de economía está muy informado de todo lo que pasa más allá de las cuestiones teóricas, y de lo que pasa en la realidad. “Yo creo que ese sería mi toque distintivo. Y otro punto, que me lo ha mencionado mucha gente; yo además de economista soy filósofo, entonces hay quien dice, “oye es que tú le das así como un tinte filosófico al análisis económico”, eso me lo ha dicho la gente, y sí es cierto, eso sí es cierto, pero bueno me salió natural. No es que yo lo buscara, no, así como que tratando de buscar una especie de distintivo de Arturo Damm, no”.

Confesó que para él lo más importante es que sabe explicar las cosas porque es profesor “ahora, yo digo que las sé explicar, porque hay muchos profesores que no solamente no saben explicar, sino que las enredan más, pero bueno en fin. Y por mi formación como filósofo puedo darle un enfoque distinto al análisis económico, un enfoque que va más allá de eso, un enfoque meramente tecnocrático, técnico, etcétera, etcétera, yo creo que esos dos serían”.

Uno comprensivo, otro serio, otro que quiere resaltar con elementos tecnológicos su espacio, otro que usa objetos como ejemplos para hacer entender la realidad, otro filósofo y explicativo. Todos tienen una característica que los distingue, ninguno es igual, es decir existe una variedad de expresión a pesar de que algunos coinciden en el tema que tratan. Tal vez esa podría ser una clasificación de los tipos de comentarios de opinión que se presentan en televisión.

### 3.7. LOS OBJETIVOS QUE BUSCAN

Sergio Sarmiento: “Mi trabajo en realidad, por lo que me pagan es por dar a conocer mi opinión. Y yo en lo personal quizá el promover determinado tipo de ideas y determinado tipo de comprensión de acontecimientos, acontecimientos que tienen lugar en nuestro país y en el mundo entero. Por supuesto explicarles no necesariamente lo fundamental, pero yo sí creo que genero una especie de controversia, evitar la controversia sería no tener más ideas”.

Luis Pazos: “Bueno, simplemente el objetivo fue crear conciencia de la naturaleza, y también de la causa de los problemas para que hubiera una opinión pública más informada en cuanto a lo que produce y en cuanto a las soluciones de los problemas, y no tan sólo de la existencia de los problemas”.

Leonardo Curzio: “Busco el despertar en las personas, respetarlas profundamente” no parte del supuesto del que parten los teóricos apocalípticos “como el señor Villamil, por ejemplo, que cree que la gente es poco menos que estúpida y que los que están en la tele se dedican a meterse a las mentes de la gente estúpida, manipularla. Yo parto del supuesto de que la gente es inteligente, que tiene una opinión razonablemente formada sobre ciertas cosas fundamentales del país, y lo único que hago al proponer un comentario es tratar de estimular el proceso reflexivo sobre lo que pasa en este país”.

Agregó que “finalmente cuando tú pones una opinión sobre la mesa, tú lo que haces es que el resto de los que están en la mesa se definan respecto a él. A lo mejor ese proceso no se da así tan: “-yo opino que está comida está espantosa” “-Pues yo opino otra cosa” “-No sé porque dice eso, es usted un impertinente, sí a mí me parece buenisima esta comida”.

“O podríamos mejorarla así, yo creo que el proceso de la opinión es exactamente como te lo describo, es un desencadenador de reflexiones en una sociedad no orientada, que no hace nada, y es tan útil generar un acuerdo sobre tu opinión como generar los acuerdos, porque hay reflexión y el ciudadano, por lo tanto, comenta ese tipo de cosas, yo creo que es muy importante eso”.

Roberto Salinas: “Transmitir en los términos más amenos y sencillos posibles, la información económica, financiera o política que estoy tratando en su momento”

Fidel Samaniego: “Para uno lo máximo es escribir. Esta carrera, para mí, es maravillosa, pero mi mayor expresión la encuentro escribiendo. Al hablar ante las cámaras trató de hablar como escribo. Hay algunos que dicen que a veces es más práctico, no sé, no lo ubicaría así. Yo busco comunicarme con la gente, busco desarrollar otra faceta en mi vida periodística. Sorprendente por el impacto que tiene, porque son 3 minutos a la semana y no es un programa de altísimo rating, sin embargo sí ubica a la gente, pero no es la fama propiamente lo que me llama”.

Arturo Damm: “Que la gente tenga los elementos para poder concluir lo que yo concluyo. Ahora me diría, pero que soberbio, usted quiere que la gente concluya lo que usted opine. Pues claro que sí porque yo estoy convencido de lo que digo. Yo no me siento frente a un micrófono, ni me siento a escribir un artículo, si no estoy convencido de lo que estoy diciendo, estoy convencido de que eso es lo correcto, si no sería terriblemente deshonesto de mi parte andar diciendo cosas en las que yo no creo, sería un hipócrita, y no lo soy”.

Recalcó que “Yo sí estoy convencido de todo lo que escribo y digo, y todo lo defiendo y lo trato de fundamentar lo mejor posible. Entonces mi ideal sería que la gente llegara por un proceso mental propio a las conclusiones a las que yo he llegado. Es decir, a mí no me gustaría que la gente dijera: “No, es que es lo correcto porque lo dijo Arturo Damm, no, es que es lo correcto porque es lo correcto, porque si se analiza así, así y asado llegas a esta conclusión, entonces es lo correcto ¿no?”.

El objetivo principal para todos en general es ayudar a que el público entienda de una forma más sencilla y en palabras comunes los problemas que van surgiendo en México y el resto del mundo, además de que se logre que ellos mismos, a partir de la explicación que se les ha dado en el comentario de opinión, lleguen a concluir y entender lo que sucede, para que con ello se ubiquen, y se orienten, y entiendan y analicen y concluyan ellos mismos sobre la situación en la que viven actualmente.

### 3.8. LA RELEVANCIA DE LA PRESENCIA DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN

La importancia que se le ha dado en estos momentos a los géneros periodísticos de opinión en la televisión es muy relevante. Este género lo integró a sus noticieros, como ya lo hemos mencionado anteriormente Televisión Azteca. Actualmente Televisa también presenta los comentarios. Esto trae como consecuencia, el reconocer que la opinión actualmente no sólo es necesaria, sino indispensable para los noticieros.

Los comentaristas también creen que es muy importante la presencia de estos géneros en la televisión. El también filósofo y periodista Sergio Sarmiento señaló que así como la gente busca los géneros de opinión en el periódico, también los busca en la televisión. "Tan es así que en realidad nosotros comenzamos con estos géneros y ahora en Televisa también tienen su sección de: En la opinión de...

Luis Pazos expresó que el hecho de tener géneros periodísticos de opinión en un noticiero es muy trascendente, ya que realza a la noticia y le da mayor presencia y profundidad. "Definitivamente le da profundidad y solidez a la noticia, porque la noticia es muy importante, pero es más importante el tener estos comentarios". Señaló también su molestia por quienes no han entendido la importancia de estos géneros. "En cuanto a estos comentarios hay quien no entendía que cuando había otras noticias lo desplazaban, es como si en un periódico se quitara la página editorial porque hay muchas noticias, eso debe ser permanente y debe ser parte de un noticiero".

Mencionó Pazos que la presencia de estos géneros concede al público el beneficio de que "se forme una opinión, que conozca las causas de los problemas y que puede opinar más racionalmente y menos sentimentalmente".

Por otro lado mencionó Leonardo Curzio que es fundamental. "Yo creo honradamente que la gente quiere, aprecia, valora, el que haya una persona que, de una manera muy abierta, diga: mire yo estoy opinando, o sea yo no estoy diciendo que esto sea así. Yo lo veo así". Explicó que la intención de comentar no es encaminar la opinión de los demás, pero que en muchas ocasiones la lectura sesgada de los hechos ayuda a ver cosas que no se habían visto, aunque sólo sea por proponer algo.

Ejemplificó lo siguiente: "Si yo te describo una silla y te digo que es de piel negra y que tiene tal, pues a lo mejor tú dices bueno está siendo objetivo. Si te digo que ¡la silla es espantosa!, bueno es su opinión yo no la veo tan fea. Es decir ayuda a desencadenar procesos reflexivos, no digo que orientemos, eso es una mentira que sólo un par de, digamos comentaristas adversos a la televisión, fundamentalmente algunos de periódicos, creen que los de la tele tenemos, una capacidad de influencia, que orientamos".



El Sociólogo Leonardo Curzio no cree que hasta el momento haya influido en nadie. "Lo que sí logro y creo es una cosa que tengo perfectamente clara, es que logro desencadenar en el auditorio, en la audiencia un proceso de reflexión, probablemente contrario a lo mío. Tú puedes tener una digamos reflexión a partir de ese momento de un hecho que te hubiera parecido intrascendente, pues que te describan algo, a partir de ese momento te dan una opinión, es decir se desencadena un proceso mental que yo creo es muy útil y que la televisión debe tener, porque la tele reduce mucho".

Explicó Leonardo Curzio que el problema de la televisión es reducir la capacidad de hablar de cuestiones complejas y abstractas, "entonces tú tienes que tener estímulos que a la gente, de alguna manera la muevan a tener cierta reflexión sobre lo que sucede, tener una opinión que es de ellos, mentira que uno pueda meterse a los huesos de la gente. Es decir, ¡Piense como yo digo!, eso, vamos, sólo se lo creen tres o cuatro de los apocalípticos que siguen creyendo que los medios de comunicación son el gran aborregador que tienen ese poder. Los medios son un espejo que deforma ciertamente, pero son un espejo de la realidad que la deforman, insisto, pero un espejo".

Roberto Salinas consideró que definitivamente es importante, porque enriquecen el debate. Expresó que "la televisión es por mucho el medio de la población masiva. Todos los medios son importantes pero, la televisión es el medio más observado en términos generales, entonces sí es importante el relatar y dar los hechos, es también importante interpretar los hechos. Por eso lo hemos dicho aquí, el reto es formar, informar y entretener. Y es un verdadero reto tratar de combinar esas tres características en el contexto de un noticiero, a veces nos va bien, a veces no, también hay variaciones, pero es un reto constante".

En cuanto a los beneficios que está teniendo el público con la presencia de estos géneros mencionó que "los pocos logros que hemos tenido con el público fue en las encuestas sumamente informales, donde hay mucha gente que agradece mucho la oportunidad de que se le explique algo en términos muy sencillos, sobre todo mío, por qué lo mío es económico-financiero yo no me meto en la política. Pero también hay reacciones muy viscerales y muy violentas y que expresan profundo descontento con lo que se está diciendo".

En tanto, Fidel Samaniego consideró que debe ser relevante que a la gente le interese, que le comunique algo "vamos se les dan las noticias, se les llena de imágenes, a veces es un bombardeo de información, yo creo que sí les hace falta en algún momento, alguien que comente las cosas ¿no?".

Mencionó que es un género que sí hace falta, que se está dando más en el radio. "Vamos a llamarlo un género. En el radio por ejemplo, vemos una confusión: por las mañanas encontramos cómicos en función de los comentaristas políticos, comentaristas políticos en funciones de cómicos, que se quieren hacer los chistosos. Predicadores, muchas veces se predica en el radio, pero no se comenta, ¿no?. En la televisión no se ve nada de eso o a veces

el mismo conductor, ahora los conductores se ciñen más a la conducción misma del noticiero no al comentario, entonces creo que sí viene bien este género”.

Por su parte, Arturo Damm declaró que sí es relevante sobre todo en la televisión. “Por qué sobre todo en la televisión, porque la información que hay en la televisión es una información muy rápida, muy fragmentada, muy centrada en la imagen y me parece que junto a la información tiene de ir algo relacionado, a mí me gusta llamarlo así, no sé si la palabra sea correcta, con la formación, no es lo mismo decir, el día de ayer el índice de precios y cotizaciones de la bolsa bajo tres por ciento, esta información es un dato objetivo, a explicar por qué paso y cuáles son las perspectivas con relación al comportamiento futuro, un futuro inmediato del índice de precios y cotizaciones de la bolsa, entonces yo sí creo que es muy, muy importante”.

Es por lo tanto importante que haya géneros de opinión en la televisión, todos los comentaristas estuvieron de acuerdo con ello, todos concluyeron en que es necesario que luego de darles un mundo de información a la gente es importante que se les de una explicación con términos más cotidianos, con lo cual se pueda explicar, y entender la noticia.

### 3.9. QUIÉN PRESENTA LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN

Así como en el periódico es de suma importancia saber quién forma el quipo de opinión, o en el radio, es entonces también importante dar a conocer quién tiene la responsabilidad de opinar sobre las noticias más importantes del día en la televisión.

Tan es así que, como lo mencionó Sergio Sarmiento, la competencia al ver el interés que surgió por conocer la opinión de un experto en el tema, inmediatamente integró una sección con características similares a lo que ya se estaba realizando en Televisión Azteca. “Creo que es evidente a diferencia de lo que se hacía en Televisa, no había este tipo de géneros en televisión, no había crítica, y a la gente le gustó tanto que Televisa tuvo que integrarlos a sus noticieros”.

Luis Pazos contestó que no es muy relevante para él, sin embargo hay quienes reconocen que su opinión fue la más trascendente durante su estancia en Televisión Azteca. “Bueno yo creo que no es importante, pero para mí ha sido un orgullo el haber participado como comentarista, es algo que me llena y el día de mañana que deje de ser diputado, pues espero regresar”.

Para Leonardo Curzio sería más importante que se le diera más promoción, una especie de anuncio, de que viene tal cosa. “Por ejemplo, Joaquín López Doriga, dice mucho para su *tiser* “y hoy tendré la opinión de no sé quien”. Yo creo que sí vale la pena, la gente, entre otras cosas, valora ese tipo de cortina. Finalmente es un elemento, un agregado. Es como la

ensalada tiene su botellita de aceite de oliva, la función del aceite no es suplir la lechuga. La información es información y la opinión debe tener su lugar”.

En tanto, Roberto Salinas consideró que es autoevidente, “ahora presentamos el comentario de Erick Guerrero. Sabemos que es el comentario de él, y que tal vez, Javier, Rosamaría o quien sea no están de acuerdo con el comentario de éste. De hecho se está presentando, y ahora el comentario de Roberto Salinas, y ahora tenemos a Sergio Sarmiento con su comentario Jaque Mate, se presentó como un espacio, como una columna, como un ejercicio editorial”.

Para Fidel Samanigo sí es importante, que se dé a saber, que todo el mundo se entere que Televisión Azteca ofrece ese género.

En cuanto al profesor de economía Arturo Damm contestó indiscutiblemente que sí es importante dar a conocer quien presenta la opinión y mencionó, “voy a sonar muy vanidoso, pero aquí hablé a título personal, no sé que opine Televisión Azteca de esto, porque yo todo lo que hago lo hago muy convencido, y si estoy convencido de lo que digo, si estoy convencido de que lo que estoy proponiendo puede ayudar a que la economía mexicana funcione mejor, pues claro que me interesa que un mayor número de gente se entere, sin duda alguna. Ahora me dirá, bueno, pero tal vez lo que importa es que se entere el Secretario de Hacienda o el Gobernador del Banco de México, bueno esos se enteran porque se enteran sí, pero yo creo que sí”.

Expresó que la pregunta fue muy interesante, ya que no se había puesto a pensar en que los comentaristas no pasan a la historia y explicó. “Cuando usted me preguntaba que si yo me considero un precursor de esto dije no sé, porque no sé quién estaba antes. Sé que no había, porque esto empezó con Televisión Azteca, digo para que nos hacemos guajes no había. Esto lo inició Televisión Azteca y desafortunadamente Televisa le está ganando la partida, bueno le ha ganado la partida, ahora que si reacciona Televisión Azteca...”.

Para algunos es importante, porque es algo que no se había dado en la televisión mexicana, para otros es más importante que se mejore la forma de presentar el comentario y para otros es más importante lo que se diga en el comentario, el mensaje que se da y como lo recibe la gente a quien va dirigido, sin embargo no descartan que es también importante que se les dé cierto reconocimiento, así como, lo hacen en los periódicos y en la radio.

### **3.10. DEFINICIÓN DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN**

Los géneros periodísticos de opinión están definidos únicamente para los medios escritos, cada uno de los teóricos explica, menciona, caracteriza, clasifica y define a este tipo de géneros, únicamente, para la prensa escrita, sin embargo, como lo mencionó uno de los

entrevistados, es importante considerar que este género ya está abarcando otros medios que tienen un mayor alcance, lo cual indica que ya se debe hablar de su presencia en todos los medios de comunicación, indiscutiblemente en el medio que estamos estudiando la televisión.

Es el caso del sociólogo, Leonardo Curzio: "Yo creo que el comentario político en televisión ya es un género periodístico. Yo creo que por su propio peso y dinámica existe ya el comentario radiofónico, la tertulia, la entrevista, como género clásico. Yo creo que la gente asocia más con la televisión la posibilidad de tener un señor que opine sobre ciertas cosas. Yo creo que ya se debe hablar del comentario de televisión que tiene una lógica muy diferente al de radio y al de prensa".

Hay quien establecería ciertas características que agregarían para determinar la diferencia de géneros de opinión para la televisión. Roberto Salinas señaló que le agregaría una modalidad diferente, ya que en la televisión se dicen las cosas en términos muy amenos y muy sencillos.

Explicó que "un vanidoso miembro del foro rojo va a decir ¡hay que simplista!, aunque puedo agarrar el mismo concepto y explicarlo en términos mucho más complicados, algo apto para digamos un artículo de una revista especializada, una revista académica, bueno pues ahí ya es otra cosa, o un artículo en la columna editorial del *Reforma*, bueno ya es otro auditorio. La radio también es diferente en ese sentido, uno escucha las mesas económicas, nadie entiende, quien les entiende, también hay que tratar de hacerlo más jocoso, más divertido incluso también en la televisión. Un programa como *La Entrevista con Sarmiento* está dirigido a un público de una diferente atención".

El columnista del periódico *El Universal*, Fidel Samaniego explicó que actualmente nos encontramos en un proceso de redefinición y "creo yo de readaptación, entonces esto que llamamos análisis o comentario o columna en televisión, pues habrá que definirse bien lo que se haga ¿no?. Más que la definición teórica, el ejercicio. Porque insisto a veces se comenta, a veces estamos leyendo algo escrito, lo estamos leyendo para la televisión inexpresivos, secos, leerle a la gente un cachito de mi columna nada más, no. No me llama".

En cuanto a sugerir algunas características de las definiciones mencionó que principalmente se busquen especialistas de los distintos ámbitos y "según la noticia importante del día se buscara ese especialista, que ese especialista le explicara a la gente le diera su opinión, sobre la información que le está llegando".

Por su parte, Arturo Damm recaló que los géneros de opinión se están dando, sin duda alguna, tanto en la radio como en la televisión. Explicó que en ocasiones cuando el tema lo amerita "trato de no repetir, pero si el tema es muy importante, el tema sobre el que escribo en mi columna es el tema que trato en mi comentario de la televisión. No estoy diciendo que lo que escribí en el periódico es lo que digo en la tele, o que lo leo, no. El tema que traté en la columna del periódico, es el tema que trato de comentar en la televisión si realmente es muy

importante. Entonces, yo sí creo que efectivamente se trata de un género de opinión, de un género periodístico, que sí hay género de opinión en radio y televisión, sin duda alguna”.

El integrar los géneros de opinión a la televisión va en contra de lo que está definido en los textos, sin embargo, los comentaristas han aceptado que es muy difícil evadir la presencia de éstos en la televisión, por lo tanto, mencionan que no es que deberían tomarlo en cuenta los teóricos, sino que es un hecho que deben redefinir los conceptos.

### 3.11. LOS BENEFICIOS PARA TELEVISIÓN AZTECA

Indiscutiblemente Televisión Azteca ha tenido un mayor beneficio, luego de agregar los géneros periodísticos de opinión en sus noticieros, ha obtenido un mayor rating y como mencionan mayor credibilidad y libertad de opinión, tan es así que Televisa, al ver los resultados integró este género a sus noticieros.

Lo anterior lo reitera Sergio Sarmiento quien cree que el beneficio principal es que se ha visto mayor interés por parte de la gente, para tratar de entender lo que pasa en la información. “El hecho está en que no solamente vemos que Televisión Azteca está usando éste género dentro de su información, sino también, Televisa”.

Leonardo Curzio brevemente contestó que el tener más credibilidad es lo único que ha beneficiado a la empresa de televisión.

Otro de los beneficios que considera Salinas ha tenido Televisión Azteca es “mucha controversia, me imagino. Ha reunido un grupo de comentaristas, en donde nos nutrimos uno con el otro de nuestros distintos puntos de vista, ha sido un aprendizaje muy importante”.

Uno más de los beneficios es el que mencionó el periodista Fidel Samaniego tener un sello propio, “un sello tan propio que después llega esta idea, de presentar todo lo que es un comentarista, incluso en Televisa, ha sido un atractivo para sus televidentes. Y yo creo que con una gran variedad”.

Para el economista Arturo Damm, tal vez el beneficio que se está dando es en números, contestó que no sabe si a la empresa de televisión le deja o no beneficios económicos, pero piensa que es probable que sí, explicó que “si no le dejara, ya nos hubieran corrido hace mucho tiempo, porque es un negocio y los negocios son así. Los números hablan. Entonces desde el momento en el cual no nos han corrido yo creo que no les ha ido tan mal ¿no?”.

Mencionó que otro de los posibles beneficios y tal vez el principal que ha tenido Televisión Azteca es la gran satisfacción, “insisto, de haber sido la televisora que abrió el espacio para los comentarios, para las opiniones, para la crítica, cuando Televisa estaba

cerradísima. Yo creo que esa fue la gran aportación de Televisión Azteca, en los últimos años a los medios de comunicación en materia de noticias”.

Definitivamente nos quedamos con lo que dijo Arturo Damm, más que otro beneficio, el simple hecho de abrir el espacio para los comentarios, para las opiniones, para la crítica, cuando Televisa no lo había hecho. Pero sobre todo que en los últimos años fue la aportación más importante que Televisión Azteca ha hecho a los medios de comunicación en materia de noticias: la apertura de espacios de opinión.

### 3.12. LA IMPORTANCIA DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN AZTECA

Esta importancia se refiere principalmente a respetar el espacio que se le ha otorgado o que se ha ganado diariamente en el noticiero, es decir que no es sustituido por otra información.

Mencionó Luis Pazos que en Televisión Azteca “hay quien no entendía que cuando había otras noticias lo desplazaban, es como si en un periódico se quitara la página editorial porque hay muchas noticias” y enfatizó que eso debe ser permanente de un noticiero.

En tanto, Leonardo Curzio contestó afirmativamente a la pregunta, mencionó que son fácilmente sustituidos por otra nota. “No sé si le den la importancia. Yo creo que en la televisión conforme avanza el tiempo, la gente que maneja el área de producción va ganando más terreno sobre la que maneja información o contenidos, es más importante entretener que informar”. Explicó que son más importantes las notas de segundo nivel informativo, “son extraordinariamente espectaculares, desde el punto de vista de las imágenes, y hacen que el comentario político sea desplazado”.

Expresó su desacuerdo ante lo que sucede con el comentario de opinión, “me parece que es uno de los problemas más importantes que tiene la televisión en México en materia informativa, pesa demasiado la opinión de productores y de gente que hace el show, en lugar de los que trabajan propiamente la información, es decir es más importante que sea divertido a que sea informativo. Que sea atractivo a que tenga el contenido”.

Mencionó que el problema se está extendiendo, inclusive al nivel escolar donde se empiezan a perfilar aquellos que van a las áreas de producción generalmente desestiman, incluso desprecian lo que es puramente periodístico. “De la misma forma a los periodistas se les olvida que están hablando para televisión, que las imágenes, el soporte fundamental del lenguaje de la televisión es la imagen”.

Propuso que para solucionar el problema es necesario que exista un gran diálogo, “yo creo que en unos años las empresas de televisión y en las carreras se van a empezar a generar

centauros de producción-información. Al productor le interesará la información, y no vivirá en otro mundo, sino que estará metido en lo que es la información”.

Roberto Salinas también aceptó que pueden ser sustituidos, pero explicó que ese es un debate permanente y que depende de lo que se quiere con las noticias. Mencionó que depende del comité editorial.

“La importancia del comentario depende de si se presenta el caso: “atraparon a Ariznendi”, pues el comentario editorial sobre finanzas sale sobrando. Adíós, lo dejamos para el momento que se preste, o se nos viene una tremenda crisis encima, bueno pues ahí el comentario sí es bastante relevante. Surge lo del 11 septiembre, bueno pues hay cobertura todo el día. Hay necesidad de checar cuáles van a ser las consecuencias en los bolsillo de las familias. Ahí, entonces, si se presta el comentario”.

Explicó que no es la noticia versus del comentario sino el comentario a veces es parte integral de la nota. “Se presenta la nota y después, bueno “y qué opina nuestro especialista de casa”. Así que en ese sentido yo sí creo que es indispensable, que se puede mejorar. Otro ejemplo es el 23 de marzo, 1994, asesinan a Luis Donaldo Colosio, pues toda la noche el noticiero está cubriendo lo que pasó, y tiene que surgir un comentario sobre cuáles serán las consecuencias políticas, si va a ver devaluación o no, después del asesinato de Colosio, en ese sentido si se vuelve una parte importante, sobre todo porque la gente busca no tan sólo que le presenten lo que pasó, sino qué tiene que hacer para prepararse ante los hechos”.

Fidel Samaniego, por su parte no cree que puedan ser sustituidos por otra nota, mencionó que en ocasiones hay quienes los consideraron similares a las entrevistas por los personajes que lleva, “entonces no sé si sean imprescindibles, pero creo cumplen una función, creo que están cumpliendo la función de los noticieros y el comentarista pues tiene una función y creo que a la gente le está llegando”.

El único que piensa que no se sustituyen los comentarios, es Arturo Damm insistió en que una cosa es la información tal cual, es decir, los datos duros, y otra cosa es el análisis de los datos, la opinión sobre los datos. “Muchas veces los datos, sobre todo en materia económica, así tal cual, a la gente, tal vez, no le dice nada, necesitamos a alguien que les explique, y eso es, por ejemplo, lo que yo hago”.

Comentó que aún cuando es necesario que se presente el comentario “a veces sucede que digan, “pues sabes que, hoy si ya no pasaste porque estamos muy colgados en el noticiero y tenemos que meter esta nota a fuerza porque desde el punto de vista informativo es más importante que tu comentario”, pero eso sucede muy de vez en cuando”. Recordó que en sus cuatro años que lleva como comentarista, le ha sucedido dos o tres veces por mucho.

“Me dicen: “Ahora sí discúlpamos, pero es que ya no pudiste pasar, porque se nos colgó el noticiero, porque la entrevista con fulanito de tal que estaba planeada para 10 minutos se

nos fue a 20 y hay que meter a fuerzas esta nota. Entonces discúlpanos nos vemos dentro de ocho días". Si me ha sucedido, en cuatro años me ha de haber sucedido dos, tres veces, a lo mucho, ni siquiera una por año. De cincuenta y dos veces que voy al año, que es semanalmente, pues prácticamente no es nada ¿no?".

Le mencionamos durante la entrevista la posibilidad de adaptar su comentario a la nota más importante del día en lugar de excluirla, es decir opinar sobre algo del momento. Respondió que podría ser, sin embargo explicó que hay un problema: la imagen.

"Es decir ahí en Televisión Azteca hay una política, que dice que todos los comentarios tienen que estar apoyados por la imagen. En mi caso muchas veces las imágenes son números, gráficas, tablas, de cosas de economía. Entonces cambiar eso cinco minutos antes es imposible. Por ejemplo, yo en media hora más me voy a poner a hacer mis gráficos para mi comentario de mañana y se los tengo que mandar antes de la siete u ocho de la noche".

Indiscutiblemente al comentario de opinión aún no se le ha dado la importancia que debería, ya que como lo mencionan todos los entrevistados es sustituido sin más, por otra información. Tal vez, como lo mencionaba Leonardo Curzio, sin trascendencia. O porque no es el caso de la noticia más importante del momento, como lo mencionó Roberto Salinas, sin embargo, está Fidel Samaniego quien cree que no es posible que sea sustituido, porque está cumpliendo la función que se le ha designado, en tanto Arturo Damm, mencionó que no se puede sustituir.

Sin embargo, aceptó la exclusión, al justificar que existe la posibilidad de que por circunstancias ajenas, como falta de tiempo o la diferencia de tema, no presente el comentario y se disculpen diciendo, nos vemos dentro de ocho días. Lo cual quiere decir que si ha sucedido o sucede esa exclusión del noticiero. Y lo reitera Luis Pazos, quien dice que hay quienes no entendían que cuando había otras noticias desplazaban al comentario y pone un ejemplo muy importante: es como si en un periódico se quitara la página editorial, porque hay muchas noticias, entonces reitera que estos comentarios deben ser permanentes y parte de un noticiero, ya que en estos momentos, la opinión es aún más importante que la misma información.

### 3.13. UN PERIODISMO MÁS COMPLETO

A pesar de que en los noticieros Hechos de Televisión Azteca no le han dado la importancia que debería a los géneros de opinión, el hecho de presentarlos en el noticiero ha marcado una diferencia entre los demás noticieros una de ellas realizar un periodismo más completo, porque incluyen todos los géneros periodísticos.

Sergio Sarmiento está de acuerdo con que Televisión Azteca realiza un periodismo más completo, pero sobre todo que tenga un periodismo de opinión. "Es muy importante que



quiera separar la opinión del conductor, de la opinión del comentario. Anteriormente lo que se hacía era que el conductor leía una noticia, por ejemplo daba la noticia y entonces daba por terminada la nota con su comentario o reflexión. Entonces se propuso que lo más importante es separar la noticia del comentario y eso es lo que estamos presentando actualmente”.

Luis Pazos por su parte mencionó que definitivamente sí está realizando un periodismo más completa y señaló que la prueba de ello es que “otras televisoras han también empezado con este género de discusiones”.

Por otro lado, explicó, el conductor del noticiero enfoque, Leonardo Curzio que el periodismo que realiza Televisión Azteca es completo cuando lo realiza. “Hay días que no, que yo siento que no queda completo. Es decir no es un producto homogéneo, yo te puedo hablar de Hechos de la Noche, que es donde yo he trabajado, no es un digamos, un producto completo que siempre tenga información, opinión, entrevista, etcétera”.

Declaró Curzio que es hasta cierto punto un noticiero amorfo. Comentó, además su inconformidad con la estructura del noticiero, “El noticiero muchos días no tiene entrevista, muchos días no tiene, no cultiva de manera sistemática todos los géneros periodísticos. Yo creo que ahí sí hay un trabajo que hacer. Yo homologaría más, ofrecería más, sin que se vuelva perfectamente predecible el noticiero, trataría de ofrecer más géneros periodísticos, que el *full track* y la lectura de noticias simples, con la esporádica presencia de un comentarista”.

El director general de Estrategia Económica de Televisión Azteca Roberto Salinas contestó muy seguro de que la empresa en la que labora sí está haciendo un periodismo más completo “por lo menos un periodismo mucho más divertido, pero ciertamente más completo. Ahora sí eso implica que hay una tendencia editorial, pues yo diría que una cosa es el hecho independiente de la realidad y otra cosa es la observancia o la percepción del hecho, necesariamente implica una interpretación, necesariamente implica en nosotros, proyectar nuestras circunstancias y nuestros valores, nuestra forma de vida ante la presentación de los hechos. No podemos decir que el reportaje y las noticias es igual a un teorema matemático”.

Ejemplificó lo anterior con los pasados acontecimientos del 11 de septiembre, cuáles fueron las consecuencias económicas de los actos terroristas. Mencionó que necesariamente implica una proyección editorial una interpretación de lo que está sucediendo, “obviamente hay interpretaciones y algunos de nosotros favorecemos ciertas interpretaciones sobre ciertas otras. De eso se trata y eso a veces se presta a que se está editorializando el hecho. Pero la vida cotidiana es mucho más rica de lo que pensamos, es un drama, y tratar de reportar el drama, creo que es mucho más interesante que presentar cuadritos estáticos de lo que está pasando”.

Para el columnista de *El Universal*, Fidel Samaniego, se está presentando algo más completo. “Siento que sí, ¿no?, un ejemplo de innovación son Los Peluches, el humorismo que tienen, la función del cartón político en los periódicos, y en la televisión es como el cartón, es el humorismo. Antes estaba la rima de Tacho con Jacobo. Ahora Televisión Azteca es la que

ha agrupado todo esto, digamos el humorismo hace lo que hace un cartón, nosotros hacemos como que los columnistas ¿no?”.

En tanto, el economista Arturo Damm cree que si realiza un trabajo más completo. Aún cuando confesó que no ve televisión, y que en realidad no sabe como está Televisión Azteca con respecto a la competencia.

“Si a caso me tardó 15 minutos los miércoles en la mañana, voy hacer mi comentario y me voy. Pero, sí me consta que cuando empezó Televisión Azteca si empezó ha abrir espacios que en la televisión no estaban abiertos, eso sin duda alguna. Insisto el tema de la caricatura política en los noticieros, con los Peluches, sin duda alguna ¿no?. Había metido a gente muy crítica, crítica en contra del gobierno como podría ser el caso de un Luis Pazos. Eso también fue algo que no se daba en la televisión de México, y eso obligó a que la competencia también empezara ha abrir sus espacios”.

Comentó que pensar que en Televisa hace 10 años iban a decir las cosas que dicen hoy en día , y que las iban a decir quienes las dicen hoy en día en Televisa. Por ejemplo, un Carlos Monsiváis, “digo, impensable no, que esté Carlos Monsiváis opinando en Televisa ¿no?, y que bueno, que bueno, entre más apertura mejor”.

La mayoría de los comentaristas entrevistados coincidieron que en Televisión Azteca ya se realiza un periodismo más completo, ya que mencionaron que la empresa se preocupó principalmente por separar la noticia del comentario, de presentar algo innovador en la televisión, pero sobre todo que abrió espacios de polémica que años atrás no había. Mencionaron que la prueba de ello es que otras empresas también han iniciado con este género. Sin embargo, para Leonardo Curzio el periodismo que se presenta en el noticiero Hechos aún no es muy completo, ya que, mencionó que es en ocasiones cuando presentan todos los géneros en su noticiero, y por lo tanto, le hace falta cultivar todos los géneros.

### 3.14. OTRO NIVEL INFORMATIVO

Se habla de otro nivel informativo porque la opinión siempre ha sido la información más limitada en el periodismo, anteriormente la opinión sólo se presentaba en los periódicos y sólo algunos periodistas o expertos reconocidos o personajes importantes podían presentar su opinión. Actualmente en los medios electrónicos, específicamente en la televisión, se presenta la opinión de gente que conoce los diversos campos de interés público. Lo cual, significa que el hecho de presentar abiertamente el punto de vista de otras personas, ante un medio tan masivo como es la televisión representa una distinción muy destacada entre las demás empresas y por lo tanto, un nivel de información mayor.

Los comentaristas de Televisión Azteca mencionaron al respecto que la empresa efectivamente ya trascendió a otro nivel informativo.

“El comentario de opinión es imprescindible en televisión y ya se realiza directamente para la televisión” Sergio Sarmiento.

“Así es, yo creo que implica mayor madurez, mayor profundidad en la información y la información de Opinión porque la finalidad de un noticiero no es tan solo informar, sino también formar opiniones”: Luis Pazos.

“Ha sido muy inestable el tratamiento informativo de Televisión Azteca. Hay momentos en los que se le ha dado una importancia capital a cierta tipo de información. Los géneros, concretamente el de opinión que es lo que yo hago, creo que ha sido muy ponderado en ciertos momentos, de estos años, es un periodo ya muy largo. Y hay otras épocas en las cuales empieza el dominio de los productores, donde creen ellos que la imagen es lo único importante, la espectacularidad del noticiero. Esto que llaman algunos el “infoentretenimiento”. Que evidentemente no se lleva demasiado bien con un señor que sale a opinar, a reflexionar”: Leonardo Curzio.

Agregó Curzio que ha sido muy inestable. Hay periodos de gran presencia. “Yo creo que Televisión Azteca no ha tenido, en ese sentido una trayectoria lineal. Ha tenido una trayectoria un poquito zigzagueante, pero ahí va. Televisa en su momento y mucho tiempo después incorporó la opinión de muchos especialistas, como un elemento que enriquece su noticiero. Yo creo que ha Televisión Azteca le ha faltado, en estos momentos, agresividad para presentar con mayor vigor aquello que fue una innovación respecto a Televisa, no es que antes no lo haya hecho alguien, pero respecto a los noticieros largos de canal 2 no existía tal cosa”.

“Es otra modalidad de información. Una forma diferente de presentar lo que está sucediendo en México y en el mundo”: Roberto Salinas.

“Yo siento que Televisión Azteca, así como Televisa, y como muchas televisoras están en un momento de transición. Porque a pesar de que cuentan con todos los elementos técnicos se continúa realizando una televisión muy antigua, se sigue leyendo el periódico para la televisión. El reportero en *off* lee la nota muy descontextualizada, muy fragmentada. Pero como es parte de una evolución que se está teniendo, yo siento que, Televisión Azteca, quizá con menos elementos técnicos llegó en algún momento innovando, lo cual obligó a Televisa a incorporar esta información que hacía falta”: Fidel Samaniego.

“Yo creo que sí, yo creo que sí se dio un salto y se dio un salto importante, pero falta todavía dar muchos saltos, y no tanto porque sea Televisión Azteca, sino por el mismo medio que es la televisión. Desafortunadamente o afortunadamente, como se le vea, la televisión es antes que otra cosa imagen. En la televisión hay que estar apegado a la imagen, no tanto en los comentarios. Pero en términos generales un noticiero de televisión es imagen. Y muchas veces lo que el conductor del noticiero hace es contarnos lo que estamos viendo en la imagen. Muchas veces lo que el conductor dice sale sobrando”: Arturo Damín.

Dijo que en ese sentido, la televisión es un medio muy importante para transmitir determinados eventos en vivo y en directo. Mencionó que la televisión tiene una enorme ventaja, sobre los medios impresos ya que es necesario esperar al día siguiente para enterarnos de lo que pasó el día de ayer. "En ese sentido creo que es la gran ventaja de la televisión, pero precisamente por estar tan apegada a la imagen, la televisión se ha centrado, al menos en los espacios estrictamente noticiosos, a la información. Para el análisis y el debate, si bien ya se han abierto espacios como podría ser el conjunto de analistas que tiene Televisión Azteca, falta. Pero me parece que es más por el medio ¿no?, es decir, estar apegado a la imagen, lo cual limita mucho".

"Implica mayor madurez, mayor profundidad, es una modalidad, una forma diferente, es un momento de transición y es un gran salto, en la información, pero todavía falta". Son las palabras destacadas que cada uno de los comentaristas de Televisión Azteca mencionaron en sus respuestas, lo cual quiere decir que todavía no están muy convencidos de que se ha logrado evolucionar completamente a otros campos de la información. Sin embargo, consideran que su trascendencia no ha sido completa, pero han avanzado poco a poco, y un ejemplo de ello es la innovación de los géneros de opinión en los noticieros largos de televisión.

### 3.15. LA PRESENCIA DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN TELEVISIÓN Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Leonardo Curzio consideró que hay libertad de expresión. Pero que la libertad de expresión tiene más que ver con la posibilidad de manejar ciertas informaciones, que con la posibilidad de tener alguien que opine, "porque ellos siempre han estado en periódicos, en revistas, y en última instancia si le apuras puede haber los que no sean necesariamente incómodos al régimen. Yo creo que la diferencia es el tratamiento de ciertas informaciones. Los opinadores ya estaban ahí desde antes y podían hacerlo ¿no?. Obviamente no se vivía el clima de libertad de expresión que se vive hoy".

Sin embargo, confesó que a pesar del clima de libertad de expresión que se da actualmente, ha sido censurado en dos ocasiones: "me prohibieron hablar de algo y de alguien. Se debió a una valoración que hizo en su momento el vicepresidente de noticias, sobre un acuerdo que él había tenido con un personaje político y no tenía que ver con la información sensible, si lo quieres saber, tenía que ver con el tratamiento de un asunto bastante trivial, un asunto de unas elecciones vecinales y el entonces jefe de gobierno de la ciudad, pidió que no se diera un tratamiento negativo de ciertas cosas. Yo opinaba muy negativamente, y mi comentario fue sacado del aire. Pero tenía que ver más con una presión directa a la empresa o de la empresa, que no fue, que una percepción del vicepresidente de noticias en ese momento".

Fidel Samaniego respondió que no hay una mayor expresión, pero si hay la libertad "ahora en la televisión se está viendo a lo mejor más, mucho más, mucha más libertad de

expresión sí hay más, sí la hay, vamos. Yo el martes estaba de algún modo criticando, no pintorreándome, pero sí, del presidente, estaba criticando que estuviera del otro lado del mar hablando de cosas de la ciudad que puede decir acá, un poco jugando con lo de las botas de charol, etcétera. Son muy distintos los marcos que se han dado en tiempo en televisión, a noche en un programa de Televisa estaba Brozo, entonces sí están cambiando las cosas”.

Cuestionó Samaniego que no fue el cambio de gobierno lo que marcó la apertura que se dio a la opinión en televisión. “Mmm, pero no yo no lo ubicaría así, yo no siento que sería un gran mérito de abrir las puertas, no había Zedillo de peluche no permitía que hubiera máscara, no fue una concesión graciosa, pero la crítica se va haciendo desde la época de Salinas o desde antes en otros medios, en prensa”.

Explicó Fidel Samaniego que Televisión Azteca, por su parte “es la televisora que cuida sus intereses y le interesa que estén más alineados, más cómodos. Lo cierto es que yo no puedo decir que fue a partir del cambio del foxismo, porque no lo fue, aunque sí vemos cosas distintas como que ya hay un personaje de Fox de peluche y una Martha Sahagún ¿no?. Hay más posibilidades de criticarlos. Ahora la otra parte, la del chacoteo, él mismo la hizo al estar imitando a Ponchito o incluso a cantar ¿no?, es cuestión de él”.

Arturo Damm consideró que hay mayor libertad de expresión “sin duda alguna. Inclusive muchas veces se ha vuelto libertinaje, tan es así, que actualmente, el gran tema en los medios, sobre todo en los electrónicos, y en concreto en la radio es la autocensura. Pero hay que analizar muy bien lo que se está diciendo, porque muchas veces decimos unas cosas enormes de algo que no lo es”.

Mencionó el economista que hay que ser más serios “yo creo que falta seriedad, hay que ser más objetivos, hay que esforzarse por hacer un trabajo periodístico mucho más profesional. Ahora formar ese tipo de periodistas lleva mucho tiempo, no le puedes pedir peras al olmo. Y se van formando en la labor diaria, también es cierto, pero en fin. Hay que hacer un trabajo mucho más serio en el periodismo, dejarnos de estar promoviendo las frivolidades”.

Indicó que como ejemplo de la libertad de expresión que se está dando en la televisión está la opinión que se da en Televisión Azteca, donde “ha sido libérrima, yo me siento frente al micrófono y nadie sabe lo que voy a decir, obvio saben el tema porque les mandó los gráficos y treinta segundos antes Ana María o Ramón Fregoso, “oye cuál es el tema de hoy” para darme entrada, pero nunca, nunca me han censurado, ni antes ni después. Porque podría ser que después, “oye ahora sí te mandaste”, jamás, jamás, jamás. Y lo mismo en la radio, en el radio igual”.

Sin embargo, mencionó que el riesgo de dar una opinión es el mismo en todos los medios. Pero, apuntó que es mayor en los electrónicos “sin duda alguna. Por qué, porque tiene una mayor penetración. Ahora lo creo, porque llevo escribiendo desde 1984 y en los medios electrónicos desde 1989. Y nunca, nunca he sido objeto de un acto de censura por parte de

nadie. Cuando digo algo, por ejemplo, con lo cual no está de acuerdo, la Secretaría de Hacienda o el Banco de México, inclusive la misma Presidencia de la República, me invitan a comer, y discutimos. Me parece que tienen todo el derecho de hacerlo, y uno tiene la obligación de responder a esas invitaciones ¿no?”.

Recalcó que jamás lo han limitado, “a veces me he equivocado, sin duda alguna y por principio lo que hago es que a la siguiente oportunidad de salir al aire, o en el periódico lo reconozco. Pero yo creo que hoy ya no hay eso. Hoy en la radio se dice cada cosa, en la tele también se dice cada cosa, que yo creo que se arriesga, además ya no se puede echar marcha atrás, ya no se puede volver a los tiempos en los cuales, había ocasiones en que uno tenía sentado junto al micrófono a un interventor de la Secretaría de Gobernación, para que no se dijeran tales cosas, a eso ya no se puede volver”.

### 3.16. EL FUTURO DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN

Es importante saber cuál es la perspectiva que tienen los comentaristas, del futuro que les depara a los géneros de opinión en la televisión. Ya que ellos son, además de comentaristas, analistas de acontecimientos que pasan en México y de las consecuencias que tiene cada uno de los sucesos.

El comentarista principal de Televisión Azteca, Sergio Sarmiento comentó que el futuro va a depender de que se logre lo planeado. Mencionó que lo que se busca en realidad es darle contexto a la información “de manera que la información no se presente nada más al vacío sino que la gente pueda tener una fuerte idea de la realidad, de cuál es el contexto que se desarrolla de la información”

Luis Pazos consideró que se van a ir consolidando “en la medida que haya gente seria, gente confiable, gente que no engañe al auditorio, creo que este género va a ser prioritario y va a diferenciar los noticieros serios de los simples noticieros que dan a conocer hechos”.

Leonardo Curzio cree que le espera un gran futuro. Y expresó que “en México tenemos un miedo terrible a eso y cada vez avanzamos más. Yo creo que la gente quiere opinión. Mi experiencia radiofónica indica que la gente quiere escuchar opiniones, para discrepar incluso, quiere oír posicionamientos sobre ciertas cosas. Yo creo que es un tema que hay que explotar mucho más. Había miedo en México por la censura y todo eso, pero yo creo que se debe estimular mucho más”.

Para el comentarista económico de Hechos de la tarde, Roberto Salinas, los géneros de opinión se van a convertir en una parte importante de la información, van a tener mayor presencia y mayor frecuencia. “De hecho ya la competencia los está utilizando, incluso, a un nivel más formal que nosotros. Y no tan sólo aquí en México, también se observa en muchísimas otras regiones del mundo, en Brasil, ¡qué brutos! es ya toda una institución, en

Francia ni se diga ya son programas de una hora, no comentarios de un minuto, eso es otra cosa, si no se puede decir en un minuto y medio, no sirve, es una alta concentración de información en una verdadera cápsula informativa”.

Por su parte, el columnista Fidel Samaniego contestó que es muy impredecible lo que ocurre en la televisión. “Hay programas exclusivamente dedicados a la opinión, pero no son programas de muy alto rating, lo ve una minoría. No tienen un alto rating. Yo creo que puede tener un futuro dentro de los noticieros y quizá en algún momento pensarse en programas específicamente de comentario para la gente, pero que sean ágiles ¿no?”.

Sin embargo, mencionó que la televisión por ser negocio no puede perder, “la venta se mide por el rating, pero si no pasa un rating de 4.5 no tiene mayor futuro. Yo creo que sí hay interés y ha continuado adelante la apertura en los comentarios. Yo debo decirte que en los 4 años jamás me han censurado un comentario, jamás me han pedido que no diga algo y estoy hablando de 4 años, desde los 3 últimos años del gobierno priísta. Yo siento que puede tener futuro, por qué, porque insisto, a la gente le harta menos eso, o le puede llamar más la atención, como que nos hartan cuando repiten mucho una información, no creo que canse en la medida en que tú trates de innovar y de llevar comentarios que le interese saber a la gente”.

Para el profesor de economía Arturo Damm la innovación de Televisión Azteca “va a seguir creciendo en la medida en que el televidente de noticias se vuelva más exigente, y busque algo más que la presentación de los hechos. Yo creo que, tal vez no llegue a ser algo masivo o tal vez no se llegue a tener la audiencia que pueda tener un Gente con Chispa, pero tampoco necesitas 80 millones de mexicanos viéndote. Bueno ojalá y así fuera, porque querría decir que el nivel cultural, el nivel de interés, el nivel de educación ha aumentado mucho, pero con que tengas un televidente fiel es ganancia”.

Explicó también que la televisión es un problema por que hay que hacerla para millones “porque si no, no deja. Pero yo insisto, a mí me parece, que muchas veces las televisoras han subestimado al televidente en el área de noticias. Nosotros en Televisión Azteca si hemos tenido discusiones, digámoslo así, los que opinamos con los productores de los noticieros, porque consideran que en cuanto sale la persona que va a opinar, la gente le cambia de canal porque no le interesa, pero eso es ya tener una visión muy minusvalorada del televidente, si hay un televidente que está viendo, está recibiendo los hechos, pues el complemento hasta cierto punto lógico, es la opinión de alguien que le ayude a explicarse esos hechos”.

Consideró que más allá de los hechos, hay que explicar, llevar a alguien que explique, no conformarse nada más con los hechos, eso es necesario, pues es periodismo de análisis, de estudio, de opinión, de discusión, que es muy rico y puede ser muy atractivo, insisto, no para los 80 millones de mexicanos que pudieran interesarse en eso suponiendo que los otros 20 millones de plano por edad no les interesa porque son muy niños, pero si hay un grupo de televidentes para ese tipo de programas, y que los hay, que mal que bien ahí están los programas ¿no?”.

El futuro de los géneros periodísticos de opinión es muy impredecible como lo mencionó Fidel Samaniego, sin embargo, consideró junto con los demás comentaristas que seguramente tendrá un futuro prometedor en la televisión, por qué se van a ir consolidando en la medida en que la gente ya no se conforme sólo con información, y entonces va a formar parte de la información como algo esencial, y como lo visualiza Luis Pazos se va a convertir en un género prioritario para los noticieros, lo cual va a diferenciar a los noticieros serios de los simples noticieros que sólo presentan los hechos.



## CONCLUSIONES

Y como todo principio tiene un fin, este trabajo de investigación ha terminado, sin embargo, el tema no se queda ahí, aún tiene muchos puntos de los cuales pueden surgir más investigaciones, porque esta innovación de los géneros periodísticos de opinión en la televisión apenas está en un proceso de evolución. Tal y como lo afirmaron los comentaristas de Televisión Azteca, "el comentario en televisión ya es un género periodístico como tal, por lo que ya se debe hablar de éste".

Como nos dimos cuenta los géneros periodísticos de opinión son, desde el punto de vista histórico, la primera forma de realización del periodismo, y a pesar de ello, no han evolucionado lo suficiente, no se le ha dado el lugar que le corresponde en todas las formas del quehacer periodístico (prensa, radio y televisión).

En la prensa, los géneros de opinión se han preservado aún a costa del surgimiento de las nuevas formas de presentar la información. Y el autor José Luis Martínez Albertos en *Curso General de Redacción Periodística* lo señala al mencionar la existencia de dos niveles de información en el periodismo; el primer nivel lo ocupa la información que, actualmente, está acaparado por el periodismo electrónico, la radio y la televisión, en tanto el primer medio de comunicación, la prensa se encuentra en el segundo nivel donde a la información se le incorporan elementos valorativos que aportan una opinión.

Es decir que no sólo la prensa ha pasado a un segundo nivel, sino también la forma de presentar la información. En este aspecto, lo que no es justificable es que la información no ha ido evolucionando a la par en sus formas de expresión. En lo que se refiere a lo informativo, no cabe la menor duda de que se siguen buscando nuevos elementos para presentar la información, tan es así que en la última etapa del periodismo, lo informativo continuó siendo lo más importante, es decir lo informativo es lo principal y muy temerosamente, le agregan una pizca de opinión, llamándole periodismo de explicación. Esta forma de hacer periodismo es a la que más recurren los medios electrónicos, porque presenta la información de manera atractiva.

No obstante, la presentación de los géneros de opinión, como ya lo habíamos mencionado, no se aparta de ninguna manera del periodismo escrito, pero su evolución en los medios electrónicos se ha retrasado, principalmente en la televisión mexicana. Tal vez, el motivo se debe a que el hecho de presentar opinión representa un riesgo. Anteriormente la prensa desplegaba la opinión del columnista, articulista y por supuesto el editorial, pero cada uno bajo la responsabilidad del medio y algunos bajo el nombre del responsable de dicha opinión.

Sin embargo, a pesar de estos riesgos, tanto los medios, como los opinadores, poco a poco se han ido revelando y prueba de ello es que hay una mayor apertura y difusión de la opinión en los medios. En la radio ya se presentan, en los noticieros y programas informativos,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

espacios exclusivos para dar a conocer el punto de vista del columnista, articulista o del encargado del editorial del noticiero.

Es importante reconocer que actualmente hay una mayor apertura para presentar opinión en todos los medios de comunicación; en la radio se presentan personajes de renombre o expertos en el tema, escuchamos su voz, pero sobre todo conocemos la forma de expresar su opinión. Estos elementos han marcado una diferencia entre estos medios, ya que en el periódico no se conoce, el tono de voz, ni su rostro, aunque actualmente ya se publica, en algunos periódicos, al lado de la columna, el artículo y el editorial, la fotografía del creador del texto, su correo electrónico y hasta su página de Internet.

En tanto, en la televisión todos estos elementos se combinan y se presentan, vemos el rostro de quien opina, su tono de voz y la forma de expresión, lo cual supera a los demás. A pesar de ello se ha retrasado en este género de opinión -hablando exclusivamente de México-. La televisión se ha preocupado por trascender en todos los aspectos tecnológicos, pero tiene un problema que aún no ha resuelto, la falta de tiempo. Este inconveniente ha provocado que se tengan que excluir los espacios que le pertenecen a la opinión, ámbitos que deberían ser tan importantes como los que se le dan a todos los géneros informativos.

Esta carencia de difusión de los géneros de opinión en los noticieros largos de televisión, se ve compensada con el surgimiento del noticiero Hechos de Televisión Azteca en 1994, que decidió innovar con estos géneros de opinión. Algo que no se había visto en la historia de la televisión mexicana.

La opinión, por supuesto siempre se ha presentado en la televisión mexicana, sólo que se mostraba de manera aislada en espacios ajenos a un noticiero o se dejaba a cargo del conductor, quien además de ser responsable de la emisión televisiva del espacio noticioso y de dar a conocer la información del momento, también tenía el compromiso de analizar y comentar la noticia del día, es decir tenía que ser, conductor, reportero, analista y comentarista. Otro ejemplo es cuando surgía un hecho de mucha trascendencia en el país, en ese momento se presentaba un experto en el tema daba la opinión sobre lo sucedido y según la noticia proporcionaba el pronóstico de lo que pasaría en el país o en el mundo, pero sobre todo explicaba en qué afectaba directamente el problema a la población mexicana.

Y al siguiente día de la noticia trascendente, sólo si continuaba el problema o tenía mucha importancia el tema, se presentaba nuevamente un especialista o dos, o se preparaba una mesa de debate en el noticiero, para discutir el hecho. Agotado el tema, como todas las noticias pasaba a un segundo término, por lo tanto, ya no se presentaba a ningún experto para dar su punto de vista sobre otros temas, a menos que como lo había dicho antes, tuvieran una importancia mayor.

Al parecer hubo alguien, algunos de los entrevistados señalan a Ricardo Salinas Pliego, dueño de Televisión Azteca, como la persona que persiguió, "que tuvo ganas de innovar con la presencia de los géneros de opinión en la televisión y de que se criticara lo que hay que

criticar". Al presentar de manera permanente en sus tres emisiones del noticiero Hechos, la opinión de concedores en temas políticos y económicos, como son: Javier Bonilla, Fidel Samaniego, Arturo Damm, Roberto Salinas, Sergio Samiento, Erick Guerrero, Luis Pazos y Leonardo Curzio. Éste es uno de los puntos que podemos mencionar de trascendencia en el trabajo, el reconocimiento de las primeras personas que opinan de manera permanente en un noticiero largo de la televisión mexicana.

Esta innovación en la televisión mexicana es muy importante ya que un noticiero es como un periódico, pero hablado, por lo tanto debe contener todos los géneros periodísticos. Sin embargo, es importante remarcar que los noticieros de televisión en México no le han dado el interés que debiera a los géneros, principalmente los de opinión, y tal vez debido a esa falta de interés no existen las definiciones que digan cómo se deben realizar este tipo de géneros periodísticos para la televisión, es por ello que se ha tenido que retomar cada uno de los conceptos que definen estos géneros para la prensa escrita.

Y es a partir de estas definiciones que se realiza una simple transcripción y adaptación de la forma de mostrar la información en prensa, para presentarla en la televisión, pero como en este medio lo más importante es el tiempo, el contenido debe ser más breve y más atractivo, donde además el lenguaje principal son las imágenes de los hechos más trascendentales y en el momento en que están sucediendo.

Es necesario aclarar que por la falta de fundamentos teóricos sobre los géneros de opinión en televisión fue importante basarse en las definiciones teóricas de los géneros de opinión para la prensa, para poder crear un sustento teórico de la investigación, pero sobre todo fue la base para poder identificar a partir de estos conceptos los géneros de opinión existentes en los noticieros de la televisión mexicana. Este punto podría ser tema para tesis de maestría, en ese trabajo el objetivo sería crear la base teórica de los géneros periodísticos de opinión en televisión.

En cuanto a los antecedentes de la televisora que es Televisión Azteca nos dimos cuenta que desde sus inicios se vio involucrada en muchos problemas internos, al principio con sus trabajadores, luego con Televisa, este conflicto se convirtió en la llamada guerra de las televisoras. Tuvo muchos logros a lo largo de siete años, obtuvo derechos de transmisión, contactos con cadenas extranjeras de televisión, se expandió por toda la república, presentó crisis económica, transmitió nuevas formas de programación, innovó, también, en los tramas de telenovelas. Ricardo Salinas Pliego se ve involucrado en el caso de Raúl Salinas de Gortari, se asocia con el canal 40, luego lo demandan, sus recursos económicos se incrementan, la guerra con Televisa continúa, y más tarde se unen por una "causa noble".

Pero el logro que estamos tratando aquí, es la aportación que realizó Televisión Azteca al periodismo de México que fue lo que dijo Arturo Damm, y que además coincidió con él: "el haber sido la televisora que abrió los espacios a los comentarios de opinión, para la crítica, cuando Televisa estaba cerradísima, yo creo esa fue la gran aportación de Televisión Azteca en los últimos años a los medios de comunicación en materia de noticias". Pero sobre todo en

los noticieros largos, cosa que no se había visto antes en ningún noticiero, ni en Televisa, pionera de la televisión mexicana, explicó Leonardo Curzio.

Dicha aportación es relevante porque como lo mencionamos permitió que se evolucionara en la forma de hacer periodismo de opinión en la televisión mexicana, lo cual indica que no se había hecho este tipo de periodismo en México, por supuesto no hay investigaciones sobre ello, y ése es uno de los puntos más importantes que hacen relevante este trabajo, luego de buscar documentos que hablen sobre el tema y no encontrarlos, podemos sostener que no hay investigaciones ni escritos que hablen sobre los géneros de opinión en la televisión de México. Ya se había mencionado que existe una investigación que se realiza en 1990 sobre un tema relacionado, sin embargo en ese año aún no surgía esta innovación en los noticieros largos.

Innovación que de acuerdo con los entrevistados es un gran trabajo de Televisión Azteca, ya que intentó dividir la opinión de la información e integró la opinión a los noticieros como un género periodístico. Además presentó a gente muy crítica como Luis Pazos, sin embargo, señalan que le falta mucha atención a este género en televisión.

Empezando con la respuesta negativa de los entrevistados quienes coincidieron en que no se consideran precursores de la presencia de estos géneros en televisión, porque hubo otros antes que ellos. Roberto Salinas confesó que "no lo había visualizado de esa manera" porque para él, los precursores están en otros países, pero consideró que, "en México sería una distinción un tanto interesante". Samaniego no aceptó el título de precursor, pero aceptó que "hicieron algo distinto, no nuevo". Arturo Damm le adjudicó el nombramiento a Televisión Azteca "como precursora en sus segmentos noticiosos".

Y efectivamente, tal vez hubo otros antes que ellos, y por supuesto están los precursores a nivel mundial. Pero en México esos otros que dieron antes su opinión en los noticieros, sólo se presentaban o los llamaban a dar su opinión luego de un hecho relevante y no volvían a aparecer hasta otro hecho de trascendencias. Y eso es lo que no entienden ellos, que no había antes alguien que opinara de manera permanente en los noticieros más importantes del país, como lo están haciendo ellos en Televisión Azteca, donde tienen un espacio reservado el día que les corresponde opinar.

Aún cuando yo considero que Televisión Azteca y sus comentaristas son precursores de esta tendencia en la televisión, los comentaristas modestamente no lo aceptan. A pesar de que ellos son los actores principales, no se han preocupado por mejorar o darle la mayor relevancia a los comentarios, tan es así que sus mismos realizadores no le dan la calidad que debieran, para ellos es ir a dar su opinión y listo, no es tan elemental lo que están haciendo, o más bien no se han dado cuenta que lo que hacen es más significativo de lo que creen. Y tal vez sea porque el mismo medio no los ha dejado expresarse ampliamente ya que están limitados al tiempo.

En cuanto al género periodístico de opinión que realizan en televisión, Luis Pazos mencionó que era un mini comentario al que definió como “editorial televisivo, porque un noticiero es como un periódico”. Para Leonardo Curzio es un “comentario, un análisis político” y aclaró que “no es una columna”. Roberto Salinas dice que es “una presentación editorial de los hechos” y aceptó que se puede llamar columna “que han intentado considerarla de esa manera pero que depende de las circunstancias”, por lo que sería entonces “un comentario fijo”.

Samaniego mencionó que la idea era ser analista político, pero para él es un “comentario político. Columna no es porque no está escrita, y en la televisión no existen”. Él mismo se auto nombró charlista político o platicador político”. Arturo Damm mencionó que le quitaría lo de “género porque no es columna, ni artículo, ni ensayo, es únicamente comentar simple y sencillamente opinar”.

Todos los entrevistados tienen un concepto en común, mencionan que el género de opinión que realizan en televisión no es ninguno de los definidos, para ellos es simplemente un comentario de opinión. Explican que no es lo mismo presentar una opinión en el periódico, que en la televisión, porque no está escrita, ni puede ser leída, simplemente es comentada. Sin embargo no niegan que este comentario de opinión como lo llaman, pertenece a los géneros de opinión, pero su presentación en televisión es diferente a las del periódico y la radio.

Entonces, si ellos consideran que además de innovación en televisión, es un género diferente a los tradicionales debe, por lo tanto, tener ciertas características que lo diferencien. Luis Pazos considera que se distinguía con un toque de comprensión. Curzio, con “no caer en populismos y tener seriedad”. A Salinas, le gustaría identificarlo como una columna, musicalizarlo o ponerle patrocinio. Samaniego es el más creativo, sus gráficos son ejemplos materiales, desde fruta, toallas, máscaras, cobijas, etcétera según el comentario del día, y Arturo Damm, tiene un toque filosófico y explicativo.

Uno comprensivo, otro serio, otro que quiere resaltar con elementos tecnológicos su espacio, otro que usa objetos como ejemplos para hacer entender la realidad, otro filósofo y explicativo. Todos tienen una característica que los distingue, ninguno es igual, es decir existe una variedad de expresiones a pesar de que algunos coinciden en el tema que tratan. Tal vez esa podría ser una clasificación de los tipos de comentarios de opinión que se pueden presentar en televisión.

Por lo tanto, deben tener un objetivo al presentar su opinión. Ajustaron y declararon con diferentes conceptos, pero enfocados con el mismo propósito, según sus propias palabras: buscan crear conciencia, desencadenar el proceso de reflexión, transmitir, comunicarse y ayudar al público a concluir a entender de una forma más sencilla y en palabras comunes los problemas que van surgiendo en México y el resto del mundo. Es decir que el público que los ve logren, por ellos mismos, a partir de la explicación que se les ha dado en el comentario de opinión, entender y darse cuenta de la situación que viven actualmente.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Y si estos géneros tienen un objetivo primordial, entonces su presencia en los noticieros de televisión debe ser más importante. Dicha trascendencia la reiteraron los comentaristas. Luis Pazos mencionó que debe ser relevante su presencia en los noticieros, "porque le da profundidad y solidez a la noticia". Señaló su molestia por quienes no han entendido su importancia y mencionó que cuando había otras notas lo desplazaban y ejemplificó que "es como si en un periódico se quitara la página editorial por que hay muchas noticias eso debe ser permanente y parte del noticiero". En general coincidieron en que este género es importante y necesario ya que luego de bombardearlos de información e imágenes es fundamental que haya alguien que explique con términos más cotidianos la noticia.

Entonces, si estos géneros son indispensables en un noticiero, para tener una mayor comprensión de la información, también es necesario que hablemos de quién explica la información, puesto que según la simpatía y confianza que logre obtener el comentarista con el público, su explicación será, por lo tanto, más relevante y creíble, lo cual pondrá a éste en una posición importante para la gente. Sin embargo, sólo algunos lo toman en cuenta, porque es algo que no se había dado en la televisión mexicana, para otros es preferible que se mejore la forma de presentar su opinión, pero sobre todo lo que se diga en el comentario, el mensaje que se da y cómo lo recibe la gente a quien va dirigido. No obstante, no descartan la posibilidad de tener cierto reconocimiento, así como lo tienen los columnistas, articulista y editorialistas que escriben en los periódicos y transmiten en la radio.

Luego de reconocer que los comentarios son importantes para explicar la información, y que quien realiza el género tiene las cualidades para crearlo, y que su presencia en televisión no impide que cumpla el objetivo de género de opinión. Se les preguntó si se debería agregar a los conceptos de géneros de opinión, el comentario de opinión, pero en la televisión. Sus respuestas fueron afirmativas y resolvieron que "el comentario político en televisión ya es un género periodístico como tal, por lo que ya se debe hablar del comentario de televisión".

Expresaron que en estos momentos nos encontramos en un proceso de redefinición, y que por tanto, más que buscar su definición teórica se debe buscar el ejercicio. Por lo que coincidieron en que efectivamente, el comentario de opinión que se presenta en el noticiero Hechos de Televisión Azteca se trata de un género periodístico de opinión, sin duda alguna.

Por lo tanto, debemos suponer que estos comentarios de opinión han beneficiado a la televisora que les abrió las puertas: Televisión Azteca. Algunas de estas ganancias han sido según su grupo de comentaristas: un mayor interés de la gente para entender los hechos a través de la información que se presenta, credibilidad, controversia, tener un sello propio, por supuesto un beneficio económico, más rating, y el principal, de acuerdo con Arturo Damm es "el simple hecho de abrir el espacio para los comentarios, para las opiniones, para la crítica, cuando Televisa no lo había hecho".

A pesar de que la empresa se ha beneficiado con la presencia de los comentarios de opinión. La televisora no ha respondido de la misma forma con el género, no le ha puesto la atención que debería, y es sustituido sin más, por otra información, como lo mencionaba

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Leonardo Curzio "por información de segundo nivel, sin trascendencia", la decisión de ser sustituidos, mencionó, es tomada por la gente de producción que le está ganando terreno a los de información, y como ejemplo confesó que lo censuraron por opinar negativamente en contra de un personaje político. Otra de las justificaciones que mencionaron sobre esta sustitución es porque el comentario no tiene nada que ver con la noticia más importante del momento, como lo mencionó Roberto Salinas. Por su parte, Fidel Samaniego explicó "que no cree posible que sea sustituido, porque está cumpliendo la función que se le ha designado".

En tanto, Arturo Damm mencionó que no se puede sustituir. Pero comentó en otras palabras la exclusión que ha tenido su comentario, al justificar que existe la posibilidad, "por circunstancias ajenas, falta de tiempo o la diferencia de tema, no presenten su comentario y se disculpan diciendo, "nos vemos dentro de ocho días". Pero señaló que sólo le ha sucedido dos o tres veces en cuatro años, lo cual quiere decir que sí se da la exclusión de los comentarios. Y por supuesto, Luis Pazos lo confirmó, al expresar que no se explicaba el por qué todavía "hay quien no entendía que cuando había otras noticias lo desplazaban, es como si en un periódico se quitara la página editorial porque hay muchas noticias, eso debe ser permanente y debe ser parte de un noticiero".

A pesar de que los noticieros Hechos de Televisión Azteca no han dado la importancia que debería a los géneros de opinión, el hecho de presentar en el noticiero el comentario de opinión ha marcado una diferencia entre los demás noticieros: el realizar un periodismo más completo, porque incluyen todos los géneros periodísticos. La mayoría de los comentaristas coincidieron en que Televisión Azteca ya realiza un periodismo más completo, principalmente porque la empresa se preocupó por separar la noticia del comentario, de presentar algo innovador en la televisión, pero sobre todo que abrió espacios de polémica que años atrás no había. Y mencionaron que prueba de ello es que otras empresas ya han integrado este género a sus noticieros. Sin embargo, Leonardo Curzio considera que el periodismo que se presenta en el noticiero Hechos aún no está completo, porque en ocasiones no presentan todos los géneros periodísticos.

Roberto Salinas mencionó que a Televisión Azteca aún le "falta mucho para que presente una verdadera opinión en televisión, por que es un proceso que se da en cualquier producto que busca mejorar día con día y mantenerse informado. También es mucho ejercicio de creatividad y la colaboración de muchas personas. El producto que uno ve en la televisión no necesariamente es origen de la persona que está transmitiendo, sino que hay una confluencia de factores, comités editoriales, conversaciones, lectura, etcétera".

Y describe que la presentación ideal de la opinión en televisión, "es hacerlo sin sonido, es hacer que la imagen misma proyecte o provoque el comentario, eso es lo que se busca, sobre todo si uno no está entrenado en aspectos de comunicación, sino más bien surge de otra materia". Con ello entendemos que tienen bien definido cómo es un verdadero comentario de televisión. Pero menciona que el trabajo que realizan "algunos colegas son muy aventurados y aventados, su comentario editorial a veces va a generar aplausos, odio y repudio, así que

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

tenemos un poquito de todo, pero es lo que hace la sal y la pimienta, a la gente o le gusta mucho o la detesta”.

Entonces, si a pesar de que los comentarios no tienen la atención que deberían, pero se presentan, y aún cuando a su aparición en televisión le faltan elementos para hacerlo más notable, los comentaristas aceptaron que Televisión Azteca ya realiza un periodismo más completo y por lógica debe, entonces, abarcar ya un segundo nivel de comunicación del cual hablábamos anteriormente, nivel que sólo correspondía a la prensa escrita. Mas luego de recabar todos estos datos y a partir de lo que nos respondieron los entrevistados podemos darle una respuesta a nuestra hipótesis y es que Televisión Azteca ha dado el primer paso hacia el segundo nivel informativo, donde al simple dato se le incorporan elementos valorativos que aportan cierta dosis de opinión

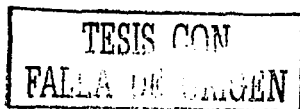
No podemos decir que ya abarca totalmente ese otro momento de la información porque los entrevistados aún tienen sus dudas y explican que lograr una completa adopción del segundo nivel significa según, las palabras más destacadas de sus respuestas, que “implica mayor madurez y mayor profundidad, por que es una modalidad, una forma diferente, es un momento de transición y es un gran salto, en la información, por lo tanto todavía falta”.

Reconocen que su trascendencia no ha sido completa, pero que han avanzado poco a poco, y que el primer paso que dio Televisión Azteca al segundo nivel fue el abrir los espacios de opinión en sus noticieros. Por lo que se encuentra en un proceso de evolución, de expansión a otro momento informativo en este caso al segundo nivel del cual hablamos anteriormente.

Por lo tanto, podemos visualizar el posible futuro que le depara a los géneros de opinión en televisión el cual debe ser muy prometedor porque éste es sólo el principio, los mismos entrevistados coincidieron en que efectivamente el futuro de estos géneros será muy próspero, y que es, como lo mencionó Fidel Samaniego, imprescindible preverlo desde ahora. Coincidió con sus colegas que seguramente tendrá un futuro prometedor en la televisión, “porque se van a ir consolidando en la medida en que la gente ya no se conforme solo con información, y entonces va a formar parte de la información como algo esencial”, es decir, como lo visualiza Luis Pazos: “se va a convertir en un género prioritario para los noticieros, lo cual va a diferenciar a los noticieros serios de los simples noticieros que sólo presentan los hechos”.

Sin embargo, también existe un problema muy importante en la televisión de México, en materia informativa que mencionaron los entrevistados, el tiempo y el peso de la opinión de productores y de gente que hace el show, ya que se toma más en cuenta que la de los que trabajan propiamente la información, es decir es más importante que sea divertido a que sea informativo, que sea atractivo a que tenga el contenido, tan es así que como lo mencionaron notas de segundo nivel, pero extraordinariamente espectaculares en imágenes hacen que el comentario de opinión sea desplazado.

Todos estos elementos negativos que tiene la televisión para presentar el comentario, provoca que los entrevistados prefieran alguno de los otros medios de comunicación como





ideal para presentar su opinión, para Leonardo Curzio es la radio, "porque tiene los tiempos humanos. En la televisión los usan muy cortos. El soporte debe ser la imagen, si hablas más de tres minutos le cambian, en la radio puedes escuchar a muchas personas que platican de una manera inteligente: La radio es el soporte mediático más cercano a la civilización, porque es el diálogo y en la televisión no se admite ni pausa ni equivocaciones y la radio admite reflexión."

Roberto Salinas considera que hay mucha diferencia, pero no pone preferencia por alguno. "Depende porque una columna escrita es muy diferente a un comentario en radio, que a su vez es muy diferente a uno en televisión. Repito, en televisión es visual, la gráfica o la imagen lo dice todo, el comentarista es simplemente un narrador de la historia, que se escribe con lo visual, el día que yo me calle y deje que la imagen hable por sí sola será mucho más importante, eso no se puede hacer en radio y mucho menos se puede hacer en una columna o para un periódico especializado".

Fidel Samaniego considera que el mejor medio es el periódico porque su mejor "Yo" se expresa en este medio. Pero mencionó que cada cual es en su ámbito, podría ser ideal si se desarrolla bien. En la prensa, escribir bien, informarse y ser equilibrado. En televisión presentarlos de manera atractiva, cálida y respetuosa al televidente. Y si no es así en el periódico le cambian de página y en televisión de canal, incluso más que en la radio".

Arturo Damm también piensa que el medio escrito es el ideal, para lo que es el análisis de opinión, porque es mucho más redondo y acabado. "Pero la penetración, es muy poca. Es muy curioso porque me he dado cuenta que quien me ve en la tele, sabe que me vieron sí, pero no qué dije. En cambio la persona que te dice te leí, sí se le queda. En la televisión es primero la imagen, inclusive la del comentarista y luego lo que dice. En un artículo, nada más lo que dice él. Tú puedes estar viendo la imagen de éste y estar viendo que está bla, bla, bla y no enterarte de nada".

Hizo énfasis en que está insatisfecho con su trabajo como comentarista. Primero por el medio en sí mismo. "Yo comparo mucho lo que hago en televisión, con lo que realizo en radio y con lo que elaboro en los periódicos, y me gusta mucho más lo que difundo en radio y en los periódicos, que en televisión. Y luego el tiempo que me dan. En ocasiones apenas sí me estoy terminando de sentar y ponerme el micrófono cuando el jefe de piso ya me está apurando o estoy hablando del núcleo del comentario, y de pronto el conductor te hace una pregunta, que la tienes que responder, y entonces ya no alcanzaste a dar la conclusión de tu comentario porque en el momento en que terminaste de responder al conductor, y estás a punto de terminar te dice: nos vamos a corte".

Por lo que, menciona que después de todos esos percances reflexiona el porqué está en la televisión, y contestó que: "considero que la penetración que tiene la televisión no la tiene el periódico y mi trabajo periodístico, en más de un sentido lo veo así como una especie de cruzada, de postulado. A mí sí me interesa que la gente tenga los elementos correctos para poder emitir un juicio adecuado de lo que está pasando. Pero, en lo personal sí estoy

TESIS CON  
FALLA DE CARGEN

insatisfecho con lo que he hecho en televisión. Ahora no voy a decir que es un porquería, porque creo que no lo es”.

Damm recalcó que son los productores de televisión quienes todavía tienen la idea de que los comentarios no venden y que se les va a caer el *rating*. “Y así lo dicen”. Explicó también la forma en como “los comentaristas para el típico productor de televisión es una especie de intruso que le puede echar a perder su trabajo, porque piensan que el televidente va a decir: hay ya está ahí este fulano quítalo, quítalo”.

Es decir que, el productor es quien no toma la importancia que debiera a un comentario y además tiene, como lo mencionó Arturo Damm, una visión muy devaluada del televidente. “Creo que hay televidentes inteligentes, televidentes interesados. Sobre todo quien ve un noticiero, que es otro nivel, quiere estar informado, y estar informado no nada más es tener los datos, conocer los hechos, es tener elementos para poder formarse una opinión y eso es lo que hacemos quienes opinamos”.

Con lo anterior podemos deducir que por un lado está el productor y el tiempo que son los principales enemigos de los comentarios en televisión, y por otro, ninguno de los comentaristas es simpatizante del medio, pero sí de la radio y la prensa escrita. Saben de las cualidades que les proporciona la televisión, inmediatez, apertura, mayor alcance, etcétera, sin embargo están insatisfechos con lo que presentan en este medio.

Suena lógico su descontento ya que el mismo medio los limita, por el tiempo y sus productores, sin embargo los comentaristas deberían buscar otros elementos que ayuden a que el comentario por televisión no se torne tan deficiente, pero no es así, prefieren abandonarlo y pensar que los mejores medios son otros, porque ahí el productor sí les da el tiempo y le da la importancia a la opinión. Todo eso lleva a que haya un estancamiento en el avance de esta innovación y algunos de ellos se han dado cuenta que eso está provocando que Televisa, y otros canales aprovechen el descuido para avanzar en lo que Televisión Azteca innovó. Como ejemplo está los espacios “En la opinión de...”, entre otros que ya se presentan.

Coincido en que a Televisión Azteca le hacen falta más programas de debate y de opinión, y que le están ganando la partida otros canales de televisión donde también hay noticieros, “mientras que fue Televisión Azteca la que abrió estos espacios. ahora por qué Televisión Azteca ha dejado que su principal rival, Televisa, tome la delantera. la razón sospecho que son motivos económicas, pero yo creo que sí puede vender, hay que buscar el mercado ¿no?. Y ahí es donde Televisa ha tomado ventaja”.

Un último punto, la presentación de los comentaristas. Según la jerarquía que existe en el periodismo, el género más importante, de más distinción, de más riesgo, donde la presencia de quien comenta le da mayor prestigio al medio, y además la información que dan a conocer es la que le pone la sal y pimienta a la noticia: son los géneros de opinión: el artículo, la columna y el editorial.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Sin embargo, a los comentaristas de televisión no les interesa cómo los presenten, es más hubo quien me dijo que no es importante "y tan no lo es que no me había puesto a pensar en ello" y me pregunto "qué ponen en la cintilla", o también me contestaron muy sarcásticamente, "yo podría poner analista-doctor". Creen que sólo pueden ser una cuestión semántica y estéticas "en estos momentos no ha sido importante, pero no, pues caray no lo había considerado desde esa perspectiva, pero gracias por la recomendación", o quien toma en cuenta que deberían de tener una especial presentación, que a la gente le agradaría y pone el ejemplo de la competencia: "y en la opinión de...". Ya que finalmente como lo dijo Curzio: "es como la ensalada, tiene su botellita de aceite de oliva. La función del aceite no es suplir la lechuga. La información es la información y la opinión debe tener su lugar".

Desde la forma de dar su opinión, la manera de presentarla, el cargo que se le pone en la cintilla, el que mencionen que son columnista, articulistas, editorialistas o como los presentan como comentaristas de opinión, son elementos que ninguno de los entrevistados toma en cuenta, cuando deben de saber que ellos están en uno de los cargos más importantes en el periodismo: la opinión, sin embargo eso no es trascendente para ellos, tan es así que no han pensado en caracterizar al género de opinión que están realizando y prefieren seguir considerándolo comentario de opinión.

Y por su puesto que el nombramiento es importante sobre todo si de analista tiene la ventaja de aportar elementos para el conocimiento y la reflexión, y no es, como lo mencionan los teóricos, un simple "orientador", quien con frecuencia, usa la información recabada por el reportero e interpreta lo que nos quiso decir el periodista que trabaja como soldado. A veces quizá le atinen, pero los analistas, los articulistas que se dedican realmente al estudio de un fenómeno y que comentan el suceso periodístico sacando de su cajita de tesoros como investigadores algún elemento que centra el tema abordado destaca más en su trabajo.

Entonces el papel del articulista, analista es importante porque es quien comenta la información, pero enriqueciendo los datos de los reporteros. Pero si sólo va a revolver la nota, vale más el trabajo del reportero.

Considero que al presentarlos como comentaristas de opinión, nombre que ellos mismos se han sobrepuesto les da el reconocimiento que les corresponde, y como no hay un nombre que lo identifique, éste podría ser un posible título para poder reconocer éste tipo de género en televisión.

Finalmente, la idea que tenía sobre la importancia de la presencia de los géneros de opinión en televisión no cambió, por el contrario se reforzó y me convenció aún más de que Televisión Azteca le debería poner más atención y seriedad a este género, ya que como lo mencionaron sus comentaristas, si no lo hace, los demás canales la van a desplazar de lo que iniciaron y que empieza a esparcirse a través de la televisión mexicana.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## BIBLIOGRAFÍA

- BAENA PAZ, Guillermina, *El Discurso Periodístico, los Géneros Periodísticos hacia el Nuevo Milenio*, Ed. Trillas, México, 1999.
- BAENA PAZ, Guillermina, *Géneros Periodísticos Informativos*, Ed. Pax, México, 1990.
- BOND FRASER, F., *Introducción al Periodismo, Estudio del Cuarto Poder en Todas sus Formas*, 8ª reim., Ed. Limusa, México, 1986.
- BORRAT, Héctor, *El Periódico Actor Político*, Ed. Gustavo Gil Mass Media, Barcelona, 1989.
- BUENDÍA, Manuel, *Ejercicio Periodístico*, 3ª Ed., Ed. Fundación Manuel Buendía, México, 1996.
- BUTRÓN VELÁSQUEZ, Rosa María y Núñez Ochoa Rosa María, *Los Articulistas en México, Confrontación de Posiciones e Intencionalidades de la Mujer y el Hombre Articulistas Frente a la Situación Política Económica y Social de México Durante 1987*, UNAM ENEP Aragón, Lic. En Periodismo y Comunicación Colectiva, 1990.
- CAMPBELL, Federico, *Periodismo Escrito*, Ed. Ariel Comunicación, México, 1991.
- DE MIGUEL, Armando, *Sociología de las Páginas de Opinión*, Ed. A.T.E. textos de periodismo, colección dirigida por Petra María Secanella.
- DOVIFAT EMIL, P., *Periodismo, Fundamentos Teóricos y Jurídicos, Noticia y Opinión, Lenguaje y Forma de Expresión, Tomo I*, Ed. Unión y Tipografía, Editorial Hispano Americana, México, 1964.
- GOMIS, Lorenzo, *Teoría del Periodismo*, Ed. Paidós, México, 1991.
- GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás, *El Periodismo, Teoría y Práctica*, 3ª Ed., Ed. Noguer S.A., Barcelona, España, 1960.
- JIMÉNEZ RIVERA, María Adriana, Martínez Solano María Estela, *Análisis de la Columna en la Prensa Mexicana Contemporánea: Teoría y Práctica*, UNAM, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, Lic. En periodismo y Comunicación Colectiva, 1990.
- LEÑENO, Vicente y MARÍN Carlos, *Manual de Periodismo*, Ed. Grijalbo, México, 1986.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio, *Las Columnas del Periódico*, Ediciones Libertarias/Prodhufi, No. 102, España, 1993.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, *Del Pensamiento a la Palabra, Curso de Redacción, Teoría y Práctica de la Composición y del Estilo*, Ed. Prisma, México, 1980.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, *Géneros Periodísticos*, 2ª Ed., Ed. Paraninfo, Madrid, 1979.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *Curso General de Redacción Periodística*, Ed. Mitre, Barcelona, 1982.

MARTÍNEZ DEL VALLE, *María del Rocío, Un Invitado Más, Conservación e Innovación del Departamento de Relaciones Públicas del Programa ¡Hola México!, de TV Azteca*, UNAM, ENEP Acatlán, Lic. Periodismo y Comunicación Colectiva, 1998.

MARTÍNEZ VALLE, Mabel, *Medios gráficos y Técnicas Periodísticas*, Ed. Macchi, Argentina, 1997.

MONSIVÁIS, Carlos, *A Ustedes les Consta*, Ed. Era, México, 1980

ROMA, Pepa, *De Profesión, Periodista*, Ed. Punto de referencia- ANAYA, España, 2000.

RUIZ CASTAÑEDA, María del Carmen, *La Prensa, Pasado y Presente de México*, Ed. UNAM, México, 1987.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique, *Historia Mínima de la Televisión Mexicana*, en *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D. F., julio-agosto 1991, Universidad Autónoma Metropolitana.

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa, *El Comentario Periodístico, los Géneros Persuasivos*, Ed. Mitre, Barcelona, 1982.

THE WASHINGTON POST, *La Página Editorial*, Ed. Gemika, México, 1978.

VELASCO VALDEZ, Miguel, *Historia del Periodismo Mexicano*, Ed. Librería de Manuel Porrúa, S. A., México, 1955.

VILCHIS, Lorenzo, *La TV los Efectos del Bien y del Mal*, Paidós comunicación número 56, España, 1993.

ZAMORA ÁLVAREZ, Patricia, *Televisión Cultural: Antecedentes y Desarrollo de sus Canales en el Distrito Federal*, UNAM, ENEP Aragón, Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva, México, 1997.

## HEMEROGRAFÍA

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 15 de febrero al 18 de octubre de 1993.  
No. 850, 861, 873 y 885.

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 14 de febrero al 11 de julio de 1994.  
No. 902, 922 y 923.

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 16 y 23 de enero de 1995.  
No. 950 y 951.

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 29 de enero al 7 de julio de 1996.  
No. 1004, 1008, 1026 y 1027

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 2 de febrero al 9 de noviembre de 1997.  
No. 1057, 1077, 1081, 1084 y 1097

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 11 de enero al 14 de junio de 1998.  
No. 1106, 1109, 1111, 1112 y 1128.

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 17 de enero al 2 de octubre de 1999.  
No. 1159, 1160, 1172, 1173, 1179, 1183, 1191 y 1196.

Revista *Proceso*, semanario, México, D. F., del 2 de abril al 24 de diciembre del 2000.  
No. 1222, 1225, 1229, 1231, 1235, 1248, 1254, 1257, 1258 y 1260.

Revista *Mexicana de Comunicación*, Año 7, diciembre de 1994-enero 1995.  
No. 38

Revista *Mexicana de Comunicación*, Año 8, agosto-octubre 1995.  
No. 41

Revista *Mexicana de Comunicación*, Año 9, agosto-octubre 1996.  
No. 45

Revista *Mexicana de Comunicación*, Año 9 y 10, de junio-julio y octubre-diciembre 1997.  
No. 49 y 51.

Revista *Mexicana de Comunicación*, Año 10, de enero-febrero, mayo-junio, julio-agosto de 1998, No. 52, 54 y 55.

*Revista Mexicana de Comunicación*. Año 11 y 12, de enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre del 1999, No. 57, 58 y 59.

*Revista Mexicana de Comunicación*, Año 12, de marzo a diciembre del 2000.  
No. 62, 63, 64, 65, 66.

## **DIRECCIONES EN INTERNET**

1. [www.tvazteca.com.mx](http://www.tvazteca.com.mx)
2. [www.nrm.com.mx/enfoque1](http://www.nrm.com.mx/enfoque1)
3. [www.paidoteca.dgsca.unam.mx/chat/partidospolit](http://www.paidoteca.dgsca.unam.mx/chat/partidospolit)