



**Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



El sensacionalismo como medio de expresión y demanda: caso Un mundo maravilloso y Sin ton ni Sonia

Tesis

**Que para obtener el título de
Licenciado en Comunicación**

Presenta:

Pedro Sánchez Merino

Director:

Dr. Lenin Rafael Martell Gámez

Toluca, Estado de México. Septiembre 2020

ÍNDICE

Índice	1
Introducción	2
1. El sensacionalismo y de los medios a las mediaciones	5
1.2 Elaborando un concepto	7
1.3 Hegemonía y subalternos	11
1.4 Subalternos, televisión y prensa	13
1.5 Melodrama	14
1.6 Sensacionalismo	15
1.7 Expresión de los sectores subalternos	16
2. El sensacionalismo de la televisión y prensa escrita	18
2.1 Historia de la televisión sensacionalista	19
2.1.1 Particularidades del amarillismo televisivo	27
2.2 Historia del periodismo sensacionalista	28
2.2.1 Antecedentes del sensacionalismo escrito	29
2.2.3 Rastros históricos de la prensa sensacionalista mexicana	31
2.2.4 Particularidades de la nota roja en la prensa	33
2.2.5 Situación actual de los diarios mexicanos	35
3. Sensacionalismo desde el cine	37
3.1 Abordaje metodológico	38
3.2 Sin ton ni Sonia, generalidades	39
3.2.1 Sinopsis de Sin ton ni Sonia	42
3.2.2 Secuencias y análisis de Sin ton ni Sonia	44
3.3 Sensacionalismo a través de Un mundo maravilloso	55
3.3.1 Un mundo maravilloso, generalidades	55
3.3.2 Sinopsis de Un mundo maravilloso	58
3.3.3 Secuencias y análisis de Un mundo maravilloso	61
3.4 Análisis general	79
Conclusiones	81
Bibliografía	83
Anexos	
Anexo I Particularidades del sensacionalismo en prensa y televisión	93
Anexo II Segmentación de escenas	
Segmentación Sin ton ni Sonia	95
Segmentación Un mundo maravilloso	99
Anexo III Glosario de términos cinematográficos	102

INTRODUCCIÓN

“Detrás de la noción de sensacionalismo como explotación comercial de la crónica roja, en la pornografía y del lenguaje grosero se esconde una visión purista de lo popular” (Martín-Barbero, 1987b, p. 244).

La afirmación pertenece a Guillermo Sunkel, en su libro *Razón y pasión en la prensa popular*, citada por Jesús Martín-Barbero en *De los medios a las mediaciones*, y fue precisamente la que dio origen a esta investigación, el pensar que al analizar el sensacionalismo, se pueden encontrar huellas de los modos de actuar de sus consumidores.

Bajo esta idea general se inició una revisión de trabajos sobre el sensacionalismo en los medios de comunicación, en la cual fue evidente que la mayoría de investigaciones se concentran en descalificaciones, agresiones e insultos hacia el género sensacionalista. Investigadores como: Encarnación Pérez Salicio (2001), Erick Torrico (2002), Virgilio Caballero (2007) y Anuar Saad (2012), por citar algunos, concentraron su análisis en lo nocivo que puede llegar a ser el sensacionalismo.

Debido a ello surgió un primer cuestionamiento: si el sensacionalismo es en muchos sentidos, perjudicial ¿cuáles son las razones que lo llevan a ser tan consumido?, la respuesta a este cuestionamiento fue surgiendo a la par que aumentaban las críticas, en general se menciona que se debe al morbo, la búsqueda de espectacularidad y el deseo de asombro, propios del ser humano.

Jesús Martín-Barbero (1987b), plantea que las clases populares o sectores subalternos, utilizan lo ofrecido en los medios de comunicación para hacerse presentes, lo aceptan pero le dan un sentido o uso distinto al que esperan los grupos dominantes o hegemónicos, de modo que aquello que consumen pasa a convertirse en un indicativo de las aspiraciones, quejas, deseos y opiniones de los diversos grupos que conforman la cultura de masas.

También señala que el género, entendido como estrategia de comunicabilidad, es un recurso que históricamente han utilizado los sectores populares para expresar sus demandas, en específico el género melodramático, que de acuerdo con Paul Reboul citado por Jesús Martín-Barbero: “Antes de ser un medio de propaganda, el melodrama será el espejo de una conciencia colectiva” (Martín-Barbero, 1987, p. 124). Y en este sentido, se interpreta que como el sensacionalismo posee una estructura melodramática, al estudiar su consumo se pueden encontrar las expresiones y demandas de los grupos populares.

Así fue como se dio forma a la *hipótesis* de esta investigación: *el sensacionalismo de los medios de comunicación es utilizado por sus consumidores —principalmente personas provenientes de sectores subalternos— como una forma de dar a conocer sus opiniones y expresar sus demandas porque han sido relegados del espacio público.*

Para argumentar dicha hipótesis, se ha optado por recurrir al cine mexicano, específicamente a dos filmes: *Un Mundo Maravilloso* (2004) y *Sin ton ni Sonia* (2003), ya que ambas películas incluyen en su trama principal al sensacionalismo, en el caso de *Un mundo maravilloso* se presenta al diario de nota roja *El Mercurio* y las repercusiones que tiene el invento de una nota publicada en sus páginas; mientras que en *Sin ton ni Sonia* se muestra la cobertura que realiza *Misterios Insoslayables*, un programa estadounidense de corte amarillista que viaja a México para dar seguimiento a la serie de asesinatos cometidos por una traficante de órganos.

La presente investigación consta de tres capítulos, en el primero se elabora el concepto de los términos sensacionalismo, nota roja y amarillismo, debido a que no se suele profundiza en ellos y se interpretan como sinónimos. Más adelante apoyando en *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero se describe cómo las personas consumen el género sensacionalista y a través de ese consumo pueden llegar a expresar sus ideas e inconformidades.

El segundo capítulo tiene el propósito de exponer los orígenes del género sensacionalista en la televisión y la prensa escrita, desde sus antecedentes hasta la situación actual. Debido a que el sensacionalismo surgió de manera distinta en cada uno de los medios de comunicación y de las diferencias entre prensa y televisión, su análisis se realiza por separado.

En el capítulo tres se encuentran las generalidades de los dos largometrajes antes mencionados: *Sin ton ni Sonia* y *Un mundo maravilloso* y se realiza un análisis discursivo (análisis textual) de las dos producciones cinematográficas, a través de la descripción e interpretación de las secuencias donde el sensacionalismo es parte importante, integral y determinante en la trama de cada filme.

1. EL SENSACIONALISMO Y DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES

En este primer capítulo se mencionan brevemente las principales teorías enfocadas al sensacionalismo y cómo centran su atención en los aspectos negativos del mismo, por ellos se recurre a una postura que estudia de manera indirecta al amarillismo y la nota roja: *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero.

Previo al análisis y la relación que establece con el sensacionalismo, se elabora un concepto del término, aclarando las diferencias que existen entre sensacionalismo, amarillismo y la nota roja para evitar confusiones.

Tanto a nivel nacional como internacional ha surgido una polémica entre aquellos, en su mayoría empresarios, que defienden la información sensacionalista y, quienes, principalmente periodistas e investigadores, la descalifican. La confrontación mantiene resonancia, los defensores argumentan la libertad de expresión y el compromiso por mostrar los hechos *tal cómo ocurren*, mientras los detractores colocan *en tela de juicio* la moral y ética periodística al anteponer el bien económico.

Al analizar estudios sobre el sensacionalismo como: *Culto a la noticia. Contextualizar y explicar la naturaleza de los hechos* (Virgilio Caballero, 2007); *Clinton, Diana, ¿dónde se metieron los periódicos serios?* (Francisco Javier Acuña Arias, 1999); *La violencia contra la mujer en la prensa* (Encarnación Pérez Salicio, 2001); *Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México D.F.* (José Carlos Lozano, 2003); *El pseudoperiodismo satírico, un género creciente en la neotelevisión* (José Alberto García Avilés 2012), se entiende que los análisis están centrados en las repercusiones de carácter ético, moral, económico y social del sensacionalismo; poco se estudian las razones por las que es tan consumido y los motivos por los cuáles el público acepta este periodismo.

Existen diversas teorías sobre el sensacionalismo, entre las que se encuentran: *La Responsabilidad Social de la Prensa*, desarrollada por el estadounidense Theodore Peterson (1967); la *Agenda Setting Effects* (1972), de Maxwell McCombs y Donald L. Shaw; *Aburrimiento profundo* desarrollada por Martin Heidegger en 1984 y *El Acto de telever* (1998), de Giovanni Sartori.

De estas teorías, *La responsabilidad social de la prensa* y *El aburrimiento profundo*, utilizan al sensacionalismo como base de sus estudios, la primera centra su atención en el ataque por considerarlo un generador de violencia, sin intentar comprender por qué es un género tan socorrido; la segunda, maneja una visión demasiado apocalíptica y extrema de la sociedad, donde las personas únicamente vivirían para consumir el sensacionalismo dando por descartado cualquier otro tema.

Los trabajos de McCombs, Shaw y Sartori utilizan al sensacionalismo de manera secundaria, siempre con el argumento de ser un periodismo dañino, basado exclusivamente en los medios que lo generan, no en las razones por las que es generado.

Estas teorías fueron diseñadas para remarcar las repercusiones negativas del sensacionalismo: la falta de ética y moral de periodistas, editores y directores, poca o nula objetividad, apología de la violencia, distorsión de la información, manipulación de la opinión, entre otras.

Por ello, al no existir análisis centrado en el manejo imparcial del sensacionalismo, resulta necesario sustentar el presente trabajo en un estudio que aborda el tema de manera indirecta pero que coincide con la esencia de la tesis, mostrar que lo difundido por los medios de comunicación no es únicamente manipulación y entretenimiento, dentro del consumo hay varias formas de apropiación, llegando a rediseñar lo ofertado hasta convertirlo en un modo de expresión e incluso de demanda de los grupos subalterno, los cuales

[...] se entienden por las relaciones de poder entre quienes lo tienen y quienes no lo tienen. Hablar de subalternidad es hablar de subordinación. El subalterno sería el subordinado. En América Latina surge, conjuntamente, con la conformación de las naciones, de los Estados y con la aparición de los movimientos populares. (Tenti, 2012, p. 321)

En 1985 Jesús Martín-Barbero publicó *De los medios a las mediaciones*, libro que en su momento rompió con la tendencia seguida en los estudios de mediación, abocados en el análisis de la dominación y la producción de los mensajes de los medios, vistos siempre como controladores y educadores de los grupos sociales.

Martín-Barbero cambió el lugar de estudio, dirigiéndose a las mediaciones, *a los lugares de apropiación* —en el caso de esta investigación los lugares de apropiación se convierten en los espacios donde se consume el sensacionalismo—, destaca las razones por las cuales los grupos subalternos aceptan y adquieren los productos de la clase dominante. “El consumo puede hablar y habla en los sectores populares de sus justas aspiraciones a una vida más digna. No toda búsqueda de ascenso social es arribismo, puede ser forma de protesta y expresión de algunos derechos elementales” (Martín-Barbero, 1987b, p. 294).

Como la televisión y la prensa escrita requieren para su funcionamiento de grandes recursos económicos que por lo general suelen ser proporcionados por la clase hegemónica, directa o indirectamente estos medios pasan a ser parte de esa clase, así que sus contenidos tienen la finalidad de ser consumidos por los individuos, el sensacionalismo que presentan busca ese objeto, ser adquirido por los grupos subalternos.

De manera que como lo propone Barbero, en lugar de examinar la dominación y la producción de mensajes hay que estudiar el consumo y los placeres, o en otras palabras se debe analizar la razón por la cual el sensacionalismo es adquirido por las personas y lo que expresan con ello.

1.2 ELABORANDO UN CONCEPTO

Antes de ahondar en el estudio del sensacionalismo de la televisión y la prensa escrita, entendido como forma de expresión y protesta de los sectores populares, habrá que desarrollar un concepto preciso del término debido a que no existe una delimitación en común: “los encargados de las cadenas de televisión les gusta señalar como «programas realistas» y los críticos prefieren denominar como «televisión sensacionalista»” (Langer, 2000, p. 16).

Si bien es frecuente que los conceptos adquieran diversas connotaciones en relación con su utilidad dentro de cada investigación, en este caso, suele existir una enorme disparidad entre definiciones. Hay autores para quienes sensacionalismo, nota roja y amarillismo, son similares “en la jerga técnica del periodismo se usa indistintamente los calificativos de sensacionalismo o amarillismo para los medios informativos que buscan alimentar a sus audiencias con contenidos que muestran erigiéndolos en ‘noticias’, comportamientos o sucesos anticonvencionales” (Méndez, 2003).

Por otro lado, hay quienes consideran que existen diferencias pero no las determinan; es el caso de Cruz E. citado por Rodrigo Tovar: “el periodismo de nota roja se caracteriza por ese toque de amarillismo y sensacionalismo que logra llamar la atención del público lector” (Tovar, 2009, p. 183), o el de Cristina Romero:

Es el periodismo amarillista y sensacionalista que exagera y deforma las informaciones, exagera los sentimientos, se regodea en la desgracia, se entromete en la privacidad y sobre todo no aporta nada; bordea la legalidad escudándose en argumentos falaces y explota sólo el lado oscuro de la naturaleza humana, para obtener unas cuantas monedas. (Romero, 1998)

Debido a los contrastes conceptuales, se ha optado, previo a la delimitación del concepto, por diferenciar los términos sensacionalismo, amarillismo y nota roja, ya que si bien comparten muchas más similitudes que diferencias, no pueden ser abiertamente utilizados como sinónimos, hacerlo sería pasar por alto el origen de cada uno.

Respecto al sensacionalismo, Mariluz Domínguez y Ana Victoria Parra (2004), refieren que surge en 1833 cuando Benjamín H. Day fundó el *New York Sun*, diario que modificó el sentido de las noticias, descartando los temas sociales y políticos para presentar “información sobre el delito, las catástrofes, lo pecaminoso y todos aquellos relatos que el pueblo consideraba excitantes o divertidos” (Domínguez, 2004, p. 34).

El amarillismo adquiere su denominación por la tira cómica *yellow kid*, suplemento tanto en el diario *The New York World*, propiedad de Albert Pulitzer, como del *The New York Journal*, de Randolph Hearst, que tras el fin de la guerra civil americana (1865), se enfrascaron en una disputa por situar en el mercado sus nacientes empresas, llegando a “publicar historias y noticias falseadas, cuando no enteramente inventadas, que tenían gran impacto entre los lectores” (Acuña, 1999).

En el caso de la nota roja, María del Carmen Ruiz Castañeda, historiadora e investigadora, describe que su origen es mexicano, al ser común, en La Nueva España, que los cabildos realizaran consejos para elaborar y aplicar las leyes. Se acostumbraba colocar edictos en las puertas de las iglesias para informar quiénes y porque eran sancionados.

“Estos edictos tenían un “sello rojo”, símbolo de la autoridad eclesiástica, lo que dio origen al término “nota roja”, que era como se conocían aquellas comunicaciones dirigidas a los fieles para dar razón del delito en contra de la fe o las buenas costumbres”. (CENIDH, 2005, p. 16)

Con el tiempo, la nota roja pasó a denominar

[...] el género informativo por el cual se da cuenta de eventos (o sus consecuencias) en los que se encuentra implícito algún modo de violencia –humana o no- que rompe con lo común de una sociedad determinada y, a veces también, su normatividad legal. Ahí caben los relatos acerca de hechos criminales, catástrofes, accidentes o escándalos en general, pero expuestos según un código cuyos elementos más identificables son los encabezados impactantes, las narraciones con tintes de exageración y melodrama, entre otros. (Arriaga, 2002)

Las particularidades históricas de cada concepto establecen que el amarillismo como la nota roja se centran en aspectos concretos de las noticias, el primero aborda el invento de información y el segundo los sucesos sangrientos, en tanto que el sensacionalismo se enfoca más al tipo de público. De modo que, para esta investigación, el amarillismo designará los hechos falsos o inventados, la nota roja aquellos donde exista violencia o agresividad, mientras que el sensacionalismo se referirá al género periodístico en general.

Una vez señalado el empleo que, para este trabajo de investigación, tendrán las palabras amarillismo y nota roja, es necesario establecer con claridad las características propias del sensacionalismo, obteniendo una definición a partir de la concepción que diversos autores han realizado.

José Luis Gálvez y Martha Paz, comunicólogos bolivianos, refieren que el sensacionalismo es:

[...] la tendencia a presentar los intereses más llamativos de una noticia o de un suceso para producir una gran sensación o emoción: angustia, dolor, compasión, sufrimiento, llanto, alegría, enfado, miedo, estupor. Se trata de valorizar la emoción en detrimento de la información y del razonamiento reflexivo y crítico. (Beltrán, 2005)

A diferencia de otros tipos de periodismo, los personajes principales de este género son sujetos comunes de los que difícilmente se sabrá algo más o serán recordados, personas que pueden aparecer “en una trágica riña familiar, pero también en la trifulca de una manifestación callejera; en un arranque de lujuria o en el tráfico de drogas” (CENIDH, 2005, p. 17), razón por la cual el sensacionalismo mantiene una gran aceptación, sus consumidores resultan ser sus propios protagonistas.

Debido a esta identificación, el sensacionalismo se ha convertido en un fenómeno cultural, así lo refiere Guillermo Sunkel (2001), cuando en su estudio *Modos de leer en sectores populares. Un caso de recepción* menciona:

[...] la prensa sensacionalista es un fenómeno cultural que tiene sentido y arraigo entre sus lectores. Un fenómeno cultural con una «lógica» enteramente diferente a la de la llamada «prensa seria». Una lógica cultural que [...] se conecta con una estética melodramática que altera la separación racional entre las temáticas serias y las que carecen de valor, que se atreve a tratar los sucesos políticos como hechos dramáticos y a romper con la «ideología de la objetividad». (Sunkel, 2001, p. 150)

Jesús Martín-Barbero, coincide con esa conexión, sólo que en lugar de fenómeno cultural le nombra *matriz cultural*, teniendo como característica principal que

[...] no opera por conceptos y generalizaciones, sino por imágenes y situaciones y que, rechazada del mundo de la educación oficial y la política seria, sobrevive en el mundo de la industria cultural desde el que sigue siendo un poderoso dispositivo de interpelación de lo popular. (Martín-Barbero, 1987b, p. 244)

El periodista e investigador boliviano Erick R. Torrico indica que los temas más frecuentes del sensacionalismo son: “relatos sobre personas, conductas o sucesos que suponen transgresiones de la ley (crímenes, robos, asaltos, etc.), de la moral aceptada (violaciones, corrupción, etc.) o de la normalidad esperada (accidentes, tragedias, etc.)” (Torrico, 2002).

Con las definiciones antes presentadas, se obtienen las categorías que, para esta investigación, abarca el término sensacionalismo:

- Relatos que las clases populares consideran excitantes o divertidos.
- Historias y noticias falseadas o inventadas.
- Hechos donde se encuentra implícito algún modo de violencia.
- Sucesos que provocan una sensación o emoción.
- Los protagonistas son personas comunes.
- Narraciones con estética melodramática.
- Poca o nula objetividad.
- Opera por imágenes y situaciones, no por conceptos y generalizaciones.

- Noticias sobre trasgresión a la ley.
- Acontecimientos que transgreden la moral aceptada.
- Suceso que atentan contra la normalidad esperada.

A partir de la lista de indicadores se da paso a la elaboración del concepto de sensacionalismo a utilizar en la presente investigación: Género periodístico caracterizado por tener como protagonistas a sujetos comunes, con temáticas alejadas de la objetividad que recurre a elementos melodramáticos, al derramamiento de sangre o al falseamiento de las noticias, con el fin de generar en el espectador una sensación o emoción, apoyándose para ello de imágenes impactantes. Aborda sucesos violentos, considerados excitantes, divertidos, transgresores de la ley, o de la moral aceptada y esperada.

Si bien el concepto presenta las características del sensacionalismo en la televisión y los diarios, la propia naturaleza de cada uno de los medios de comunicación establece determinadas particularidades, como son las narraciones detalladas en los diarios y las breves entrevistas en televisión, dichas especificaciones se detallan en el Capítulo dos y para una mejor comprensión se ha elaborado el Anexo I.

1.3 HEGEMONÍA Y SUBALTERNOS

Una vez que se tiene delimitado el concepto de sensacionalismo, se explicará cómo es que los sectores populares o grupos subalternos adquieren el sensacionalismo de la televisión así como de la prensa escrita y pueden llegar a convertirlo en un medio de expresión y demanda de sus necesidades.

Siempre han existido grupos que se oponen rotundamente a los sectores controladores creando conflicto en el orden establecido, así como hay grupos en el poder que constantemente intentan manipular a los individuos, propiciando un continuo *choque de fuerzas*, en este sentido, históricamente se creía que los medios de comunicación masiva, por pertenecer al sector dominante, eran utilizados por estos para influir en los dominados, que convertidos en audiencias, terminaban por consumir y aceptar lo planteado por la hegemonía.

Guillermo Orozco refutó esa idea en la década de los noventa, al señalar que “las audiencias son activas y, a veces, hiperactivas, capaces de construir a partir de sus vínculos con los medios, pero también de dispersarse y perderse en lo banal” (Orozco, 1997, p. 28), de modo que los grupos subalternos frecuentemente aceptan sin objeción lo que les ofrecen los grupos hegemónicos, pero en ocasiones expresan sus demandas e inconformidades sólo que lo hacen de manera peculiar, esto es desde el terreno de lo simbólico más que de la acción directa.

Al respecto, en *De los medios a las mediaciones*, Jesús Martín-Barbero retoma el concepto de hegemonía del político y pensador, Antonio Gramsci que hace

[...] posible pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde un *exterior* y sin *sujeto*, sino como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas. (Martín-Barbero, 1987b, p. 124)

Se termina con la concepción de dominación absoluta de una clase sobre otra, reconociendo que no mantienen el control total, deben brindarle a las clases subalternas elementos de identificación, medios de expresión o en su defecto, garantizarles prácticas independientes a través de las cuales puedan satisfacer sus necesidades.

La hegemonía reconoce la presencia activa de los subalternos, no puede ejercer el poder sin la legitimidad de los sectores populares y estos aceptan su dirección a cambio de la satisfacción de sus necesidades básicas, ambas partes consienten la presencia del otro, sin que ello implique pasividad, en el proceso hay movimiento y conflicto, la hegemonía no se encuentra estable, “Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Porque es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que no le son propias” (Zubieta, 2000, p. 40).

Martín-Barbero menciona que:

[...] no sólo lo que viene del pueblo se contamina y deforma, también el pueblo deforma y resignifica los “grandes temas” del amor y la pasión, profana las formas narrativas y erige las vidas marginadas en modelos de hombría. De todo ello resulta un lenguaje nuevo que, por un lado, goza con los adjetivos rimbombantes, pero por el otro se acomoda a su ritmo, su ironía y su descaro. (Martín-Barbero, 1987b, p. 141)

Debe ser analizado el *trasfondo* de los actos ejercidos por los sectores populares, sólo así pueden percibirse las *huellas* de protesta o inconformidad, para entender por qué los grupos populares deforman, reciclan o ridiculizan los mensajes que les envían la hegemonía.

1.4 SUBALTERNOS, TELEVISIÓN Y PRENSA

Existen diversos ámbitos en los cuales los ciudadanos se expresan, como lo son las huelgas, las groserías, la música, los tianguis, los *graffitis*, pero, es en los medios de comunicación masiva donde se desarrolla una particular interacción entre lo ofertado por la clase hegemónica y las clases populares.

Autores como Guillermo Orozco, coinciden en que los medios ofrecen una gama más compleja que la simple difusión de información:

[...] son mucho más que sólo medios. Son lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder; son mediaciones y mediadores, lógicas, empresas mercantiles; son instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos. (Orozco, 1997, p. 26)

A pesar de que la televisión y la prensa forman parte de los grupos dominantes que son quienes crean y envían los mensajes, son las audiencias en última instancia las que le proporcionan sentido. La hegemonía decide qué transmitir, pero son los grupos populares quienes realizan la lectura de los mensajes, la cual puede ser *desviada* y a través de ella crean un rediseño que, como menciona Certeau, citado por Barbero, es: “el modo de lucha de aquel que no puede retirarse a “su” lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario” (Martín-Barbero, 1987b, p. 255). De modo que “a veces la única forma de asumir activamente lo que se nos impone será el antidiseño, el diseño paródico que lo inscribe en un juego que lo niega como valor en sí” (Martín-Barbero, 1987, p. 255).

Lo ofertado en los medios de comunicación se convierte en mercancía que como tal no es sólo un objeto a poseer, tiene un valor simbólico al formar parte del consumo, que abarca los procesos sociales de apropiación de los productos, convirtiéndose en “una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir” (Sunkel, 2002).

Martín-Barbero menciona que para conocer el modo, en que los grupos subalternos, emplean las mercancías se tiene que ir a los lugares donde se lleva a cabo la interacción e intercambio entre los espacios de producción y de recepción, en este sentido los géneros son los que median “entre las lógicas del sistema productivo y del sistema de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, de los usos” (Martín-Barbero, 1987, p. 305).

Género no visto como las reglas literarias de un texto (escrito o audiovisual) sino como una *estrategia de comunicabilidad*, en la que directores, escritores y productores (creadores de géneros), además de taxistas, amas de casa, obreros, etc. (consumidores) expresan sus modos de control, su aceptación o sus resistencias.

1.5 MELODRAMA

Existen diversos géneros, pero ningún otro

[...] ni el de terror –y no es que falten motivos- ni el de aventura- y no es que no haya grandes selvas y ríos- ha logrado cuajar en la región [América Latina]¹ como el melodrama. Como si en él se hallara el modo de expresión más abierto al modo de vivir y sentir de nuestras gentes”. (Martín-Barbero, 1987b, p. 311)

Con este género las clases populares expresan sus inconformidades, así lo señala Camila Segura: “el melodrama, como argumenta Gledhill, ha sido uno de los modos más recurrentes a la hora de narrar los conflictos y problemas cotidianos de la realidad contemporánea” (Segura, 2007, p. 60), esto porque con el melodrama los sectores populares entran en escena, comunican su cotidianeidad, no de manera directa, sino en el terreno de lo simbólico, a través de la exageración, la vulgarización, la ridiculización, las groserías, al mostrar sus espacios (la calle, el barrio, las cárceles, los prostíbulos) y sus ambientes (de desolación, desigualdad, injusticia).

¹ Las cursivas pertenecen a la investigación.

De modo que en el melodrama:

Todo está revuelto, las estructuras sociales con las del sentimiento, mucho de lo que somos — machistas, fatalistas, supersticiosos— y de lo que soñamos ser, el robo de la identidad, la nostalgia y la rabia. En forma de tango o de telenovela, de cine mexicano o de crónica roja, el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo. (Martín-Barbero, 1987b, p. 312)

Veta profunda que se crea a raíz del rediseño hecho con el melodrama, en el que los grupos subalternos se expresan y crean lazos de identificación, pues la exageración y el derroche que existen en la estructura melodramática exige “en todo momento del público una respuesta en risas, llantos, sudores y estremecimientos” (Martín-Barbero y Muñoz, 1992, p. 50).

1.6 SENSACIONALISMO

El sensacionalismo cumple con esa exigencia de obtener una respuesta de todo el público en general, no sólo de los consumidores, también de aquellos que lo critican y repudian, al verlo como deformación del sentido periodístico, del agravio a la ética profesional, como exageración, manipulación y control por parte de los grupos hegemónicos:

El público sabe casi todo sobre los innumerables crímenes y sus personajes: las minucias de los preparativos, la exacta crueldad con que se cometen, los criminales con todo y su historia, la de su familia. Se nos cuenta en detalle algunos secuestros como para aleccionar mediante el terror a la población, al tiempo que los rufianes aparecen como dignos de un corrido popular, una canción de gesta. Semanas enteras los noticiarios dan seguimiento, hasta la náusea, de ciertos seres humanos. “Eso vende”, explican los managers. (Caballero, 2007)

Así, cuando en la televisión y en la prensa escrita se presenta una escena callejera, además del suceso dramático, escandaloso y espectacular, se muestran las costumbres de la población, sus condiciones de vivienda, su estilo de vida, los reclamos de la gente marginada, la forma de pensar y actuar de los sectores más desprotegidos.

De esta manera tras titulares como *Lo mató porque la golpeaba; Dan cueriza a ladrón de autobús; Moto sicarios*, se encuentra un concepto de justicia por propia mano que transgrede los códigos legales impuestos por la hegemonía, resultado de la escasa confianza y la nula respuesta que el sistema de justicia ofrece a los grupos subalternos.

Noticias de ese tipo expresan la violencia que cotidianamente enfrentan los sectores populares, que sumada a un lenguaje coloquial y vulgar, ratifica la conexión entre el sensacionalismo y esos sectores, por ser el único medio que exhibe la inseguridad, habla el mismo lenguaje, volviendo veraz la información a pesar de encontrarse rodeada de dramatismo y ficción. De esta manera, por muy distorsionada que se presente la noticia, el público se siente identificado y representado.

1.7 EXPRESIÓN DE LOS SECTORES SUBALTERNOS

El linchamiento de tres policías judiciales por parte de habitantes de San Juan Ixtayopán, en la hoy alcaldía Tláhuac, de la Ciudad de México, el martes 23 de noviembre de 2004, es uno de los ejemplos más extremos y simbólicamente más expresivos, de las demandas e inconformidades que los grupos subalternos han hecho a través de los medios de comunicación.

En primera instancia el linchamiento expresa la falta de confianza que los pobladores tienen de las autoridades prefiriendo hacer justicia ellos mismos antes que esperarla de las instituciones correspondientes. También es la percepción de inseguridad que les provocan los miembros de las corporaciones policiacas, no es casual que hayan sido policías judiciales a quienes la población vio como amenaza, consecuencia de décadas de mal funcionamiento de los uniformados.

A través de las imágenes, principalmente tomadas por las cámaras de televisión, se observó la violencia de las personas en su máxima expresión, utilizaron los medios que controlan los grupos en el poder para expresar su cansancio, agotados de soportar la injusticia arremetieron contra quienes deberían impartir justicia.

Al permitir ser grabados por las cámaras y fotografiados por las lentes, estas comunidades:

[...] utilizan el medio para salir de un anonimato histórico y marginal al que por siglos han estado condenadas. Es decir, existe una demanda imperante y casi inconsciente de estos grupos: salir de la invisibilidad para volverse una imagen que, aunque sea por un instante, le dé una presencia que los haga visibles y se envíe a todo el mundo. La fama de la brevedad de un momento, que, a pesar del acto delictivo, los eternice por lo menos en la memoria deteriorada del pueblo (Villamil, 2006, p. 33).

Más allá de buscar mayor *rating* y tirajes, justificado porque es lo que a la gente le gusta ver y es lo que divierte son los medios de comunicación masiva “como la televisión, la prensa y radio los que aparecen como la única alternativa para volver a intentar la política mediante la exacerbación de la violencia a pesar del amarillismo que acarrea esta acción” (Villamil, 2006, p. 33).

Violencia que conecta con el afán de buscar justicia sin importar las consecuencias, de encontrar revancha ante quienes los han dañado e ignorado, de expresar lo que son capaces si se les agrede, y además es la esperanza de un cambio, así como el reconocimiento por parte de los grupos hegemónicos.

2. EL SENSACIONALISMO DE LA TELEVISIÓN Y PRENSA ESCRITA

En este segundo capítulo se describe al sensacionalismo de la televisión y la prensa escrita, desde sus orígenes, la instauración en estos medios de comunicación, las características particulares además de su situación actual.

Como la televisión y los diarios son muy distintos entre sí, el primero se enfoca esencialmente en el amarillismo mientras el segundo en la nota roja, es necesario abordar a cada medio por separado.

Respecto a la televisión, al igual que prácticamente todos los avances tecnológicos del siglo XX, llegó a México después de ser consolidado en Estados Unidos y Europa, por ello las producciones con rasgos sensacionalistas se basaron en formatos extranjeros, muchos continúan siendo adaptaciones. En México han existido diversas protestas contra estos formatos, como las ejercidas por *Grupo Bimbo*, la asociación A Favor de lo Mejor y la Asociación Nacional de Padres de Familia; y a pesar de que en su momento lograron imponerse a las televisoras el sensacionalismo volvió a las pantallas.

Esa censura provocó que los noticiarios adoptaran el género dentro de su cobertura informativa, al grado que sí la audiencia muestra el suficiente interés le dan un seguimiento especial al suceso, durante días o semanas, recurriendo a los tres actores característicos del amarillismo en la televisión: el presentador, el reportero y los personajes.

En relación con la nota roja, en la España del siglo XV surge el *pliego de cordel*, que eran “impresos en pliegos sueltos que distribuían los ciegos desde el surgimiento de la imprenta (...) Se le llamaba pliego de cordel porque las hojas de papel estaban atadas a un cordel o caña, formando un cuadernillo de pocas hojas” (Yubero, 2010). Mientras que en Francia aparece el *colportage* caracterizado “por utilizarse en los medios “toscamente” escritos como almanaques, coplas, recetas y narraciones de prodigios que comerciantes ambulantes vendían en las ferias a poblaciones rurales durante los siglos XVII y XVIII” (Quintero, 2016). En ambos, se detectan los primeros rasgos que dieron origen a los diarios sensacionalistas, desde entonces hasta nuestros días este género periodístico ha sido ampliamente aceptado y consumido.

En cuanto a la historia propia del sensacionalismo dentro del periódico, en México no existe una hemeroteca, ni física, ni electrónica, donde se puedan tener indicios claros de la nota roja, aun así es posible elaborar una relación de los temas que en el transcurso de las décadas han sido el centro de atención de estos diarios y así conocer un poco la evolución del género dentro del periodismo.

2.1 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN SENSACIONALISTA

El surgimiento de la televisión en México, como ya se mencionó, se dio con cierto retraso ya que en Inglaterra las primeras transmisiones se realizaron en 1920, en Estados Unidos comenzaron en los años 30, pero en el país la industria de la TV se inauguró oficialmente hasta 1950.

Así, mientras que en 1969 el Gobierno Federal comenzó a regular su participación como emisor al establecer el “12.5 por ciento del tiempo de transmisión de los canales comerciales” (Fernández, 1992, p. 100). Las televisoras norteamericanas ya contaba con una amplia presencia de programas sensacionalistas y en Europa iniciaban los contenidos al servicio social que culminarían en los 80 con las producciones donde el principal ingrediente era la participación de la *gente común* contando sus dramas personales.

Además, “el surgimiento de la televisión en México se dio en el gobierno de Miguel Alemán, quien se caracterizó por aplicar una política de apoyo a los empresarios, y sobre todo, una fuerte alianza con los Estados Unidos” (Velázquez, 2015, p. 40). Debido a ello, el surgimiento del sensacionalismo en la televisión mexicana ha sido ampliamente influido por los programas estadounidenses.

Un breve indicio de sensacionalismo, se dio a diez años de surgir la televisión en México, con *Cámara escondida* dirigido por Paco Malgesto quien retomó el formato del norteamericano *Candid Camera*, que inició transmisiones en 1948, en donde se filmaba, “con cámaras escondidas, a personas comunes y corrientes en distintas situaciones y a quienes que se les tendían trampas o se les sorprendía con trucos para que los espectadores vieran su reacción” (Lamarca, 2009).

Para noviembre de 1978 inició *60 minutos*, por Canal 2, de su homónimo estadounidense, que con la conducción de Juan Ruiz Healy y después con Jaime Mausán, tuvo buena aceptación por el tono de sus presentadores, por las temáticas expuestas y porque fue donde “el ciudadano medio comienza a aparecer en televisión cada vez con mayor frecuencia” (Benassini, 1997, p. 112).

Yo fui testigo, transmitido de 1963 a 1965 por canal 4, es la primer emisión mexicana que recurrió a la dramatización de sucesos reales. Aunque en 1986 Silvia Pinal produjo *Mujer: casos de la vida real*, que se convirtió en el máximo referente de los programas que le dieron un espacio de participación a los grupos populares al dramatizar sus historias.

En la misma década, Canal 13, perteneciente a Imevisión (Instituto Mexicano de la Televisión) realizó *Cámara infraganti*, donde Oscar Cadena hacía públicas las denuncias de la población referentes a infracciones de tránsito, exceso en el consumo de alcohol, la destrucción de áreas verdes y trasgresiones de carácter cívico.

En su momento el programa llegó a tener gran aceptación entre los televidentes y se volvió una especie de guía acerca del comportamiento responsable de la ciudadanía; sin embargo, el impacto en la sociedad no duró tanto, así lo señaló el propio Oscar Cadena:

Me cansé de decirles no tires basura, cuida el agua y cuidado con la inseguridad que está ganando terreno (...) la gente es apática, no participa. Hasta la fecha hay lugares en la Ciudad de México en los que la gente deja montones de basura a media calle o en la banquetta, y su única justificación es decir que ahí la dejan porque no pasa el camión o porque ahí la ponen todos. Lo cierto es que somos muy malos ciudadanos, dejamos mucho que desear como ciudadanos. (Fernández, 2012)

A quien corresponda de Jorge Garralda, surgió el 11 de diciembre de 1990 copiando el formato europeo basado en el servicio a la ciudadanía, “trata de ayudar a la comunidad y darle solución a sus problemas. Fue el primer formato que se constituyó como puente entre la sociedad y los funcionarios públicos. Según su descripción corporativa, lucha contra la corrupción y la injusticia” (Montoya 2008, p. 24). Garralda le dio un estilo propio, con lenguaje decidido, agresivo, exagerado y en ocasiones con un sesgo informativo en contra de los gobiernos de la Ciudad de México.

Durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) se fortaleció el modelo neoliberal, fundado en el libre comercio y la limitada participación del Estado en la economía, ello trajo consigo que en 1992 se pusiera en licitación un paquete de medios:

El gobierno argumentó varias razones para la venta al sector privado, una de ellas fue que favorecería la modernización de la empresa (Imevisión) y el manejo adecuado ya que requería de la aplicación de recursos y esfuerzos crecientes, cuestiones que el Estado mexicano no podía brindarle, dada la existencia de necesidades sociales más apremiantes que atender; otra fue que ayudaría a incentivar la competencia y evitar el monopolio de Televisa. (García, et al, 1998, p. 51)

Así, Ricardo Salinas Pliego, “en 1993 obtuvo la concesión de los canales 7 y 13 de la red nacional de Televisión” (García, et al, 1998, p. 52) con lo cual Imevisión pasó a convertirse en Televisión Azteca, y para atraer más audiencia recurrió a dos géneros televisivos: las telenovelas y los noticieros sensacionalistas.

En relación con estos últimos “el programa *Hechos* con un estilo francamente amarillista logró competir con el tradicional programa informativo del patriarca mexicano de las noticias por televisión, Jacobo Zabludovsky” (Orozco, 2002, p. 235). Fue así como dentro de la televisión mexicana empezó a ser recurrente el sensacionalismo en los noticiarios.

El 5 de diciembre de 1992 Televisa inició las transmisiones de *Cristina*, *talk show* conducido por Cristina Saralegui de gran éxito en Estados Unidos, pero que en México generó polémica al grado que “varios grupos de derecha como Pro-Vida, Di Basta, Asociación Nacional para la Moral, y representantes del sector femenino del PAN, realizaron una marcha el 24 de marzo de 1993 frente al canal 4 de televisión” (Martell, 1995, p. 6) exigiendo a Televisa su cancelación.

En 1995 TV Azteca produjo, bajo la dirección de Federico Wilkins, “*Ciudad desnuda*, con el que logró dos objetivos: el primero, ser líder en la franja horaria en la que era transmitido dicho programa y, el segundo, seguir llamando la atención de las audiencias para sintonizar sus canales” (Gómez, 2004, p. 75).

Al público le ha agradado el formato en especial de *Ciudad Desnuda* pues es el reflejo fiel de las situaciones cotidianas que por ser tan comunes se estaban volviendo habituales y faltos de importancia. Pero su trascendencia social se puso a flote cuando se convirtió en un escaparate de denuncia pública contra autoridades y servidores públicos, por corrupción, prepotencia y por denuncias fragrantes en contra de delincuentes. (García, et al, 1998, p. 90)

“Desde la entrada en operaciones de TV Azteca, el grupo Televisa perdió el monopolio de la audiencia televisiva y de los anunciantes, ya que del 90% de los telespectadores con los que contaba en 1994 llegó en 1997 hasta mínimos de 67%” (Gómez, 2004, p. 66), eso provocó que Televisa contratara al mismo Federico Wilkins para crear *Fuera de la Ley*, que se basó completamente en el formato de *Ciudad desnuda*, y así recuperar a su audiencia.

El formato de estos programas pronto recibió fuertes críticas, incluso TV Azteca

[...] con el programa *Ciudad Desnuda* parece que rebaso la línea de querer mostrar la realidad de los acontecimientos ya que se muestra en ocasiones de forma tan cruda y amarillista las situaciones que pareciera que agrediera al espectador, pero para sorpresa de todos es de los programas con más teleauditorio” (García, et al, 1998, p. 73).

Debido a las críticas, el 6 de junio de 1996, el presidente Ernesto Zedillo señaló: “la sociedad mexicana debe apelar a la conciencia y a la responsabilidad de los medios de comunicación masiva, para que encuentren las vías idóneas para un uso positivo y autorregulado que evite seguir alentando la cultura de la violencia” (Levario, 2007).

Casi 3 meses después, el 26 de agosto Jacobo Zabludovsky entrevistó en su noticiero *24 horas* al presidente Zedillo quién, tras la nula respuesta a su petición, hizo hincapié en la autorregulación de los medios: “Estoy esperando la respuesta a ese llamado que hice” (Levario, 2007), mencionó.

Al mensaje se sumaron las críticas del empresario Roberto Sertvitje de *Grupo Bimbo* y de Francisco González Garza presidente de la Asociación Nacional de Padres de Familia, quienes junto con otros empresarios y organizaciones civiles crearon en 1997 la agrupación *En los medios a favor de lo mejor*, a través de la cual “amagan con retirar publicidad de aquellos espacios cuyos contenidos, a juicio del colectivo, no sean de lo mejor en los medios” (Levario, 2007).

El 16 de abril de 1997 Televisa sufrió un cambio radical, “con la muerte de Emilio Azcárraga Milmo –1997—, terminó una etapa y forma de operación de la empresa, basada principalmente en sus nexos con el sistema político mexicano y en su forma personal de hacer negocios” (Gómez, 2004, p. 66).

Debido a la falta de *El Tigre*, como se le apodaba a Azcárraga Milmo, en noviembre de 1997 Televisa, junto a Televisión Azteca terminaron cediendo a la presión del presidente Ernesto Zedillo y de *En los medios a favor de lo mejor*, retirando del aire a *Ciudad Desnuda* y *Fuera de la Ley*, acontecimiento que causó reacciones diversas: alegría y tranquilidad por parte los críticos, pero preocupación en sectores de izquierda al considerar que “la presión del Presidente había sido decisiva, demostrándose que los medios de comunicación se doblegaban todavía ante la autoridad política” (Hallin, 2000, p. 36).

Estos grupos de izquierda también señalaron que ambas producciones no eran las únicas que transmitían contenidos violetos:

[...] un estudio aseguraba que, en el año 1996, se emitían en la Ciudad de México 31 horas a la semana de programas sobre violencia basados en hechos reales, incluyendo *Primer Impacto*, programa sensacionalista producido por *Univisión*, red hispanohablante estadounidense ligada a Televisa. (Hallin, 2000, p. 36)

Así quedó demostrado que no se actuó de manera igualitaria a las televisoras y que con la cancelación de esos programas no se erradicó la *cultura de la violencia*.

Si bien se resaltó que *En los medios a favor de lo mejor*, logró recabar cerca de 4 y medio millones de firmas que expresaron la preocupación de los mexicanos ante los mensajes destructivos que promovían diversos medios de comunicación, muy poco se señaló sobre:

[...] las protestas efectuadas por los televidentes mexicanos, particularmente de la Ciudad de México, ante la inminente cancelación de los que consideraban sus programas predilectos, entre otras razones por ser los únicos que se ocupaban de ellos además de mantenerlos informados. (Benassini, 1999, p. 52)

Se dio por sentado que el deseo de *valorar la familia, el matrimonio, y los buenos modales*, sólo fue la respuesta del sector hegemónico, ante la imagen popular que presentaron las televisoras, si bien desearon que se fomentaran determinados valores, otro sector de la sociedad buscó el entretenimiento, así como una identificación con los aspectos de su vida diaria, no por nada dichos programas mantuvieron los más altos niveles de audiencia en la televisión mexicana.

[...] mientras que un alto porcentaje alaba la programación de documentales y programas más especializados, como una manera de educar y formar desde los medios de comunicación. Sin embargo, y si las cifras no engañan, son los espacios dedicados a seguir paso a paso la vida de los famosos, los que alcanzan las cuotas de audiencia más elevadas, frente a otra programación con objetivos informativos, que está muy lejos de interesar al público. (Pérez, 2002)

A pesar de las presiones ejercidas contra los programas sensacionalistas por parte de *En los medios a favor de lo mejor* y del entonces presidente de la República, Ernesto Zedillo, a dos meses de que cancelaron *Ciudad Desnuda* y *Fuera de la Ley*, el *duopolio* televisivo volvió a recurrir al género sensacionalista al ser producciones económicamente más rentables, contar con altos índices de audiencia y al amparo de la libertad de expresión.

Televisión Azteca comenzó a transmitir *Visión Urbana* en canal 13, mientras que Televisa produjo *Duro y Directo*. “En esencia estos dos programas mantienen las mismas características que sus antecesores en materia de logotipos, colaboradores y temáticas abordadas, aunque se modificó la dosificación de las mismas” (Benassini, 1999, p. 53).

Tiempo después TV Azteca realizó: *Historias de la calle, Cámara y delito, Primera edición, Metrópoli* y de 1996 a 1998 se mantuvo al aire *Expediente 13/22:30*, conducido por Verónica Velasco y producido por la empresa *Argos* de Epigmenio Ibarra, en el que se denunciaban problemas de seguridad e injusticia, donde los reportajes carecían de narrador y eran contados por sus propios protagonistas.

Televisa también produjo diversos programas con tintes sensacionalistas como *A través del video, Ocurrió Así, Cereso rojo, Policías, Evidencias* y *A sangre fría*, en este último tres conductores desde el estudio de televisión dirigían a un equipo de reporteros que narraban las tragedias sufridas por “los ciudadanos de zonas marginadas y colonias populares, quienes claman justicia o simplemente se lamentan de las jugarretas del destino” (Benassini, 1997, p. 107).

Para mediados del año 2000, la nota roja de la televisión fue disminuida y lentamente desplazada por el amarillismo de los *talk show*. Así, en la televisión mexicana aparecieron *Cosas de la Vida* en TV Azteca y *Hasta en las mejores familias* en Televisa además del peruano *Laura de América*, programas que recurrieron a un dramatismo excesivo sin dejar de lado la violencia propia del sensacionalismo. “La exposición de dramas familiares de intensa sordidez fue acompañada de porrazos, insultos y maltratos a los participantes en esas teleseries” (Trejo, 2001).

En respuesta a estos programas, el 23 de enero de 2001 miembros de la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República exigieron a la Secretaría de Gobernación que regulara el horario de los *talk show*, que los eliminara de la franja de la tarde y los pasara en la noche, bajo el argumento de que en el día existía un alto potencial de audiencia infantil.

Como resultado los empresarios de la radio y la televisión establecieron un *Consejo de Autorregulación* para supervisar el contenido de sus programas, ante lo cual “el 17 de febrero, la multinacional Televisa decidió retirar del aire los cuestionados *talk show* ‘Laura en América’ y ‘Hasta en las mejores familias’, en respuesta a la polémica generada por este tipo de programas” (Arango, 2003).

TV Azteca continuó con *Cosas de la vida* conducido por Rocío Sánchez Azuara, pero moderó su contenido.

Una vez que las emisiones amarillistas y de nota roja salieron del aire, principalmente por presiones de “empresarios, clase política en general, legisladores, líderes de opinión, jerarquía eclesiástica, académicos, organismos de sociedad civil y las numerosas críticas que recibieron al ser consideradas como apología de la violencia criminal” (Fraga, 2002, p. 63), los noticieros fueron los encargados de manejar las noticias sensacionalista.

A partir del año 2010 Televisión Azteca volvió a incorporar los *talk shows*, primero con *Laura de Todos*, centrado en el estilo de conducción y producción tan característico de Laura Bozo, y a partir del último trimestre de ese año con el regreso de *Cosas de la vida* con Rocío Sánchez Azuara, esto porque Televisa, buscó los servicios de Laura Bozo para el programa *Laura*.

Además TV Azteca realizó *Al extremo*, que retomó el formato de *Ciudad desnuda*, y *Extra normal*, donde un grupo de reporteros, que aseguran realizar un trabajo de investigación, auxiliados de *médiums* se dedican a explorar sitios en los que se afirma existe presencia paranormal.

El regreso de los programas amarillistas no ha impedido que el sensacionalismo se mantenga en mayor o menor medida dentro de todos los espacios noticiosos porque cuando las televisoras dejaron de transmitir programas específicos de sensacionalismo, comprendieron que “no se requieren espacios informativos dedicados especialmente a la nota roja para atender ese tipo de sucesos, en cualquier noticiario puede darse cobertura siempre y cuando la rentable audiencia se interese” (Levario, 2007, p. 11).

Con la llegada de Enrique Peña Nieto, a la presidencia de la República, en 2012, con el fin de terminar con la crisis de legitimidad política y el clima generalizado de falta de acuerdos en la clase política, el Partido Revolucionario Institucional junto con el Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática firmaron el Pacto por México, en donde se incluyó la Reforma en Telecomunicaciones, la cual “va en contra de los monopolios en televisión, otorga el derecho al acceso a telecomunicaciones, regula este campo de forma más precisa y estimula mayor competencia en los sectores de televisión, radio y telefonía” (Rocha-Quintero, 2013, p. 102).

Con la Reforma en Telecomunicaciones, el 11 de marzo de 2015, el Instituto Federal de Telecomunicaciones concluyó el proceso de licitación de dos canales de televisión digital abierta nacional, uno de ellos se adjudicó a Cadenatres, de Grupo Imagen Multimedios, que dirige Olegario Vázquez Aldir, la otra adjudicación fue para Grupo Radio Centro, que no realizó el pago por la cadena de televisión y se dio por desierta la licitación.

Grupo Imagen Multimedios, al cumplir con todos los requisitos de ley, inició operaciones el 17 de octubre de 2016 con el canal Imagen TV, que desde su inicio recibió fuertes críticas ya que su programación no se diferenció de la de Televisa y TV Azteca, y hasta el primer trimestre de 2019, cuenta con programas del tipo *revista*, dirigidos a amas de casa, tres noticiarios, así como varias telenovelas de producción propia, de origen brasileño y turco.

Uno sintoniza el nuevo canal 3.1 y no siente que esté viendo una señal de Grupo Imagen ni una nueva cadena de televisión abierta privada nacional (...) La bronca de ver a personalidades como Ciro Gómez Leyva, Javier Alarcón y Carlos Arenas en puestos que debieron haber sido para la gente de casa es que uno, como espectador, siente que está viendo lo mismo que siempre ha visto en Televisa, Tv Azteca y Milenio Televisión. (Cueva, 2016)

2.1.1 PARTICULARIDADES DEL AMARILLISMO TELEVISIVO

El sensacionalismo de la televisión presenta características particulares, propias del medio de comunicación. Dentro de los programas amarillistas o de nota roja existen tres actores característicos: el presentador, los reporteros y los personajes.

El presentador, suele ser de personalidad fuerte, tiene un tono de voz seguro y agresivo, con gran afán de protagonismo, es reconocido socialmente como crítico del sistema, generalmente tiene una frase o ademán que lo identifica, que en palabras de José Navarro Prieto, periodista español, citado por José Alberto García Avilés “es un viejo truco que cuando sale da muy buen resultado” (García, 1999, p. 20), el golpe de puño cerrado a la mesa y la frase *¡No se deje!* de Jorge Garralda, o la expresión *¡Qué pase el desgraciado!* de Laura Bozo son ejemplos de ello. Por lo regular, el presentador se encuentra en un estudio de televisión donde trasmite las noticias y dirige a los reporteros.

Estos últimos utilizan analogías, similares a las del periodismo escrito, además se consideran y autodenominan, defensores de los desprotegidos, tienen simpatía entre el público, llegan a hacerse pasar por agentes de seguridad, burócratas, jueces o incluso maleantes, para conseguir la nota periodística.

Los personajes suelen ser sujetos provenientes de sectores populares que usan un lenguaje coloquial y espontáneo, a diferencia del periodismo escrito, su vocabulario es reducido, con respuestas absurdas o incoherentes en la narración de los hechos debido a que se sienten inseguros y cohibidos por la presencia de la cámara².

Por su naturaleza, estas cámaras de video son vitales, aunque en la mayoría de los casos las tomas presentan ángulos aberrantes, con ruptura del eje, desenfoques y excesivo ruido ambiente, esto en detrimento de la imagen pero en beneficio de la percepción de inmediatez en la cobertura.

Otros elementos en los que se apoyan las notas sensacionalistas son los titulares en tono impactante, la música de fondo, las entrevistas a testigos o autoridades, así como la reconstrucción y dramatización de los hechos “al grado que en los créditos de los programas se da reconocimiento al equipo de dramatización” (Benassini, 1997, p. 120).

² Algunos ejemplos pueden encontrarse en las siguientes recopilaciones de entrevistas a personas comunes en programas sensacionalistas:

<https://www.youtube.com/watch?v=91A1g2FtApl>

<https://www.youtube.com/watch?v=54v5G73WXjE&list=PLB689899391C7B294&index=7>

<https://www.youtube.com/watch?v=LldOFqeweD4&list=PLB689899391C7B294&index=32>

<https://www.youtube.com/watch?v=HCS6amfDixo>

A través de los sucesos sangrientos, las conductas aberrantes, el romper con tabúes, los accidentes y las catástrofes naturales presentadas en televisión, el auditorio siente que el medio de comunicación lo representa, porque muestra:

[...] la realidad de la familia, de la calle, de los tribunales, de los sucesos de la vida cotidiana, de todo aquello que resulta familiar y próximo. No es toda la verdad sin duda, pero [...] el telespectador no tiene dificultad alguna en reconocerla, porque sus protagonistas son también sus destinatarios. (Castañares, 1995, p. 88)

Se obtiene así una explicación del porqué los sectores populares, generalmente, no comparten las ideas que van en contra del amarillismo de la televisión.

Cuando los sujetos de sectores subalternos, aceptan y consumen los programas sensacionalistas, más allá de entretenerse de manera *morbosa* con el sufrimiento y la desgracia de otras personas, convierten a “la televisión misma en reclamo de las comunidades regionales y locales por el derecho a la construcción de su propia imagen” (Martín-Barbero, 2001). De esta manera se vuelven visibles ante la sociedad, muestran su lenguaje propio, sus conductas y sus costumbres, además provocan que sus demandas y carencias sean expuestas a la opinión pública.

2.2 HISTORIA DEL PERIODISMO SENSACIONALISTA

La historia del sensacionalismo en la prensa escrita, se puede analizar desde dos vertientes: la primera es sus orígenes, los antecedentes de aquellos medios de los que obtuvo las características que lo convirtieron en una forma de comunicación identificada con los sectores populares, debido, entre otras cosas a su oralidad, la asociación que se creó en torno a su lectura en grupo, por abordar temas que se burlaban de la nobleza y expresaban las carencias del pueblo.

La segunda línea es su historia como género periodístico, al ser la sección de un diario y en su concepción de periodismo especializado, independiente del denominado *serio* por los sucesos que cubre, mismos que han ido cambiando con el paso del tiempo.

Lo que ha sufrido mínimas modificaciones es la estructura visual de los diarios sensacionalistas donde la imagen y los títulos son los más atractivos, y no sólo son utilizados como modo de persuasión para su venta, también son una forma de mantener informado al transeúnte sin la necesidad de que lea el interior del diario.

2.2.1 ANTECEDENTES DEL SENSACIONALISMO ESCRITO

Los orígenes de la prensa sensacionalista, vista por los grupos subalternos como forma de identificación y replica contra los sectores en el poder se remontan a la *literatura de cordel* y el *colportage* del siglo XVII, que con una escritura en verso dramatizaban los sucesos populares y vulgarizaban los acontecimientos de la nobleza.

Los relatos que presentaban alteraban el orden impuesto al difundir las tragedias de la plebe, al mofarse de la ley, por sus lugares de distribución y consumo, e incluso en su estructura diseñada para un público no lector sino auditivo, que hacía una lectura en voz alta del *pliego de cordel*.

Con la industrialización, en 1830 surgió el *folletín* que conservó características del *pliego de cordel*, retrató las precarias condiciones de vida de las clases populares con las que generó identificación y a través de las cuales expresó su intención de revancha, su resentimiento y sus esperanzas de mejora social.

Una mezcla de miedo, resentimiento y vicio que responde a una cotidianidad insufrible: esa que permite al escritor indagar hasta el límite de lo prohibido a la vez que estimula sádicamente el interés del lector. Haciendo trizas la imagen de lo popular romántico folklórico, el folletín habla de lo popular-urbano: sucio y violento, lo que geográficamente se extiende del suburbio a la cárcel. (Martín-Barbero, 1987b, p. 185)

Como el *folletín* estuvo determinado por factores económicos y de consumo, es en donde comenzó la transformación del escritor en periodista, su narración no fue cuento ni tampoco novela, y "entre el lenguaje de la noticia y el del folletín hay más de una corriente subterránea que saldrán a la superficie cuando se configure esa otra prensa que para diferenciarla de la 'seria' llamarán sensacionalista o popular" (Martín-Barbero, 1987b, p. 181).

El *pliego de cordel* y el *colportage*, manifestaron que el público desarrolló una lectura peculiar, distinta a la del *letrado*, en la que lo leído se convirtió en algo a ser narrado, desde el siglo XVII se reunían grupos de personas para una *lectura colectiva*, en la que el más apto leía en voz alta.

Desde entonces los grupos populares mantienen presente esa oralidad “pregunten a un campesino por el mundo en que hace su vida y podrán constatar no sólo la riqueza y expresividad de su *saber contar*. Pero pídanle que lo escriba y verán su mudez” (Martín-Barbero, 2002, p.155).

En la actualidad cada persona lee en solitario, para después hablar sobre ello con otras personas “‘lleva’ ese mensaje a otras instancias sociales (grupo de amigos, vecinos, compañeros de trabajo, etc.) donde también interactúa” (Orozco, 1991, p. 29), se crea inconscientemente una comunidad de identificación y se le dan sentido a lectura al reelaborarla de acuerdo con su contexto específico.

El público adquiere el gusto de leer los diarios al descubrir que le permite sentirse parte de un grupo a través de la pertenencia a esa comunidad, en la que es un miembro activo e inteligible por el hecho de discutir lo aprendido recientemente. A pesar de no contar con un horario específico de lectura, busca un espacio, ya sea en el transporte público, durante la comida, o en sus trayectos de viaje.

Además, el diario presenta una ventaja sobre otros medios de comunicación, le ofrece al público leer a cualquier hora, en cualquier lugar y cuantas veces quiera.

[...] el placer de la lectura parece estar asociado a un sentimiento de controlar el tiempo. A diferencia de la televisión, fija en cierto lugar y con los programas transmitidos en horarios determinados, la lectura del diario aparece como una práctica más dúctil. El periódico es un producto que puede acompañar a la persona durante el día. (Sunkel, 2001)

2.2.3 RASTROS HISTÓRICOS DE LA PRENSA SENSACIONALISTA MEXICANA

En un sentido estrictamente periodístico, no existe una delimitación del momento en que surgió el sensacionalismo y Francisco Acuña es tajante al respecto: “No cabe duda que el amarillismo forma parte de la historia de la prensa desde que ésta existe” (Acuña, 1999).

Concretamente en México, hay antecedentes del amarillismo y la nota roja en los periódicos a partir de 1805 con el surgimiento de *El Diario de México* que llegó a tener una sección de nota roja en la que se leían descripciones detalladas de noticias que involucraban muertes o accidentes graves de sujetos comunes, principalmente originarios de provincia y radicados en la capital.

A finales de 1809 comenzaron a ser recurrentes los sucesos que involucraban las palabras revolución y libertad, y con ello todo lo referente al levantamiento armado que culminaría con la independencia de México.

Durante los últimos años de la década de 1870 y principios de 1880, resultó relevante la cobertura del caso de *La mano negra*, banda delictiva caracterizada por el exceso de violencia que empleaba al asaltar a transeúntes durante la noche.

Para 1910, con la Revolución Mexicana, eran comunes las batallas sangrientas y los fusilamientos en masa, aunque también “destacó el tratamiento de sucesos criminales como el de La Banda del Automóvil Gris y el del Tigre de Santa Julia” (Joyner, 2006).

Entre 1920 y 1950 comenzó a consolidarse el género sensacionalista “y el contenido de muchos periódicos y revistas se constituyeron en verdaderas misceláneas del crimen, ofreciendo imágenes fuertemente contrastantes de cadáveres y de la labor policial, particularmente en la Ciudad de México” (Núñez, 2016).

Para 1950 fueron permanentes las noticias sobre el agravio a la moral. También destacaron dos eventos, el referente a María Steves Zuvietta *Lola la Chata* que controlaba el tráfico de drogas en la zona de la Merced y el arresto de Rafael Pérez Hernández quien secuestró a su esposa y a sus seis hijos por más de 15 años dentro de su propia casa. Historia en la que Arturo Ripstein se basó para su película *El castillo de la pureza* de 1972.

La revista *Alarma*, se publicó por primera vez el 17 de abril de 1963. A sólo un año de su creación presentó una amplia cobertura del caso *Las Poquiánchi*, que involucró lenocinio, secuestros, asesinatos y corrupción, suceso que Felipe Cazals decidió llevar al cine en 1976.

Para la década de los 70 las tragedias pasionales y el crimen organizado fueron los temas que más se leyeron en los diarios amarillistas. Entre las coberturas destacadas está la hecha al “asaltante de bancos más famoso del siglo pasado: Alfredo Ríos Galeana, quien inició su carrera delictiva en 1978, cuando aún era miembro activo del Batallón de Radiopatrullas” (Joyner, 2006) del Estado de México.

José Luis Jáquez Balderrama menciona que en los años 80 se presentó un incremento en la politización de los crímenes por “la confusión entre esferas criminales y de seguridad por el protagonismo delictivo de grandes jefes policiales, como Arturo Durazo Moreno y Sahagún Baca; y la absoluta hegemonía del tráfico de drogas sobre cualquier otro tipo de delitos” (Jáquez, 2001) lo cual involucró a empresarios, militares, políticos, burócratas, jueces, ministros, policías y periodistas.

Con la formación de la Comisión Nacional de Derechos Humanos en 1990 (CNDH) “la prensa comienza a referirse a la violación de las garantías individuales y sociales con más frecuencias” (Karam, 2006). Se presentaron noticias sobre secuestros, robo de vehículos, homicidios violentos, tráfico de personas, asalto a bancos, tráfico de armas, entre otros. Un suceso que destacó fue el de los 45 indígenas ejecutados en la aldea de Acteal, Chiapas (1997), además comenzaron las notas sobre las *Muertas de Juárez*, en Chihuahua (1993).

Con el resultado electoral de 2006, Felipe Calderón obtuvo la Presidencia de la República en medio de un proceso polémico y la sospecha de fraude, al iniciar su gobierno:

[...] el combate frontal a las bandas de narcotraficantes fue una de las prioridades de la agenda del presidente, otorgando un rol central a las Fuerzas Armadas en dichas tareas. Tres consecuencias de esta estrategia fueron el incremento de la tasa de homicidios y de la desaparición de personas (en ambos casos principalmente por enfrentamientos entre cárteles) y las violaciones a los derechos humanos por parte de las fuerzas armadas. (Almesto y Olmeda 2013)

Esos homicidios, desapariciones y violaciones a los derechos humanos, además de la corrupción de funcionarios públicos y extorsiones, llenaron las páginas de la nota roja, resaltando casos como el de Diego Santoy, el de *La mataviejitas*, además del linchamiento de los 3 policías judiciales en San Juan Ixtayopán.

En la década del 2010, los temas relacionados con el combate al narcotráfico, las *narcomantas*, los secuestros y sucesos referentes a la inseguridad, continúan siendo los principales encabezados de diarios sensacionalistas, aunado al tema de las fosas clandestinas y los cientos de desaparecidos.

Entre la diversidad de noticias ha destacado la desaparición de los 43 normalistas de Ayotzinapa la noche del 26 y 27 de septiembre de 2014:

Los hechos han sacudido a la opinión pública en todo el mundo. La Casa Blanca, el Papa Francisco y la misma Unión Europea han tomado cartas en el asunto. La imagen del presidente Peña Nieto se resquebrajó, a pesar de que había adquirido notoriedad mundial al haber impulsado con éxito —aunque sin consenso social— un nuevo ciclo de reformas neoliberales. (Hernández, 2015)

Otro de los temas recurrentes en la prensa sensacionalista, y que afectan al gremio periodístico, han sido las agresiones y asesinatos de comunicadores, “la organización civil Artículo 19, documentó que en 2018, en México se registraron 544 agresiones a periodistas, un promedio de 1.5 casos al día” (Hernández, 2019, p. 8) además, “según el Comité para la protección de periodistas, ejercer esta profesión aquí es más peligroso que en un país en guerra, pues desde el año 2000 han asesinado a 124 reporteros y 300 están desaparecidos” (Díaz, 2019, p. 9).

2.2.4 PARTICULARIDADES DE LA NOTA ROJA EN LA PRENSA

Por las particularidades de los lectores, en comparación con otros géneros, el periódico de nota roja presenta un diseño específico: grandes titulares, que por lo general comienzan con un verbo, de tipografía en colores contrastantes, fotografías llamativas o impactantes y de dos a tres líneas que explican lo ocurrido en la portada, la cual resulta de trascendental importancia, no sólo en términos de mercadotecnia, tal como lo demostró Sandro Macassi con un estudio realizado en la ciudad de Lima, Perú:

[...] más del 50% de los consumidores limeños presentan atención a los titulares, es más, durante el proceso electoral peruano del 2000 muchos titulares no tenían interiores (no para que sirvieran como gancho para la compra) pues su objetivo era llegar al transeúnte, al que pasa en el ómnibus, a la que observa desde su propio auto (Macassi, 2002).

Con relación al interior de los diarios, las notas están jerarquizadas, con tipografía grande, espaciado entre líneas, cuerpos amplios, gráficos que explican el suceso, narraciones detalladas, de lenguaje sencillo, incluso vulgar, donde el periodista se aleja de la objetividad al transmitir las emociones de los lectores para favorecer a las víctimas, además emplea “analogías que normalmente remiten a la tragedia: “salió de paseo y se encontró con la muerte, confundido entre las cenizas de sus juguetes” y frases por el estilo que rápidamente se gastan y pasan a formar parte del acervo de lugares comunes” (Benassini, 1999, p. 50).

Como se mencionó en el capítulo anterior, los protagonistas del amarillismo y la nota roja son personas comunes: amas de casa, obreros, comerciantes, profesores, empleadas domésticas, “incluyendo a quienes están en conflicto con la ley (prostitutas, homosexuales); a quienes están al margen de la ley (criminales) y a quienes están en instituciones carcelarias (presidarios)” (Santa 1996, p. 34), hombres y mujeres anónimos para cualquier otro género, pero con los que el lector se identifica, porque ambos pertenecen a las clases subalternas.

En general los diarios se caracterizan por presentar más nota roja que amarillismo, *La Prensa*, el *Gráfico*, *Metro*, *Basta*, referentes mexicanos del periodismo sensacionalista, exhiben en imágenes de portada fotografías donde el elemento recurrente es la sangre.

Ante este tipo de encabezado y con las notas en el interior de los diarios, el público se identifica porque describe de manera realista los temas que conectan con su entorno, además como señala Guillermo Sunkel, en un estudio sobre el periódico *La Cuarta* de Chile:

[...] gusta a sus lectores porque está escrito en un lenguaje «sencillo», «directo», «más popular». Los lectores señalan que otros diarios «cuentan» las noticias de forma más suave más siútica, más acartonada, más recatada, menos del pueblo. Los otros diarios serían menos directos, no dicen las cosas por su nombre [...], este periódico dice las cosas tal como son, no las anda tapando. (Sunkel, 2001, p. 15)

Así el lector no sólo acepta la narrativa melodramática, agresiva y sangrienta, sino que resulta determinante para considerar la noticia como real, comprobando que no admite el tipo de redacción sensacionalista sólo por *morbo* y *vouyerismo*, tras ello existe el reconocimiento de su existencia como sector social, se identifica y se ve representado en los acontecimientos de los otros.

2.2.5 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS DIARIOS MEXICANOS

En el periodismo, tanto mexicano como a nivel internacional, es difícil obtener cifras fiables sobre el tiraje de los diarios principalmente por cuestiones económicas, para que los espacios publicitarios que se ofrecen puedan ser más redituables.

A ello se debe agregar que “desde 2008 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) dejó de publicar cifras sobre tiraje, circulación y empleo en la prensa mexicana” (Villamil, 2017). Ante este escenario, uno de los datos más fiables y actuales acerca del tiraje de los diarios es el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2017³ del Instituto Nacional Electoral, en donde se destaca que ese año, el diario que reportó mayor tiraje fue *El Gráfico*, con 300 mil ejemplares; en segundo lugar *La Prensa* con 276 mil 624; el tercer puesto *Esto* con 190 mil 145; seguido de *Reporte Índigo* que circuló 180 mil 185; y empatado en quinto lugar estuvieron *El Metro* y *¡Pásala!* con 180 mil.

Los dos primeros lugares los ocuparon diarios sensacionalistas, el tercer puesto un diario Deportivo y hasta el cuarto lugar un diario caracterizado por reportajes de investigación.

Aunado a la preferencia por el periodismo de nota roja, la prensa *seria*, está atravesando desde hace tiempo por una crisis económica, entre otros factores debido a la mínima cultura de la lectura de los diarios; retomando el último dato que publicó el INEGI en 2008, “el tiraje total fue de 708 mil 779 para todos los periódicos, incluyendo ediciones matutinas, meridianas y vespertinas. Es decir, menos de un millón de ejemplares para un país de más de 120 millones de habitantes” (Villamil, 2017).

A esta problemática se agrega la aparición de Internet en 1993 que obligó a los diarios a diseñar una versión electrónica, la cual resulta escasamente redituable y ha influido en una drástica disminución en el número de suscriptores y anunciantes.

³ Disponible en https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201702-17ac_01P03-01x01.pdf

Debido a la aceptación del sensacionalismo, junto con la crisis económica que enfrentan los diarios, la nota roja y el amarillismo están presentes “en mayor o menor medida, en todos los medios impresos y su instauración en determinados periódicos aumenta día a día, de forma preocupante, ante el temor de que la competencia se haga con grupos de lectores que antes no comulgaban con su línea editorial” (Acuña, 1999).

Ahora, la brecha que existe entre las publicaciones de nota roja y las que no lo son, comienza a acortarse, así lo demuestra el académico Damián Fernández:

Los diarios amarillistas se purifican de su regodeo en el morbo a través de la exclamación, a lo largo de las series lingüísticas –uso de titulares apelativos, uso de adjetivos descalificativos- y paralingüísticas –uso de tipografía catástrofe, uso del humor negro. Todas estas propiedades, sin embargo, reaparecen, aunque menos exacerbadas, en los diarios “serios” [...] la diferencia no es esencial sino de grado. (Fernández y Martínez, 1999, p. 103)

Esta incursión del sensacionalismo en la *prensa seria* da pie a creer en una expansión e incluso apropiación sobre el periodismo escrito, o en el lenguaje de la mediación, analizando el tipo de público que aparece y que consume la nota roja, podríamos decir que los grupos subalternos se están apoderando de un medio de comunicación que pertenece y es controlado por la hegemonía.

3. SENSACIONALISMO DESDE EL CINE

En este tercer capítulo se exponen las razones y la metodológica, por las que se ha elegido al cine como la herramienta para realizar un análisis discursivo de las películas *Sin ton ni Sonia* (2003) y *Un mundo maravilloso* (2004) a través de las que se pondrá a prueba la hipótesis de esta tesis: El sensacionalismo en la televisión y la prensa escrita es utilizado por los grupos subalternos para expresar sus opiniones y demandas ya que en este género, que recurre al melodrama, los sectores populares son los protagonistas, y al consumir la nota roja y el amarillismo, pueden generar un sentido de reapropiación de los mensajes que les permitan expresar sus inconformidades.

Se eligieron dos largometrajes porque después de una amplia revisión de la filmografía mexicana, a partir del año 2000 y hasta finales de 2018, no se halló una película que abarque en su trama tanto al amarillismo como a la nota roja, de la televisión y los diarios. Además, dentro de las películas *Sin ton ni Sonia* y *Un mundo maravilloso* el sensacionalismo se vuelve parte determinante en la trama.

De ambas películas se mencionan sus generalidades, las características de los directores y una sinopsis con el propósito de ilustrar cada historia. Más adelante se realiza la descripción detallada y la respectiva interpretación de las secuencias seleccionadas.

A través de *Sin ton ni Sonia* y *Un mundo maravilloso*, en un inicio se busca tener un ejemplo visual de lo presentado hasta ahora respecto al sensacionalismo, visto como un género periodístico donde sus protagonistas son sujetos comunes, que se aleja de las temáticas objetivas, recurre a elementos melodramáticos, sangrientos y noticias falsas, con el fin de generar una sensación o emoción.

No se debe perder de vista que el sensacionalismo se presenta de manera distinta en la televisión y en la prensa escrita, mientras en la tv se recurre más al amarillismo (hechos falsos o inventados), en la prensa predomina la notas roja (hechos violentos o agresivos), además, debido a la naturaleza de cada medio, las características del sensacionalismo son presentadas de manera distinta⁴.

⁴ El Anexo I se ha elaborado para una mayor comprensión.

En primera instancia se ha elegido al cine debido a una pasión personal, y si bien toda investigación debe contar con un alto grado de seriedad, es perfectamente válido abordar un tema de manera amena e incluso entretenida.

El cine por su propia naturaleza es uno de los elementos más significativos y adecuados que existen para cualquier tipo de análisis, así lo refiere el académico César Antonio Sotelo:

[...] el contenido de una película —el mensaje que la obra cinematográfica transmite— es un elemento fundamental para el estudio de la vida y la cultura contemporánea. El cine, ya sea como obra de arte o como objeto de consumo masivo, es el producto de una circunstancia histórica específica, por lo que se convierte en reflejo y síntesis de su época. Detrás de cada película se encuentra un conjunto de valores socioculturales que moldean y condicionan su génesis. Al mismo tiempo la obra proyecta en la pantalla la visión de esos mismos valores y su vigencia en la sociedad que origina la cinta y hacia la cual va dirigida. (Sotelo, 2001, p. 17)

Por la delimitación de esta investigación deben ser películas mexicanas las que se empleen, pero también se intenta resaltar que el cine mexicano comercial, sin importar el tipo de comentario que reciba por parte de los críticos, puede convertirse en una herramienta de análisis.

3.1 ABORDAJE METODOLÓGICO

Para abordar los dos largometrajes, se empleará un análisis discursivo⁵, debido a que este método permite que se lleve a cabo una observación detallada del objeto de estudio, en este caso, el sensacionalismo que presentan ambas películas.

Sin ton ni Sonia y *Un mundo maravilloso* serán fragmentadas en secuencias entendidas como: “una unidad de tiempo y espacio dentro de una narración cinematográfica. De algún modo, se puede afirmar que se trata de una historia dentro de otra; es decir, un pequeño universo que, aunque eslabonado por supuesto al gran relato de la película, puede ser contado en sí mismo” (Rozado, 2010). De esta manera se pueden identificar los segmentos donde el amarillismo y la nota roja intervienen en la historia.

⁵ Se refiere no análisis del discurso como método, sino al análisis del discurso del texto, en este caso del texto fílmico.

De las secuencias elegidas se realiza una descripción detallada de las acciones que en ella se desarrollan incluyendo los diálogos de los personajes, los movimientos de cámara, planos y ángulos, así como otros recursos técnicos empleados.

Posterior a cada descripción se presenta la interpretación de la secuencia, con la cual se pondrá a prueba la parte teórica que respalda la hipótesis de esta tesis⁶.

La razón por la que se eligió a *Sin ton ni Sonia* para analizar el sensacionalismo de la televisión y *Un mundo maravilloso* para abordarlo desde el periodismo escrito, es porque, a diferencia de otras películas en las que también se presenta el género sensacionalista, en ellas el respectivo medio, además de ser recurrente, es parte importante, incluso determinante, dentro de la trama, tal como se indica en la sinopsis y descripción de las secuencias.

De esta manera Carlos Sama, director de *Sin ton ni Sonia* y Luis Estrada, director de *Un mundo maravilloso*, le dan un peso importante al sensacionalismo dentro de sus historias, dejando por sentado que el amarillismo y la nota roja son parte integral en la vida diaria de la sociedad, no simples estrategias mediáticas que buscan lograr mayores recursos económicos para las televisoras o empresas periodísticas.

3.2 SIN TON NI SONIA, GENERALIDADES

Películas como *Matando Cabos* (2004), *Casi divas* (2008), *Morenita. El escándalo* (2008), *Cabeza de Buda* (2009), *La caja negra* (2009), *La dictadura perfecta* (2014) entre otras, recurren a la televisión para dar a conocer sucesos que se convierten en relevantes durante el desarrollo de cada historia, presentan la manera en que este medio de comunicación realiza la cobertura de las noticias de corte amarillista.

⁶ El Anexo II se elaboró para indicar la segmentación completa de cada película, a las secuencia se les asignó un nombre y se resaltan en negritas para una mejor identificación de las mismas, se coloca la duración y su ubicación (en tiempo) dentro del filme.

El Anexo III es un glosario de términos cinematográficos para una mayor comprensión de los movimientos de cámara, ángulos, planos y otros conceptos del lenguaje cinematográfico.

En estos largometrajes, sin importar el tiempo o secuencias que le dedican a la televisión, el énfasis que le dan al sensacionalismo es limitado, exhiben como se aborda el suceso, pero en la mayoría de las veces sólo es en una ocasión, no de forma recurrente, volviéndolo una parte anecdótica de la historia. Contrariamente a *Sin ton ni Sonia* que dentro de su argumentación incluye la presencia de un programa sensacionalista norteamericano, que tiene relación directa en el universo de los personajes, el protagonista, Orlando, es el encargado de doblar en español al conductor de *Misterios Insoslayables*. Incluso la coprotagonista René se vuelve participe directa en la noticia que cubre el programa.

Si bien los filmes mencionados anteriormente, son igualmente válidos para un análisis, con una película como *Sin ton ni Sonia* resulta más viable enfocarse a un sólo largometraje y las secuencias en las que se presenta al sensacionalismo, que el analizar secuencias tomadas de varias producciones cinematográficas.

Quizás el recurrir a la visión de múltiples cineastas es benéfico por tener diversas perspectivas de la cobertura del amarillismo en la televisión, pero como el cine es un medio típico y representativo una sola película también es apropiada para este fin.

La película *Sin ton ni Sonia* se presentó en la XVIII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, del 21 al 27 de marzo de 2003, donde fue bien aceptada por los espectadores al ganar el Premio del Público. La crítica destacó que la cinta contó con un trabajo musical interesante y *retrofuturista*.

Con estos reconocimientos *Sin ton ni Sonia* realizó su alfombra roja el 29 de mayo de 2003, misma que rebasó las expectativas de audiencia. Durante la presentación Carlos Sama confiaba en la buena aceptación de su opera prima, al señalar:

Lo que necesita el espectador es verse reflejado en las narraciones. La diversidad de tramas será lo que amplifique a su vez la mirada de quienes las vean y *Sin ton ni Sonia* creo lo logra porque se hizo con honestidad, no sólo del director y guionista sino de los actores y todo el equipo que hubo tras la producción. (Notimex, 2003)

A pesar de tener “los medios suficientes para aspirar a la odisea: una historia divertida, un elenco fresco y el respaldo de la distribuidora Columbia Pictures” (Franco, 2003a) la cinta no logró tener éxito en taquilla.

El crítico de cine Leonardo García Tsao literalmente *destrozó* al largometraje, señalando que carecía de peso dramático, de argumentos lógicos, de una buena fotografía, así como de actores destacados, y la banda sonora adecuada. Respecto al guion García Tsao escribió: “para que molestarse con inventar diálogos ingeniosos, si la reproducción fiel de la conversación clasemediera y chilanga, con sus dosis habituales de groserías es suficiente para divertir al espectador promedio” (García, 2003, p. 7a).

La película se presentó el viernes 26 de septiembre de 2003 en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, España y, al igual que en los festivales mexicanos, fue bien recibida.

Mariana Gaja quien en la cinta interpreta a la Sonia del título, confesó que tenía cierto temor porque no sabía si el público español entendería el humor de la película, al que calificó de “muy mexicano”. “Fue una gran sorpresa darnos cuenta de que la gente se reía demasiado y parece que el público le entendió más aquí (España) que allá (México)”. (Franco, 2003b)

Carlos Sama también conocido como *Hari Sama*, estudió cine en el Centro de Capacitación Cinematográfico (CCC) además de composición musical en el Centro de Investigación y Estudios de la Música (CIEM). Y desde 1995 se ha destacado como un cotizado publicista mexicano.

En el ámbito cinematográfico, realizó el cortometraje *Una suerte de galleta* en 1996; su cortometraje *La cola entre las patas* recibió, en 2005, el Premio Mayahuel al Mejor Cortometraje Mexicano durante el Festival Internacional de Cine de Guadalajara (FICG) y el Premio del Público por Mejor Cortometraje en el Festival de Cine de Morelia (FICM).

En 2007 nuevamente obtuvo el premio al Mejor Cortometraje Mexicano en la edición XXII del FICG con *Tiene la tarde ojos* “por el uso acertado del lenguaje cinematográfico y el suspenso logrado con una enorme sencillez y rigurosa dramaturgia” (Cruz, 2007).

El 19 de octubre de 2011 presentó en el FICM su segundo largometraje *El sueño de Lú* que ganó una Mención Especial. Su película *Despertar el polvo* (2013) obtuvo el premio Kukulkán a Mejor Película en el 2º Riviera Maya Film Festival. En 2014 su cortometraje *La tiara vacía* participó en el 12º FICM. Y su documental *Sunka Raku Alegría evanescente* fue estrenado en 2015.

3.2.1 SINOPSIS DE SIN TON NI SONIA

Orlando es dueño de un estudio de doblaje donde le da voz a Keneth Flamingo presentador de *Misterios Insoslayables*, programa de nota roja producido en Estados Unidos que se transmite en México con una semana de retraso.

Misterios Insoslayables, a través de entrevistas a familiares de las víctimas, ciudadanos y autoridades, sigue la cobertura del caso de *Mamá Rosa* una anciana, fanática religiosa que se ha convertido en traficante de órganos.

John Mirakle y Mick Brandom son los policías estadounidenses asignados al caso de *Mamá Rosa*, ambos están seguros que la anciana se ha trasladado a México.

Mientras tanto, Orlando se siente agobiado por las ideas de su novia Sonia, quien está inmersa en temas espirituales. Además considera que ni ella ni sus compañeros de trabajo comprenden la percepción del doblaje y lo que representa.

Para distraerse entra a una tienda de historietas donde encuentra a René, antigua novia que trabajó con él, ella tienen un relación con Mauricio un *hacker* antisocial. Después de su encuentro con René, Orlando se encuentra confundido y decide pedirle un *break* a Sonia.

Por su parte, John y Mick llegan a México, donde el cabo Rodríguez es asignado como su contacto, también les presentan a Ariel quien tiene poderes telepáticos y a través de objetos visualiza lo que hacen las personas.

En *Misterios Insoslayables*, Keneth Flamingo informa que viajará a México para darle cobertura a la noticia del caso de *Mamá Rosa*. Mientras, esto sucede, Orlando se nota irritado por haber dejado a Sonia y porque René continúa con su novio.

Al analizar el *modus operandi* de *Mamá Rosa*, John Mirakle descubre que se interesa por parejas felices que se toman fotos en las máquinas de los centros comerciales, así que le pide a Ariel que trate de visualizar su ubicación pero Sonia, a quien conoció en un restaurante, interfiere en su mente, lo que evita que logre avances significativos y le permite a *Mamá Rosa* continuar con el tráfico de órganos.

Días después, en el estudio de doblaje Orlando se encuentra tan mal que no lee los parlamentos que le corresponden, sus compañeros intentan animarlo, pero lo único que consiguen es enfurecerlo al punto de que despiden a todos. Al día siguiente Orlando va por sus cosas a casa de Sonia, y antes de que logre convencerla de volver con él, René llega a buscarlo, de manera que tras no lograr nada con Sonia, Orlando acepta a René, se van al hotel Bamer y ahí pasan la noche juntos.

La principal característica de *Mamá Rosa* es que después de seguir a sus víctimas, en el lugar donde los captura deja una cruz de plata, es así que por la tarde, la novia de su primer víctima en México encuentra una de esas cruces y se la lleva a Ariel para que logre visualizar la ubicación exacta de la asesina serial. Él descubre que *Mamá Rosa* se hospeda en el hotel Bamer, y el cabo Rodríguez organiza un operativo policiaco para capturarla.

Al estar juntos, René se siente incomprendida y comprueba que Orlando tiene una enorme falta de compromiso en sus relaciones, para no discutir con él sale de la habitación en busca de un refresco. Al mismo tiempo, da inicio el operativo policiaco para detener a *Mamá Rosa*, pero ella se percata y prepara su huida, en medio del tiroteo entre la policía y los cómplices de *Mamá Rosa*, la anciana encuentra a René en la máquina de refrescos y la toma como rehén.

Mamá Rosa logra llevar a René hasta la azotea, donde consigue escapar. Poco después John y el cabo Rodríguez encuentran a René en estado de *shock*, pero no hay señales de la anciana.

El cabo Rodríguez escolta a René fuera del hotel Bamer y ahí Keneth Flamingo se acerca para entrevistarla, luego de la experiencia tan traumática, René afirma sentirse mejor, dice comprender todos los errores que ha cometido con sus exparejas, le confiesa a Keneth que se siente sola y llora en su regazo, él le comenta que también está solo, de modo que ambos se sienten atraídos y comienzan a besarse mientras Orlando, que durante el operativo se quedó dormido, los observa atónito, sin comprender lo ocurrido.

Como *Misterios Insoslayables* se transmite en México con una semana de retraso, Orlando debe darle voz a Keneth Flamingo mientras entrevista y besa a René. Tras la renuncia de sus colaboradores, ahora tiene a una nueva asistente con quien también sostiene una relación amorosa.

3.2.2 SECUENCIAS Y ANÁLISIS DE SIN TON NI SONIA

Para el análisis del amarillismo en la televisión, se consideran seis secuencias de la película *Sin ton ni Sonia* en las cuales se refleja la manera en que el medio de comunicación presenta las noticias sensacionalistas, la reacción de los personajes e incluso la manera en que estos se ven involucrados con la cobertura del programa *Misterios Insoslayables*.

Secuencia 4: Doblaje de *Misterios Insoslayables*

La imagen indica el inicio de un programa de televisión, surge el título «UNAVOIDABLE mysteries», primero desenfocado, se enfoca y pasa al fundido, muestra al presentador; hombre de tez blanca, cabello largo color castaño, bigote, largas patillas y barba pequeña; viste traje negro, la iluminación de perfil que permite ver el lado derecho de su cuerpo, rodeado de una escenografía en tonos oscuros que contrasta con la luz que entra por una ventana al fondo.

Mientras el conductor camina, la iluminación se vuelve más clara debido al ventanal detrás. Aparecen las iniciales del programa: «UM» y el nombre del presentador «Keneth Flamingo», la cámara realiza un *travelling* que mantiene al personaje en plano medio, pasa a un *dolly*, y la mitad de la pantalla es ocupada por la fotografía de una anciana de cabello corto, tez blanca, bata de médico y un enorme rosario que le llega a la cintura, apodada *Mamá Rosa*.

Mientras se ven las imágenes, con voz en *off*, Orlando narra: *Flesh* o *chicken*, gallina o estofado ese es el dilema; soy Orlando pero también he sido Jan Claude Van Dame y Mr. Fleming en *El cercenador* y *la Sra. Duncan*, a todos ellos les he prestado mi voz. Llevaba meses siendo la voz de Keneth Flamingo, el investigador de *Misterios Insoslayables*, un pasquín de nota roja que nos mandaban de los Ángeles cada dos viernes para que saliera al aire el lunes siguiente, así que en México el programa se transmitía con una semana de retraso. Todo ocurrió durante uno de aquellos desfasamientos.

Un cambio directo de imagen con plano medio, muestra a dos jóvenes, un hombre y una mujer, detrás de ellos una granja, ambos norteamericanos, de tez blanca y atuendo descuidado, él porta una camisa larga a cuadros en tonos café y un pantalón azul, da la apariencia de ser granjero, ella lleva un suéter negro y debajo una blusa blanca. La toma es al aire libre, en un día soleado, contrasta con la imagen previa del estudio.

A cuadro se ve la mano del entrevistador, sostiene el micrófono para que los jóvenes digan algo frente a la cámara. La toma esta mal encuadrada, mantiene constante movimiento, se genera ruptura del eje. Surge la leyenda «*ERIC'S WIFE & BROTHER*».

—Sí, estábamos cenando un pavo y...eeh...—dice el joven mientras mastica un palito de madera— era invierno y los primos...habían...bebido demasiado. Usted sabe, se perseguían unos a otros afuera del granero y...ah, según dijo *Mery Ann* apareció una mujer pidiendo ayuda y mi hermano Eric salió con ella, nunca volvimos a verle.

— ¿Y ustedes no se dieron cuenta de nada? —pregunta Keneth Flamingo, sin salir a cuadro.

—Pensamos que era...—dice la mujer sollozando— trabajadora social, Eric estaba...en problemas y siempre había alguien a quien pedir ayuda...—hace una pausa para continúa con tono desesperado— ¡si nos estás viendo Eric querido, sólo quiero decirte que tu esposa, tus primos y...tus hermanos... te amamos! ¡Oh Dios! —llora descontrolada.

La cámara realiza un giro de 180° dejando ver el estudio de doblaje, está Orlando y sus colaboradores: su amigo *El barbitas*, Esther, otro colaborador y Luisa la operadora en cabina.

Se mantienen tomas fijas y primeros planos que muestran a Orlando y a Esther hablando sobre el trabajo de ella.

—No, no, no, no, Esther, no, no. Yo espero verosimilitud claro pero, acuérdate de lo que te he dicho, ósea, necesitamos crear distancia, suavizar la realidad.

—Pues no es por nada pero a mí me parece que lo hice muy bien, el *sync* iba perfecto, hasta que...me interrumpiste.

—Entonces no entendiste lo que te dije, no se trata precisamente del *sync* sino del género y tú te estás equivocando.

—Pues a mí me pareció bastante creíble.

—Apuradamente...

Luisa interrumpe a Orlando para informarle que tiene una llamada de su novia Sonia, él le señala que no pudo contestar.

—Entonces, ¿lo hago más falso? —pregunta Esther.

—Sí, ósea, acuérdate que aquí lo importante es, sentir la realidad pero eximirla —comenta Orlando.

—No *mames* —dice *El barbitas*.

—Sonia insiste, dice que te vio en un ejercicio telepático —interrumpe Luisa.

El barbitas se burla de Sonia comenta que es a ella a quien le queda poco tiempo pero con Orlando, y él, a través de un intercorde, da los antecedentes de sus colaboradores, *El barbitas* tiene estirpe en el medio, tanto su madre como su padre doblan voces de personajes importantes, mientras que a Esther le dijeron que Salma Hayek inició su carrera en el doblaje y ella no pierde la esperanza.

La presentación del programa, la forma de aparecer de Keneth Flamingo, los movimientos de cámara, la iluminación, que lentamente se va aclarando, dando el mensaje de que los *Misterios Insoslayables* tarde o temprano salen a la luz. Son características de los programas amarillistas.

Las dos personas entrevistadas son de nivel medio y saben que en *Misterios Insoslayables* pueden expresarse como quieran, el joven está nervioso y dice palabras entrecortadas, narra los hechos de manera muy general, pero la chica aprovecha la cámara para expresar sus sentimientos, como una forma de desahogo y para encontrar apoyo ante su sufrimiento.

De acuerdo con Orlando lo que necesitan es dramatizar más los hechos, que es el toque principal de los programas amarillistas, tanto en México como en Estados Unidos, debido, como se indicó en el capítulo anterior, a que los programas mexicanos han retomado los formatos estadounidenses

Secuencia 10: René ve *Misterios Insoslayables*

Con plano general René está acostada boca abajo, en la cama del hotel Bamer, viendo la televisión, de pronto escucha el doblaje de Keneth Flamingo que informa acerca de un asesinato provocado por *Mamá Rosa*.

—Soy Keneth Flamingo reportando desde Texas —René presta atención a la noticia— donde otro misterio insoslayable ocurrió esta tarde. La Interpol hace grandes esfuerzos por localizar a esta mujer perturbada cuya estructura perceptual está influida profundamente por un fanatismo histórico. No es descabellado suponer que *Mamá Rosa*, una bondadosa mujer dedicada al cuidado de enfermos, hija de un pastor protestante —René pierde el interés y deja de ver el reportaje—, fue víctima de un profundo desengaño amoroso.

Se muestra el reportaje de Flamingo, la imagen es de una televisión cuya escena presenta al conductor en plano medio, es de noche, la iluminación resulta demasiado oscura, detrás de él se ve a paramédicos metiendo en una ambulancia el cuerpo sin vida de una persona, surge el logotipo del programa y la leyenda «*MATANE, TEXAS, Mamá Rosa's victim was found*». Luego en la parte izquierda de Keneth, aparece una fotografía de *Mamá Rosa* cubriendo la mitad de la pantalla.

René conoce el programa por eso presta atención al escucharlo, sabe que es de corte sensacionalista y espera encontrar en él algo que le atraiga, al principio así es, pero como la nota está centrada en la historia de *Mamá Rosa* pierde el interés al darse cuenta que no es de su contexto social.

El relato no genera impacto, no se describe exactamente los crímenes que comete *Mamá Rosa*, para el público que no comparte el mismo contexto no le resulta importante quién es o quién era sino lo que actualmente hace y la forma en que lo realiza, sus acciones son más interesantes que sus antecedentes, sobre todo cuando estos últimos parecen ser ejemplares.

Secuencia 25: Olvidemos a Jaime

En primer plano está una televisión que presenta a un reportero con rasgos mexicanos, tez morena, lampiño, vestido con traje negro, en primer plano y el logotipo del programa al que pertenece, su nombre y oficio «*Al día. Juan Obregón. Reportero*». Detrás, a la derecha, hay una patrulla con las torretas encendidas, en el fondo de lado izquierdo está Keneth Flamingo, entrevista a la novia de la víctima, rodeados de reporteros mientras surgen disparos de flashes.

La crónica del reportero es: La terrible asesina serial y traficante de órganos, que asesinó a cientos de hombres a lo largo de la Unión Americana, apareció ya, según todo parece indicar, en la República Mexicana, —René, quien ve la televisión, visiblemente preocupada, pone atención a la noticia— mientras tanto la policía nacional se niega a interferir o dar informes, *Esto es un fenómeno Americano* afirman. Más adelante, tendremos una entrevista exclusiva con la novia del desafortunado. El programa *Misterios Insoslayables* continuará con su propia cobertura, no en vivo por cierto, desde tierras mexicanas.

Al terminar la narración del reportero tocan a la puerta de la habitación de René, ella abre, es Mauricio, su novio, lleva una caja, le confiesa que el pez *Jaime*, que ella había dejado a su cuidado, murió. Para evitar su enojo y conseguir su perdón le entrega la caja, dentro de la cual hay un cachorro llamado *Olvidemos a Jaime*.

En cuanto a imagen esta secuencia es parecida a la número diez (René ve *Misterios Insoslayables*), es de noche, la poca iluminación contrasta con la luz encendida de las torretas de las patrullas y al fondo están los principales actores del suceso. Con ello se demuestra que a pesar de que *Al día* y *Misterios Insoslayables* son programas de países diferentes, la cobertura que le dan al sensacionalismo es muy parecida por la similitud de los formatos.

La mentira y difamación son parte integral de la noticia, cuando el conductor de *Al día* menciona que tendrá una entrevista en exclusiva con la novia de la víctima mientras Keneth Flamingo la está interrogando, ejemplifica cuán contradictoria puede resultar la información que se presenta, pero esto es aceptado y poco reprochado por el espectador porque, en este caso, lo que realmente interesa es conocer la reacción que tendrá la joven, lo importante es escuchar aquello que tiene que decir.

En esta secuencia se observa que René presta más atención a la narración que cuando *Misterios Insoslayables* narró las características de *Mara Rosa*, porque el suceso ya es en México, ahora pertenece a su contexto y por ende ella o alguien cercano puede verse involucrado en los crímenes de *Mamá Rosa*.

Secuencia 33: *Misterios Insoslayables* en México

Dos jóvenes estadounidenses son entrevistados, lucen despreocupados, su arreglo personal es descuidado. Se observa la mano del reportero sosteniendo el micrófono, la imagen es plano medio, al aire libre, el día es soleado, la calle está poco transitada, al fondo varios edificios y una avenida. Surge la leyenda «*AUSTIN, TEXAS. Boyfriend believed was kidnapped by Mamá Rosa*».

—La mujer parecía ser...buena, y...cariñosa como...una linda anciana, ella le decía...cosas bonitas a mi novio, y luego lo subió al coche y ¡qué coche amigo!, era grande, hermoso, como...creo que...—detalla la joven, cuya voz está siendo doblada por Esther.

—Dicen...—interrumpe el chico que esta junto a ella.

—Yo también...—dice la muchacha.

—Dice...—interfiere el joven.

Por la calle pasa un anciano, alto, canoso, de sombrero y saco, al ver la cámara se detiene a escuchar lo que dicen.

—Yo también me habría subido, sí— termina por decir la joven.

—Dicen —interrumpe el muchacho— que después lo encontraron torturado, sin ojos y sin hígado y sin...otras cosas. Era ésa...ésa, la mujer de la fotografía, ésa era.

—Déjense de fotos, ¿para qué sirven mis impuestos? eh...—señala el anciano— ¿qué clase de democracia es esta?

—Calla abuelo, mira, sólo...somos jóvenes que queremos ser libres y vivir en paz amigo, sí, queremos ser libres— menciona la joven.

—Ah, insisto, insisto, también los jóvenes pagan impuestos— concluye el anciano.

Hay un corte de imagen para mostrar a Keneth Flamingo caminar por la misma calle, viste un traje claro y camisa negra. Está en primer plano, la cámara realiza un *dolly* para preservar el primer plano.

—Más de un centenar de familias americanas están hoy incompletas. La asesora llamada de ustedes queridos espectadores, el cadáver de Eric fue localizado yergo y sin vida, *Mamá Rosa* le

robó el corazón y esto no es una metáfora. Extraño caso que en lugar de sublimar el deseo reprime...la culpa. ¿A quién y por qué está castigando? Soy Keneth Flamingo y esto es *Misterios Insoslayables*. Para seguir esta noticia el reportero viajará a México donde presumiblemente *Mamá Rosa* se ha exportado con todas sus fechorías.

Terminan el doblaje, Orlando felicita a Esther por su trabajo, le recomienda que lea algunos autores y comienza a divagar con la palabra *corn*, ya que en el sureste de Estados Unidos suelen suprimir las vocales y como en español maíz tiene dos sílabas se debe aplicar el efecto contrario, alargar las palabras. *El barbitas* lo contradice al pedirle que no complique las cosas, que traduzca maíz sin alargar palabras, Orlando se molesta al sentirse incomprendido.

En esta secuencia los dos jóvenes no utilizan al medio para desahogar sus sentimientos, en lugar de mostrar tristeza y dolor, la chica expresa su sorpresa, casi admiración por el carro que *Mamá Rosa* utiliza. Mientras que el muchacho se interesa en contar el modo de operar de la asesina serial, relato que ayuda a crear en el televidente la imagen de cómo es que murió la víctima, así deja por sentado que en la televisión no toda violencia forzosamente tiene que ser visual.

Además es un ejemplo de que el sensacionalismo puede llegar a disminuir el poder de asombro en las personas sobre temas como la violencia física o los asesinatos.

En el caso del anciano ni siquiera está claro lo que intenta decir, sus comentarios no tienen relación con la entrevista a los jóvenes. El programa *Misterios Insoslayables* no es en vivo, así que habrían podido editar la aparición del anciano y repetir la entrevista a los jóvenes para que se expresen mejor; sin embargo, una de las características del amarillismo en la televisión es el sentido de inmediatez, en el cual los protagonistas suelen titubear, observar hacia la cámara y hacer comentarios fuera de contexto.

El discurso de Keneth al incluir la llamada de los televidentes crea una sensación de importancia y cercanía al promover la participación del público. Utiliza palabras *rebuscadas* que le dan superioridad y una imagen de mayor conocimiento. Al incluir la palabra *castigo* le resta importancia a la versión de una anciana demente, la coloca en el rango de una heroína que a falta de una autoridad competente toma la justicia por propia mano, y convierte a toda la población en posibles víctimas por no actuar de manera correcta, tanto en sentido social como religioso.

Con el anuncio de su viaje a México para continuar la cobertura Keneth manifiesta un compromiso con la noticia, obtiene mayor percepción de cercanía con su auditorio, algo que otros programas no tienen y que a él le puede beneficiar si con ello logra crear admiración hacia su persona o hacia la emisión que presenta.

Secuencia 46: Orlando, te toca

Keneth Flamingo entrevista a John Mirakle que investiga a *Mamá Rosa* en México, el reportero aparece a cuadro junto al detective. La toma es con plano medio y cámara fija, al fondo se ve a Mick Brandom, Ariel y otros policías junto a diversos reporteros, la escena es de noche, de vez en cuando resalta la luminosidad de los flashes de cámaras fotográficas junto con la luz roja de la torreta de una patrulla. También surge el cartón con el logotipo del programa y el nombre del detective «*JOHN MIRAKLE. Interpol Detective*».

—Bueno, pues, aparte de la astucia de la...enfermera asesina, nuestra investigación ha sido frenada por la incompetencia de las...autoridades mexicanas.

En la imagen Keneth se acerca el micrófono para hablar pero Orlando se queda callado al estar deprimido por encontrarse solo.

—Orlando te toca... Orlando— le dice *El barbitas*.

La imagen es un plano general del estudio de doblaje, Orlando sus tres colaboradores y al fondo Lucia en cabina.

—Eh, hay razones para creer que está en México, sí, sugeriría a la población se mantengan alejados de las máquinas de fotografías— *El barbitas* continúa doblando la voz de John Mirakle.

Hay un cambio de imagen, está la novia del joven víctima de *Mamá Rosa*, la cámara realiza leves movimientos, se mantiene el plano medio, ahora no aparece a cuadro Flamingo, sólo se observa su mano que sostiene el micrófono, detrás de la chica hay periodistas, camarógrafos y curiosos. Se muestra el nombre «*CLARISSA FERNÁNDEZ. Victim's girlfriend*».

—Sabe, creo en Dios y tengo fe en que *Mamá Rosa*...tengo fe en que... —comienza a llorar—. ¡Oh Dios!

Tras el doblaje, Esther le reclama a Orlando que no pueden trabajar así y que tiene que hacer a un lado sus problemas personales. Él se molesta, la comienza a ofender y termina por despedirla, *El barbitas* le pide que lo reconsidere, ambos amigos discuten, para al final todos incluida Luisa terminan por ser despedidos.

Como John Mirakle es la principal autoridad en el caso de *Mamá Rosa*, Keneth Flamingo sí aparece a cuadro, dando mayor credibilidad a *Misterios Insoslayables* por entrevistar a una autoridad, que además es de un nivel cultural y académico mayor que el común de las personas que aparecen en el programa.

Con la novia de la víctima Keneth no está a cuadro, genera así un distanciamiento ya que es el presentador y busca mantener un estatus de mayor jerarquía.

La escena es igual en México y Estados Unidos, en exterior, de noche, con poca iluminación, torretas de patrullas, ambulancias, y mucho movimiento policiaco al fondo, se comprueba una vez más que los casos son similares, sea en un país desarrollado u otro en vías de desarrollado el sensacionalismo es parecido, en ambos lo que le atrae al telespectador es la violencia y el peligro.

Secuencia 68: Yo también estoy solo

Orlando despierta en la habitación del Hotel Bamer, aún adormilado baja el ascensor y descubre una gran movilización policíaca en la recepción, luego del operativo fallido contra *Mamá Rosa*, la cámara realiza un *travelling*, hasta encontrarse con John Mirakle quien acompaña a Mick Brandom que es llevado en camilla, John le asegura que atraparán a *Mamá Rosa*, la cámara se concentra con el cabo Rodríguez que busca a René para llevarla fuera del lugar. Ella camina bastante consternada por haber sido rehén de *Mamá Rosa*. Baja las escaleras, al salir del hotel se acercan fotógrafos, pero el cabo Rodríguez ordena que le abran paso.

La cámara realiza un *dolly* para seguir a los personajes, continúa el plano medio. Ya en la avenida Keneth Flamingo detiene a René para realizarle unas preguntas, la entrevista y ambos permanecen a cuadro. Es de noche, por lo que no existe demasiada iluminación, pero se distinguen las luces de los flashes, las sirenas de las ambulancias y se escucha el ruido de las personas así como de las patrullas. René está entre policías, reporteros, camarógrafos y curiosos.

—No sé, no sé — dice René al relatar lo sucedido, su voz es reemplazada por la de otra persona, la imagen pierde calidad, un ligero pixeleo es la transición para señalar que ahora la escena pertenece al video que proyecta el estudio de doblaje de Orlando—, yo sólo iba por sodas, todo fue tan rápido. Yo no quería ir por sodas, yo no quería sodas...—en pantalla aparece la leyenda «RENÉ EGIARTE *Mamá Rosa*’s Victim», después cambia a «MEXICO CITY»— y de pronto estaba aquí con un revolver en la sien, indefensa ante esa horrible mujer, los brutales policías. La reconocí de inmediato y entonces me creí perdida había visto fotos de *Mamá Rosa* en televisión...en su programa.

—Si claro, ¿Algo más que recuerde de lo que pasó esta noche?

—Ah, sí, esa mujer me utilizó y...y...al estar tan cerca de la muerte vi en un instante toda mi vida y como si los diez años que llevo de psicoanálisis de pronto hubieran servido de algo, me di cuenta de mis equivocadas elecciones de pareja.. ¡Oh!, me engañaba, cómo me engañaba. Ahora quiero comenzar una nueva vida, con alguien tal vez...—René trata de ocultar sus lágrimas y se apoya en Keneth quien la abraza a modo de consuelo.

—Tranquila —dice él.

—Pero estoy tan sola.

—Yo también, yo la entiendo yo también estoy solo —al fondo Orlando baja las escaleras del hotel, completamente confundido al no saber lo que ocurre.

— ¿Sí? —pregunta René.

—Sí —contesta el conductor; de pronto comienzan a besarse ante las cámaras por varios segundos — córtale, córtale —le indica Keneth Flamingo al camarógrafo.

Entran cortinillas y aparece el nombre del programa *Misterios Insoslayables*, así finaliza el video que se proyecta en el estudio.

Debido al estado en el que se encuentra René y por ser una víctima más de *Mamá Rosa*, los policías deben protegerla; pero incluso bajo esas condiciones, los reporteros de programas sensacionalistas tienden a imponerse sobre la autoridad, por ello permiten que Keneth Flamingo la entreviste para *Misterios Insoslayables*.

Durante su testimonio, René no menciona con precisión lo que le ocurrió, pero sí hace referencia a *una horrible mujer y a los brutales policías*, lo cual, se vuelve una crítica a los oficiales, que realizan un operativo ineficaz, al no lograr detener a *Mamá Rosas*, perder varios oficiales durante el tiroteo y exponer a inocentes, en este caso a René.

A su vez, el que René se encuentre en *shock* y no aporte una descripción detallada de lo que sucedió cuando la anciana la tomó de rehén, en lugar de perjudicar beneficia al programa, pues presentan la realidad tal como es, de la misma manera en que cualquiera reaccionaría luego de encontrarse a manos de una peligrosa asesina serial.

Cuando René comenta que vio las fotos de *Mamá Rosa* en *Misterios Insoslayables*, pareciera que crea un lazo de cercanía y familiaridad con el programa, generalmente cada vez que lo veía perdía el interés, pero ahora al estar junto al presentador expresa sus pensamientos y emociones con libertad y Keneth se interesa en escuchar su relato y su sufrimiento. Incluso es tanta la simpatía que René tiene con Flamingo que al final termina por besarlo.

3.3 SENSACIONALISMO A TRAVÉS DE UN MUNDO MARAVILLOSO

El caso del sensacionalismo en la prensa, es similar al de la televisión. Algunas cintas recurren al periódico para presentar notas sobre sucesos violentos, exagerados o falseados, que bajo la temática del filme resultan sobresalientes. Entre esas películas destacan: *Conejo en la luna* (2004), *Cero y van cuatro* (2004), *Blackyard: El traspatio* (2009) y *Un padre no tan padre* (2016).

Sin embargo, lo hacen de manera breve, muestran durante segundos la portada del diario, donde si bien destacan las imágenes sangrientas y los titulares impactantes, que por sí mismos son importantes, no se logran captar las particularidades de las notas periodísticas.

Es claro que toda presentación del sensacionalismo, por mínima que sea, es válida para una investigación como la actual, pero al contar con *Un mundo maravilloso* en donde constantemente se visualizan las imágenes, se leen los titulares, los contenidos y la estructura de la redacción de las notas de diversos periódicos, además de retratar la labor interna del diario al mostrar la mesa de redacción, la opinión de los dirigentes y hasta la manera tradicional en que se intenta vender el diario, con un niño voceando la primera plana, se convierte en una cinta muy adecuada para analizar el sensacionalismo de los periódicos mexicanos.

Lo anterior, sin dejar de lado que el reportero Felipe, por tratar de cumplir con su labor y ofrecer una noticia que impresione a su jefe, don Carlos, decide inventar y falsear los hechos de Juan Pérez en el *World Financial Center*, dando como resultado una enorme controversia en torno a la cual gira la historia de *Un mundo maravilloso*.

3.3.1 UN MUNDO MARAVILLOSO, GENERALIDADES

Luis Estrada realizó *Un mundo maravilloso*, filme que tuvo su premier el lunes 13 de marzo de 2006 en el Teatro Metropolitan de la Ciudad de México, reuniendo a más de tres mil personas.

La aparición de la película en cartelera fue el viernes siguiente, 17 de marzo, bajo la clasificación B-15 (para mayores de 15 años) y con un total de 350 copias en toda la República Mexicana. Al igual que *La ley de Herodes*, película anterior de Estrada, se estrenó en pleno proceso electoral presidencial, pero su director enfatizó en que no fue planeado:

[...] el estreno es en un momento oportuno, aunque habrá detractores que digan que es oportunista. Pero sería el director más maquiavélico del mundo si pudiera planear mis películas con esta cronología. Claro cuando la tuvimos, la distribuidora y yo decidimos que era bueno estrenarla en ese momento. (Quijano, 2006)

Luis Estrada quería con su película generar una crítica hacia el gobierno del entonces presidente Vicente Fox, especialmente en relación con el cambio que proponía y la enorme desigualdad entre ricos y pobres. Para ello recurrió al género de comedia, con el que como él mismo menciona, pudo generar

[...] una sátira del sistema político y económico que vive este país, y creo que es muy sano reírnos de nosotros mismos, por eso tiene ese humor negro para que provoque una reflexión de lo que vive este país y de los comediantes que lo dirigen. (Caballero. 2006, p. 8a)

Respecto a las críticas recibidas por el filme, la mayoría fueron favorables, resaltaron el acierto que tuvo al rendir un homenaje al cine desde el cine, haciendo referencia a los actores: Charles Chaplin, Germán Valdés *Tin Tan* y Pedro Infante, así como a los directores: Frank Capra, Luis Buñuel, Stanley Kubrick e Ismael Rodríguez, con las escenas donde

[...] las siluetas de un conjunto de edificios posmodernos integran el paisaje que Juan Pérez y los suyos (Cecilia Suárez, Jesús Ochoa, Ernesto Gómez Cruz, et al) contemplan desde la ciudad perdida en donde se pudren, viviendo casi en blanco y negro, con un vestuario y una composición que evoca lo mismo la filmografía gitana de Kustorica, que los trabajos más entrañables de Chaplin y de Tintan. (Avilés, 2006)

Diversos críticos, directores y actores, coincidieron en que Luis Estrada fue valiente al filmar la película, sin que *le temblara la mano* por criticar al gobierno en turno, a la clase política, al clero, al sistema político, a la prensa, a la televisión, así como a ricos y pobres.

Aunque no todo fue positivo, Ysabel Gracida, en su columnas *Corte!...* y *Confesión*, realizó una fuerte crítica a *Un mundo maravilloso*:

Las hipérbolas, las metáforas, las citas constantes a otros textos y momentos, la elipsis, las repeticiones y demás, no logran integrarse con el relato para darle sentido y ese camino que se intuía hacia el absurdo no se logra [...] No se puede ser irónico con una situación como la que se vive en México en estos días, sin atreverse a llegar hasta las últimas consecuencias, si no, todo queda en quise y no pude, como la propia realidad mexicana (Gracida, 2006, p. F3).

Después de su exhibición en cines, *Un mundo maravilloso* fue nominado a 10 Premios Diosa de Plata en su entrega número XXXVII. Logró obtener 6, en las categorías de Mejor Director (Luis Estrada), Mejor Película (Luis Estrada), Mejor Actor (Damián Alcázar), Mejor Coactuación Femenina (Cecilia Suárez), Mejor Coactuación Masculina (Ernesto Gómez Cruz) y Mejor Fotografía (Patrick Murguía). También obtuvo los premios a Mejor Película y Mejor Actor en el décimo Festival Internacional de Cine Latino de Los Ángeles.

Luis Estrada Rodríguez es hijo del también cineasta José *El perro* Estrada. En 1980 ingresó al Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), poco después mientras todavía estaba ahí, entró al Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) para estudiar Guionismo Especializado.

En 2010 estrenó *El infierno* filme con el que concluía su trilogía de sátira política y al referirse a futuros proyectos mencionó: “creo que por salud debería darme un tiempo. Para no encasillarme, para no volverme el cineasta político, mis tres últimas películas tienen que ver con mi percepción y mi hartazgo de lo que ha pasado en el país, pero no quiero seguir obsesionado” (Arrollo, 2010).

Sin embargo en 2014 presentó *La dictadura perfecta* película donde realiza una dura crítica al gobierno de Enrique Peña Nieto y a la relación que tuvo con Televisa durante las elecciones de 2012 para lograr ganar la Presidencia de la República.

Su filmografía consta de las siguientes producciones: *Recuerdos de Xochimilco*, cortometraje (1981), *Andante Spianato*, cortometraje (1982), *Venganza is mine*, cortometraje (1984), *La divina Lola* (1984), *Camino largo a Tijuana* (1988), *Bandidos* (1990), *Ámbar* (1992), *La ley de Herodes* (1998), *Un mundo maravilloso* (2006), *El infierno* (2010) y *La dictadura perfecta* (2014).

3.3.2 SINOPSIS DE UN MUNDO MARAVILLOSO

Juan Pérez es un indigente que busca refugio ante la lluvia, llega al edificio del *World Financial Center* y ve la oportunidad de entrar sin ser visto, recorre el edificio y encuentra una oficina donde dormir, pero un empleado de intendencia trata de abrir la puerta, con el fin de no ser visto Juan sale por una ventana, así descubre que está en el último piso. El intendente hace el aseo y se percata que la ventana permanece abierta, la cierra sin ver a Juan en la cornisa, quien, cuando el empleado se va, trata inútilmente de volver a entrar.

Tras varios intentos por abrir la ventana, Juan ve salir del edificio a dos personas y logra llamar la atención de ambos, quienes al ver a un hombre en la cornisa suponen que intenta suicidarse. Minutos más tarde, en las oficinas del diario *El Mercurio*, el reportero Felipe recibe el aviso de que un vago se quiere lanzar desde el *World Financial Center*, le informa a su jefe don Carlos y acude al lugar con un fotógrafo.

Luego que los bomberos logran bajar a Juan Pérez comprueban que no quería suicidarse, y cuando sale del edificio ya hay numerosos reporteros que lo interceptan haciéndole todo tipo de preguntas sobre sus intenciones de arrojarse, uno de los reporteros más insistentes es Felipe. Juan Pérez se ve sorprendido y sólo expresa palabras esporádicas, luego dos policías lo custodian hasta una patrulla. Antes de que lo metan en la unidad, Felipe les pide una fotografía a los oficiales quienes gustosos posan para la foto, Juan aprovecha el descuido y escapa.

De regreso en la oficina, Felipe hace vanos intentos por escribir su nota, hasta que se le ocurre titularla «*¿No más pobres?*», en respuesta a un discurso del secretario de Economía Pedro Lascurain, donde mencionó que en México ya no había pobres.

Don Carlos lee lo redactado por Felipe, lo cuestiona sobre su veracidad y este se respalda diciendo que tiene una entrevista grabada con Juan Pérez. Don Carlos manda a detener las máquinas de impresión para colocar en primera plana la nota de Felipe.

Por la mañana, en su oficina, el secretario Lascurain está preocupado por el revuelo que ha causado la portada de *El Mercurio*. Recibe una llamada telefónica del Presidente de la República y decide que para calmar las cosas debe buscar a Juan Pérez y tratar de aclarar el incidente.

Por su parte, y sin saber lo que está pasando, Juan visita a *Rosita*, una joven que vive en las zonas marginadas de la ciudad. Ella le da un poco de comida y ante la insistencia de Juan por invitarla a salir, le dice que cuando tenga un trabajo y un lugar donde vivir se casará con él.

Por la noche, Pérez junto a sus tres compadres: *El tamal*, *El azteca* y *Don file*, platican acerca de la muerte de uno de los vagabundos que conocían. De pronto un grupo de policías los detienen como parte del operativo implementado para dar con Juan Pérez. Por la mañana lo llevan a la oficina del doctor Lascurain. Al descubrir que todo fue un invento de *El Mercurio*, Lascurain ordena enviar un comunicado de prensa a los medios informando que Juan Pérez fue sobornado por *El Mercurio*. Además le dan \$3,500 pesos para que no vuelva a hacer nada parecido.

En las oficinas del periódico leen el comunicado de la Secretaría de Economía. Don Carlos le pregunta a Felipe y él le asegura que tiene grabada la entrevista, así que continúan con la noticia, a fin de lograr la renuncia de Pedro Lascurain. A la mañana siguiente el secretario desayuna en el jardín junto a su esposa, revisa los periódicos y en todos excepto *El Mercurio* está en primera plana el comunicado desmintiendo la versión del intento de suicidio.

Con el dinero que le dieron, Juan le compra una televisión (de uso, en blanco y negro) al papá de *Rosita*, a ella le regala flores y unas botas, le asegura que trabaja en una fábrica y que pronto tendrá un hogar. En su afán de convencerla para casarse, la lleva a ver la casa que a él le gusta y donde quiere vivir cuando ella acepte ser su esposa.

Caída la noche, Juan le lleva comida a sus compadres, les muestra el periódico donde aparece, les cuenta las promesas hechas a *Rosita* y su preocupación por ya no tener más dinero, así que junto con ellos decide ir al *World Financial Center*; pero en el edificio ya han reforzado la vigilancia y les prohíben la entrada, decepcionados se dirigen a un edificio abandonado, como ahí nadie les hace caso, Juan trata de recordar todo lo que hizo para aparecer en los periódicos, escenifica como salió por la ventana y se colocó en la cornisa, por accidente resbala y cae del edificio.

A la mañana siguiente la primera plana de *El Mercurio* es: «¡Lo hizo! Cumple cita con la muerte mártir social».

Debido a la noticia, fuera del edificio de la Secretaría de Economía un gran número de personas se manifiestan en apoyo al *mártir social*, utilizando cartulinas, pancartas y gritando al unísono: «Todos somos Pérez».

Lascurain sabe que si se muere Pérez sus aspiraciones de dirigir el Banco Mundial se terminarán. Por lo que manda buscar a Juan Pérez en la cruz roja para trasladarlo al mejor hospital de la ciudad. La condición de Pérez es sumamente grave, a la caída sufrida se suman un sinnúmero de enfermedades que tiene debido a su condición de indigente, a pesar de ello Lascurain acepta que sea sometido a una terapia de choques.

Pasan algunos días y Juan despierta en el hospital, le cuesta trabajo creer que está en un lugar tan lujoso y bien atendido, además de ser famoso por salir en televisión. Lascurain va a visitarlo para hacer un pacto, el secretario le dará un trabajo, una casa y un auto, a cambio de que él lo ayude. A Juan Pérez le hacen un cambio de imagen para convocar a una rueda de prensa, en donde alega que en realidad buscó quitarse la vida debido a una desilusión amorosa.

Tiempo después, Juan celebra su boda con *Rosita*, su nueva casa se encuentra en lo que será una unidad habitacional, pero de momento es la única en kilómetros, aun así ellos están felices. Por la noche tocan a la puerta, al abrir, Juan descubre que son sus compadres. Muy a su pesar les niega alojamiento, ellos decepcionados se van, cada uno toma su propio camino, pero los tres, tienen la misma idea: *El tamal* va al edificio de la Lotería Nacional, *El azteca* se sube a una lámpara y *Don file* está arriba de un monumento, los tres amenazan con suicidarse sino les dan lo mismo que a Pérez.

A Lascurain le informan la amenaza de los vagabundos, para evitar que se convierta en una *epidemia de pobres*, detienen a los tres. Al creer que Juan Pérez es el causante de todo, esa misma noche lo detienen bajo los cargos de suplantación de identidad, chantaje, abuso sexual y deuda del hospital.

Con todo lo ocurrido, a Lascurain se le ocurre la manera de terminar por fin con los pobres, la fórmula es sencilla, en lugar de gastar millones en combatir la pobreza con programas sociales, deben acabar con los pobres.

Juan Pérez es condenado a 3 años de prisión. Después de ese tiempo busca a *Rosita* pero su suegro, al guardarle rencor, le dice que Rosa murió ante la pena de ver a su esposo en la cárcel. Triste y sin tener a donde ir, Juan descubre que el mundo ya no es como antes, ahora todos deben portar un número de identificación, la indigencia, mendicidad y vagancia están prohibidos.

Con el único propósito de suicidarse entra a una iglesia para lanzarse desde el balcón, antes de hacerlo un sacerdote lo convence de lo contrario, una vez en la planta baja, tres monaguillos golpean a Juan y lo arrojan a los contenedores de basura. Ahí sus compadres lo encuentran y lo llevan a los subterráneos donde ahora se refugian los vagabundos.

Una vez recuperado de la golpiza, Juan se entera que *Rosita* no está muerta y que tuvo un hijo de él, Juan va en su búsqueda y les asegura que un día de rico es mejor que una vida de pobres. Por la televisión Juan Pérez y su hijo observan la ceremonia en la que el doctor Pedro Lascurain Hartman, recibe el Premio Nobel de Economía por su revolucionaria teoría para acabar con los pobres, Juan le dice a su hijo que gracias a ese señor, él tendrá un futuro brillante.

Los compadres de Juan llegan a visitarlo, mientras *Rosita* prepara la mesa, lentamente se descubre que la casa en la que están es la que Juan siempre quiso, sólo que para conseguirla tuvo que matar a quienes vivían en ella y no siente remordimiento, pues: más vale un día como ricos, que una vida de pobres.

3.3.3 SECUENCIAS Y ANÁLISIS DE UN MUNDO MARAVILLOSO

En el caso de la nota roja en la prensa escrita, serán diez secuencias las que se analizarán, éstas se han elegido por mostrar la manera en que los diarios sensacionalistas cubren las noticias al recurrir al falseamiento e invento de información, a las imágenes sangrientas y cómo es que estas notas influyen en la población.

Secuencia 6: Un vago amenaza con suicidarse

Con plano general se ve un edificio, las lámparas dan una iluminación tenue que contrastan con el letrero en la puerta de color rojo neón de *El Mercurio*. Mientras barren el agua de la entrada el sonido de un teléfono es el enlace para mostrar el interior del edificio, en plano medio Felipe pasa notas de una computadora a su cuaderno. Tras el segundo tono, contesta:

—*Mercurio*, buenas noches.

Ahora el plano general es utilizado para señalar la mesa de redacción del periódico: don Carlos, Ramón, jefe de Redacción, *Paco*, jefe de Nacionales, y tres personas más discuten alrededor de la mesa llena de periódicos, hojas de apuntes, cigarros y café.

Con planos medios se desarrolla el diálogo:

— ¿Y qué tenemos para las ocho de mañana?— pregunta don Carlos.

Con expresión de cansancio y aburrimiento Ramón lee unas hojas:

—Otro atentado en Medio Oriente, veintitrés muertos; los gringos volvieron a bombardear Irak, y el *Nasdak* en picada, cayó otro seis por ciento.

—Nada nuevo— señala el director.

Con plano medio se presenta a Felipe mientras termina de apuntar la información que le dan por teléfono:

—Gracias —responde, cuelga el auricular y se levanta apresurado.

En la mesa de redacción continúa la conversación con planos medios.

— ¿Tú, Paco? —Pregunta don Carlos al Jefe de Nacionales.

—Lascurain canceló la cumbre mundial contra la pobreza —Felipe entra a la oficina— y además se aventó la puntada de decir que en México ya no hay pobres, ¿cómo ves?

—*Pinches* neoliberales. Viven en un país de fantasía estos *cabrones*.

—Y por ahí corrió el rumor de que se lo quieren llevar de Presidente al Banco Mundial.

—Dios los crían y ellos se juntan, ese apuntalo en la ocho ahí le vas a dar en la madre al *Chicago Boy* (Pedro Lascurain).

Desde que entra, Felipe trata de hablar y finalmente encuentra la oportunidad.

—Perdón que lo interrumpa don Carlos, pero creo que esto le puede interesar.

— ¿Qué pasa Felipe?

—Me dicen que un vago (Juan Pérez) se coló al *World Financial Center* y amenaza con tirarse y al parecer no encuentran la manera de bajarlo.

— ¿Un vago en el *World Financial Center*? Llévate un fotógrafo y cúbrelo y si se tira ese *pendejo* me llamas inmediatamente a lo mejor *matamos dos pájaros de un tiro*.

—Sí señor— responde Felipe sin ocultar su alegría.

Se da un cambio a plano general con el fin de mostrar nuevamente a todos los integrantes de la mesa de redacción.

—Yo creo que nos vamos con esta —don Carlos les muestra fotos de una joven atropellada—, al menos un poco de sangre nos garantiza algunas ventas— concluye.

Un plano a detalle muestra dos fotografías en blanco y negro, una sobre la otra, de la joven atropellada tirada en el suelo, con dos heridas, una en la frente y la otra que va del pómulo derecho al cuello.

Atentado en Medio Oriente con 23 muertos, *gringos* que bombardean Irak y Nasdaq en picada, son noticias importantes, pero al ser recurrentes han dejado de ser novedosas, y sobre todo no resultan familiares, la gente en México no se identifica con atentados ni guerras.

Los muertos y bombardeos en Irak son sensacionalistas, hay sangre y heridos, incluso resultan ser más impactantes que una mujer atropellada, pero no son acontecimientos cercanos, pueden pertenecer a su misma clase social, sólo que de una región, país y cultura diferente, mientras que una mujer atropellada es mucho más próxima, resulta ser un suceso más probable para cualquier peatón.

Es interesante la nota de un vagabundo porque es de la región, existe un sentimiento de cercanía, demuestra que todavía hay pobres, contradice la declaración del secretario de Economía, y al igual que en el caso de la joven, es mejor una sola persona con la que se identifiquen los lectores, que cien extraños.

Secuencia 7: ¿Por qué lo hizo?

En plano general Juan Pérez está sobre la cornisa del sexto piso del *World Financial Center*, en el ángulo cenit se distinguen patrullas, bomberos, una ambulancia, reporteros, camarógrafos, fotógrafos y curiosos, todos expectantes ante lo que pueda suceder.

Con un plano general y varios planos medios aleatorios fuera del *World Financial Center*, policías forman una valla humana, detrás reporteros con libretas y micrófonos en mano ven con enorme interés hacia el sexto piso.

Los bomberos logran rescatar a Juan Pérez y al percibir su olor a alcohol, lo recriminan por todo lo que ha causado.

Reporteros, fotógrafos y camarógrafos esperan la salida de Juan. Un plano medio y ligeros movimientos de cámara permiten ver cuando Felipe llega al lugar con mochila al hombro y una grabadora en la mano; aprovecha su baja estatura para meterse entre sus colegas hasta colocarse al frente del cerco policíaco, con sus gestos evidencia que tratará de anticiparse y tener la primera entrevista.

Por la puerta del *World Financial Center*, en plano americano, empujan a Juan para que salga custodiado por policías. Los curiosos aplauden, mientras los periodistas en su afán de conseguir una declaración, rompen la valla precipitándose hacia él, quien, a través de un plano medio, se encuentra atónito, comienzan a cuestionarlo entre apretujones, incluso Pérez se ve ensombrecido y apenas logra distinguirse.

—Señor, ¿me puede decir su nombre?—pregunta un reportero del que únicamente se aprecia su espalda.

—Eh, Pérez, Juan Pérez— responde confuso.

— ¿Por qué quería tirarse? —cuestiona un hombre de lentes, a su izquierda está Felipe y tras de él hay quienes intentan acercar sus micrófonos, también fotógrafos que buscan obtener la mejor imagen.

— ¿Fue un acto premeditado?— vuelve a indagar el primer reportero.

En primer plano Juan Pérez continúa sorprendido y rodeado de micrófonos.

— ¿Se iba a tirar como una protesta contra el gobierno?— interroga Felipe extendiendo su grabadora hacia la cara de Pérez, todos muestran interés por la pregunta.

—No, no, no, yo estaba nada más...

— ¿Fue el hambre lo que lo orilló a tomar esta decisión?— interrumpe un periodista que no aparece a cuadro.

— ¿La elección de este edificio fue para generar conciencia sobre la globalización?— sugiere Felipe.

— ¿La qué? — pregunta Juan, cuyo rostro es obstruido por la grabadora de Felipe.

— ¿Pertenece a algún grupo político?— le pregunta el reportero de lentes.

Antes que pueda elegir las palabras para responder, Felipe le vuelve a preguntar:

— ¿Se considera una víctima más de las políticas neoliberales?

Un plano americano ratifica que Juan está rodeado de periodistas, detrás hay fotógrafos y camarógrafos, mientras él únicamente logra articular oraciones a medias.

— ¿Quiere decir algunas palabras?— le cuestiona alguien más.

—Sí, sí, eh, un saludo para *Rosita* —dice Juan, toma un micrófono e intenta concentrarse.

Al escuchare su respuesta un policía le da un empujón hacia el frente.

—Órale *cabrón* déjate de payasadas, jálale a la patrulla.

Es llevado a empujones por los uniformados, mientras los reporteros quieren obtener una declaración.

Felipe se queda solo frente a la puerta del *World Financial Center*, se lamenta no obtener nada útil, su fotógrafo se le acerca y él con decisión le dice:

—Torres, sígame.

Juan se resiste a ser llevado en calidad de detenido, antes de que dos policías logren subirlo a la patrulla, Felipe se acerca:

—Sargento, sargento, ¿me dejaría tomarle un par de fotos?

Los policías dejan de forcejear con Pérez y Felipe le dice a su fotógrafo:

—Órale Torres.

Los dos policías posan ante la cámara, en ese momento pasa el camión de bomberos y Juan Pérez aprovecha para subirse y evitar su detención.

En la secuencia al demostrar la amplia cobertura de los medios de comunicación, a pesar de ser sólo un vagabundo, se refuerza el hecho de que de una u otra manera los medios son sensacionalistas, todos terminan interesados por temas que atraen la atención de los grupos populares.

Con el saludo que Juan le manda a *Rosita*, se ratifica que ante los micrófonos se debe aprovechar la ocasión así sea únicamente para expresar cosas insignificantes y que basta una cámara para creerse famoso, pero también resulta una forma de expresión, Juan da a conocer sus sentimientos y utiliza al medio para atraer la atención de *Rosita*, utiliza al medio para sus propios fines.

En relación con Felipe, está consciente de lo importante que es la imagen, al no tener una nota que publicar, al menos quiere una buena fotografía. Incluso los policías quieren salir en el periódico, tanto que descuidan a Pérez.

Secuencia 8: ¿No más pobres?

En la redacción de *El Mercurio*, sentado frente a su computadora, en plano medio, Felipe piensa cómo redactar su nota, se le ocurre algo y escribe, un plano a detalle permite leer en la pantalla «*Hombre común vs Globalización*».

En plano medio Felipe realiza una expresión desaprobatoria, borra lo escrito, piensa un poco y con un regreso del plano a detalle se lee en el monitor «*Juan Pérez vs Neoliberales*».

Se alternan planos medios, a Felipe no termina por convencerle la redacción y la vuelve a suprimir. De pronto le surge una idea, con una sonrisa expresa su agrado, el plano a detalle presenta el título «*¿No más pobres?*», al inicio de la nota se lee «*Se quiere suicidar para protestar contra la pobreza*».

Felipe alza la vista, el reloj de la pared marca la una con veinticinco de la mañana, se apresura a escribir, luego con énfasis aprieta una tecla como señal de triunfo, manda a imprimir su nota e impaciente espera a tener la hoja con su nota, una vez en sus manos lee ansioso.

El sonido de pasos, es el previo a un primer plano de don Carlos que camina de la sala de juntas al lugar de Felipe, conforme avanza se acomoda la gabardina que trae puesta.

El diálogo transcurre entre planos medios de don Carlos y Felipe, el primero mira hacia abajo, así da la impresión de un ángulo en contrapicada, mientras que en Felipe se emplea el ángulo en picada.

— ¿Qué pasó Felipe?, ¿cómo te fue?

—Pues, más o menos don Carlos al final sí lograron bajar al tipo ese y aunque dijo algunas cosas interesantes, pues la cosa terminó *sin pena ni gloria* —nervioso le entrega su nota— mire, a ver qué opina.

Don Carlos se coloca sus lentes y comienza a leer, al terminar lo cuestiona:

— ¿Estás seguro de esto?

En un inicio Felipe duda, voltea a su derecha e izquierda y dice:

—Aquí está la entrevista— al tiempo que le muestra su grabadora.

Don Carlos sonrío, hay un cambio a plano americano, toma el teléfono, marca al taller de imprenta y ordena:

—*Chucho*, para las maquinas. ¡No hombre!, mucho más que eso ¡tenemos una bomba!

Un breve plano a detalle evidencia la alegría de Felipe tras escuchar a su jefe.

Felipe busca una redacción que le atraiga al público, que lo identifique y en este sentido *globalización* y *neoliberales* pueden ser palabras desconocidas, lejanas para los lectores pero *hambre* es común. Redactar que se protesta contra el hambre genera identificación entre los que la padecen y los que se sienten amenazados al poder llegar a sentirla en determinado momento.

Protestar contra lo que les pasa o puede pasar es de admirar, muchos lo quisieran hacer pero pocos se atreven, por ello se sienten identificados, incluso respaldados ante su causa y más si alguien está dispuesto a dar la vida.

Mientras que don Carlos utiliza al diario como una forma de expresar su desagrado e ir en contra de los que están en el poder, en su periódico la prioridad es el dinero, por ello elige lo que les garantiza ventas: la sangre, pero se da cuenta que un suceso como el de Juan Pérez le beneficiaría mucho en sus dos objetivos porque incluso aún sin sangre la gente se identifica con Pérez y su protesta contra el gobierno.

Secuencia 9: Imprenta

Diez planos a detalle de las máquinas de impresión y de cómo estas le van dando forma a la versión impresa de un periódico son presentados de manera breve, al final con efecto de espiral y un primer plano que concluye con efecto de barrido, se muestra un periódico tal como se ofrece en los puestos, incluso doblado por la mitad, en primera plana está la nota de Felipe.

Con letras grandes que ocupan un tercio de la mitad de la portada y en negritas se encuentra el título «*¿No más pobres?*». Con tipografía de menor tamaño se lee el encabezado de la nota «*Quiere suicidarse para protestar contra la pobreza*». Del lado izquierdo, ocupando tres cuartas partes a lo ancho del diario, la imagen de Juan Pérez sobre la cornisa del *World Financial Center*, a la derecha a doble columna está el texto de lo ocurrido y debajo otra foto más pequeña de Pérez frente al micrófono de los reporteros. Esta parte de la secuencia es acompañada por una música graciosa y entretenida, que se asimila a la melodía en un circo.

La secuencia presenta la típica portada de un diario: título grande e impactante, la imagen de lo ocurrido, los detalles (falseados) del suceso, incluso otra fotografía para reforzar aquello de la entrevista en exclusiva, el título es para atraer la atención del lector y generar identificación.

La nota está redactada para crear un lazo de unión entre pobres, y atacar al gobierno, más que para crear reflexión entre la población.

Secuencia 17: ¿Por qué cree que usted es pobre?

Mediante plano a detalle, Lascurain sostiene varios diarios en sus manos, el primero es de *El Metropolitano de la tarde*, en primera plana «*TODO UN ENGAÑO MÁRTIR SOCIAL*». A la izquierda a color la foto del secretario de Economía y Juan Pérez, a la derecha en la primera de dos columnas el comunicado de prensa, en la otra columna noticias de distinta índole.

Lascurain, lee en voz alta la nota y el nombre del diario, después pasa a otra publicación, *El Centinela, vida y cultura de México*, como encabezado tiene «*Falso suicida*», al centro la misma foto de Lascurain y Pérez, de lado izquierdo un recuadro con varias entradas de otros temas, a la derecha el comunicado de prensa. También lee el titular y el nombre del diario. Un primer plano refleja la alegría en el rostro del secretario, continúa leyendo «*Todo un fraude lo del mártir social*». *La gaceta de México*.

Se da un cambio a plano general para mostrar que el secretario y su esposa van a desayunar en el jardín de su casa, mientras la sirvienta llega con comida. Reanuda su lectura «*Pobre impostor*», niega *El Continental*. «*Lo mato a taconazos*», se pasa a un plano a detalle de *El Mercurio* que debajo del encabezado, con tipografía pequeña, presenta el principio de la nota «*Lo sorprendió por la espalda, él le había regalado el arma homicida*», a la izquierda continúa la noticia acompañada de la fotografía de un hombre, a la derecha la imagen de una zapatilla con tacón de punta y una mano sosteniéndola.

Extiende todo el diario y tras revisar en páginas interiores, encuentra el comunicado de prensa en la parte inferior de la página veintidós, con letras pequeñas está el título «*Resultó “balín” el mártir social*», en tipografía todavía más pequeña «*Confiesa su engaño el señor Juan Pérez*».

—No puede ser estos resentidos de *El Mercurio* que debían poner esto en la primera plana lo pasaron a la página veintidós, ni siquiera aceptan su mentira, no soporto la mediocridad de la prensa de este país —le comenta el secretario a su esposa.

Conforme Lascurain lee los diarios se percibe que estos son *serios*, los encabezados no recurren a frases armadas o populares, pero a diferencia de ellos *El Mercurio* utiliza analogías para referirse al caso de Juan Pérez más allá de tener intereses políticos y personales para no colocar el comunicado de prensa.

Don Carlos busca mantener en primera plana las notas que impacten, de personas comunes realizando acciones violentas en contra de la ley y con ello atacar a la autoridad, evidenciar su inoperancia, además, así el diario obtiene mayores ganancias económicas.

Secuencia 23: ¡Lo hizo! Pérez cumple su promesa

Con efecto de espiral se presenta la fotografía de Juan Pérez, luego cuatro planos a detalle de las máquinas de imprenta mientras trabajan. Fuera de la oficina de *El Mercurio* en plano general y ángulo en contrapicada, la cámara sigue el periódico que lleva en la mano un niño voceador.

— ¡Extra, extra, lo hizo, lo hizo! Falso mártir social cumple su promesa ¡Extra, extra!, llévelo.

Junto a la puerta de entrada de *El Mercurio* hay un muro donde se coloca en gran formato la portada del diario, cuatro personas leen la noticia. Nuevamente el efecto en espiral presenta en primer plano la nota sobre Pérez, está su fotografía, tirado en el suelo, boca arriba, vestido con ropas viejas y sucias; el titular «¡Lo hizo!», como introducción se lee «*Cumple cita con la muerte mártir social*».

El niño voceador, al *gritar* la nota ratifica que para el público hay una lectura oral más que escrita, una lectura para ser contada, no sólo leída. Al mencionar la frase *falso mártir* el niño le da mayor peso a la nota y al diario, además echa por tierra el comunicado de prensa del secretario Lascurain, resulta así una victoria para el pueblo en contra de los grupos en el poder.

Cuando las personas se reúnen a leer frente a las oficinas de *El Mercurio* se comprueba el gran peso que tienen los encabezados, el interés por leer únicamente esa parte del diario y que al hacerlo el lector cree estar informado.

Secuencia 24: ¡Todos somos Pérez!

En las inmediaciones de la Secretaría de Economía, un plano general presenta a policías del Cuerpo de Granaderos de espalda que vigilan a manifestantes, con la profundidad de campo se evidencia a un gran número de inconformes, la mayoría de ellos vestidos de playera blanca con la figura de Juan Pérez, brincan, levantan una mano y la agitan mientras gritan al unísono «*Todos somos Pérez, Todos somos Pérez*».

Entre los protestantes se encuentran personas con máscaras de cochino, máscaras antiguas, cascos de motocicletas, incluso algunos jóvenes estilo *punk*. Además se leen carteles con la consigna «*no deuda externa*». Quien más resalta es un señor de tez morena, sobrepeso, y despeinado que trae consigo un altavoz con el que incita a continuar gritando.

Lalo, secretario particular de Lascurain, trata de contener a la prensa mientras llega su jefe. Un plano general se utiliza en el arribo del secretario, dos motociclistas de tránsito y dos automóviles de la policía custodian su vehículo, que se estaciona a la entrada del edificio, donde otros manifestantes son vigilados por granaderos, únicamente a los reporteros se les permite estar frente a la puerta de acceso.

Al descender de su auto, un plano medio muestra la expresión de Lascurain al ver a los manifestantes, trata de sonreír y comienza a subir las escaleras, a medio camino es rodeado por reportero que comienzan a cuestionarlo.

—Doctor, ¿qué tiene que decirnos sobre lo que ocurrió la noche de ayer? —pregunta un periodista.

— ¿Qué opina acerca de que lo quite la decisión del señor Pérez? —lo cuestiona otro.

Entre primeros planos de los reporteros y de Lascurain transcurre la serie de preguntas, pero con el secretario se utiliza un ángulo en picada, por estar a mitad de los escalones.

— ¿Es el fin de su candidatura para la presidencia del Banco Mundial? —le interroga una mujer.

—Hoy mismo enviaremos un comunicado donde vamos a fijar nuestra posición —dice Lascurain mientras intenta avanzar.

—Señor secretario se comenta que si el señor Pérez muere, su renuncia sería inminente —señala Felipe antes de que se vaya.

— ¡Ay!, por favor, no sea insolente —responde *Lalo*.

Los reporteros tratan de insistir, pero el equipo de seguridad de Lascurain se los impide. Un plano general muestra el ambiente en el lugar: manifestantes en la acera junto a las escaleras de acceso, otros a los costados, reporteros y camarógrafos frente a una fuente en la entrada y el secretario que se dirige a la puerta de acceso.

El señor que porta el altavoz se agacha para recoger algo, justo cuando Lascurain logra dejar atrás a los reporteros, voltea por última vez hacia los manifestantes y el señor le arroja un huevo crudo que se impacta en el hombro del secretario, manchándole el traje y dejando fragmentos de cascarón en su ropa.

A través de un plano medio, los manifestantes continúan con sus ademanes, ahora el grito al unísono es «¡*Falso vende patrias, falso vende patrias!*!».

Con la manifestación, la gente está indignada y molesta porque se ha dicho que ya no hay pobres, se les engañó con el comunicado de prensa que desmentía la inconformidad de Juan Pérez, se difamó a un diario que presenta noticias de su interés y cotidianidad, además de que un miembro de su clase social se atrevió a realizar lo que muchos quizá pensaron pero nunca hicieron, protestar contra el régimen.

El grito de *Todos somos Pérez* refleja la admiración hacia Juan, al grado que se convierte en el ejemplo a seguir y aunque no es posible realizar lo mismo que él, lo que si pueden es apoyarlo y protestar (de manera menos extrema) por la misma causa. Esa protesta también refleja el cansancio de los manifestantes por nunca ser tomados en cuenta, y su deseo de ser reconocidos socialmente.

El operativo que las autoridades realizan demuestra el temor que existe al saber que *una turba enardecida* es capaz de cualquier cosa, sabiendo que los pobres son peligrosos, son más, y suelen dejarse llevar por sus impulsos.

Los reporteros sí pueden acercarse a las autoridades porque deben informar y aunque sean miembros de las clases populares, tienen un grado de estudios que ante los grupos hegemónicos les concede un estatus distinto al de los manifestantes.

La respuesta del gobierno ante la manifestación es preservar la cordura y no colocarse al nivel del pueblo, la sonrisa del secretario Lascurain es el sinónimo del repudio que siente y también es la muestra de que considera que, a pesar de la situación, el pueblo puede ser controlado a base de continuar con su política y estrategias con más comunicados y sin enfrentar cuestionamientos.

En esta secuencia, el huevo que un manifestante le arroja a Lascurain refleja que la sociedad ya le ha perdido el respeto a la autoridad, incluso ya no temen enfrentarlo, lo que desean es demostrar que existen, que no son invisibles y quieren ser escuchados para expresar su inconformidad.

En apariencia es una multitud desorganizada, pero sí cuentan con una organización (las playeras, las máscaras, el grito al unísono). Incluso el hecho de protestar y apoyar a Juan Pérez, es el detonante para exigir otro tipo de demandas, se aprovecha el momento para expresar todo tipo de inconformidades y resentimientos contra el sistema.

Secuencia 25: Mínimo el Nacional de Periodismo

Don Carlos se encuentra en la oficina del periódico leyendo la noticia sobre Juan Pérez, detiene su lectura y comenta sonriente:

—Eres un *chingón*, *pinche* Felipe, con esto garantizamos mínimo el Nacional de Periodismo.

Un *zoom out* lentamente muestra a Felipe y Ramón sentados junto a don Carlos en la mesa de redacción.

—Gracias don Carlos —responde Felipe.

—Nunca se me habría ocurrido que una tontería como esta iba a provocar tal escándalo —dice Ramón— hasta el *Times*, el *Washington Post* lo publican hoy, en su sección de curiosidades.

—Y apenas empezamos, pidámosle a Dios que se muera nuestro *paladín de la justicia* porque eso sí que le vamos a *sacar mucho jugo*.

—Mínimo la *cabeza* de Lascurain —comenta Ramón.

—Y el *pendejo* que ya se creía presidente del Banco Mundial.

En plano general se observa a *Chucho* tocar la ventana de la puerta.

—Perdón, ¿se puede?

— ¿Qué pasó? —pregunta don Carlos.

—Pues acertamos desde las once —los tres en la mesa sonrían—, a este paso tendremos que doblar el tiraje —concluye *Chucho*.

—Gracias —responde don Carlos, saca una licorera de piel de su pantalón—. A tu salud mí querido Felipe.

—Gracias don Carlos, no sabe lo que le agradezco *habérsela jugado* por mí —responde con seriedad.

Sin levantarse de su lugar, Ramón se estira para abrir un cajón, saca una botella de vino y dos vasos, uno para Felipe y otro para él.

—Y a la salud de...

—Pérez —le recuerda Felipe.

—Juan Pérez, que Dios nos lo conserve, pero no por mucho tiempo.

Los tres ríen y brindan para festejar el momento.

A nivel local la protesta de la gente puede ser importante pero a nivel internacional sólo es un caso curioso, sin relevancia mayor para los diarios *serios* internacionales porque al ocurrir en un país distinto y en vías de desarrollado no tiene un impacto directo en otras naciones.

El Mercurio mantiene su tendencia, noticias que impacten, sin tomar en cuenta la vida de los demás, pero la posibilidad de que deban doblar el tiraje, refleja que eso es lo que en realidad le interesa al *ciudadano común*, puede ser por morbo o curiosidad, pero consciente o inconscientemente se identifica al saber que está en riesgo la vida de uno de ellos por protestar contra el sistema.

Secuencia 32: El león cree que todos son de su condición

El secretario Pedro Lascurain está a punto de ofrecer una conferencia de prensa. Con plano general se observa una mesa con mantel azul, seis micrófonos, dos sillas, al fondo una cortina y el escudo nacional.

—Buenas noches, muchas gracias por venir —dice Lascurain a los reporteros luego de tomar asiento y acercar uno de los micrófonos.

—Doctor —interrumpe una reportera que se levanta de su asiento para atraer la atención—, ¿qué nos puede decir sobre el estado de salud del señor...?

—Antes de responder a su pregunta señorita quisiera compartir algunas reflexiones con todos ustedes —con un breve plano se ve a los reporteros que escuchan atentamente—. Los medios de comunicación comprometidos con la verdad y con el cambio democrático, han sido testigos de los enorme esfuerzos que mi gobierno ha realizado para terminar con la pobreza del país, lamentablemente aún existen algunos medios que han hecho de la mentira y la difamación su *modus vivendi* —varios de los presentes dirigen su mirada hacia Felipe— y el lamentable caso del señor Juan Pérez es un ejemplo de lo anterior, por eso he decidido que hoy, y para aclarar todas sus dudas sea el mismo señor Juan Pérez quien conteste a todas las preguntas. Juan, por favor.

Los asesores del secretario le dan palmadas a Juan para que pase. Bien rasurado, con nuevo corte de pelo, traje y corbata ingresa tímidamente, se detiene a examinar los micrófonos. Con un plano medio se evidencia el nerviosismo de Felipe.

—Eh, eh, buenas, eh, ¿cómo les explicaré por qué hice lo que hice?, bueno, pues hay les voy. ¿Alguna vez han pensado ustedes lo *cabrona* que puede ser una desilusión amorosa? —se escuchan risas y en primer plano se exhibe a un reportero sonriendo—, pues eso es exactamente lo que me paso a mí. Imagínense que después de toda una vida llena de amor con la mujer de sus sueños, lo abandonen a uno por otro *cabrón* —hay más risas y la reportera que interrumpió en un inicio esta incrédula ante lo que Juan dice—. No, pues, haber, haber díganme, quien no se va a querer matar con una historia así, y déjenme que les cuente... —Lascurain le quita el micrófono principal— lo que un hombre...

—Juan, Juan.

—*Péreme* tantito.

—No, es suficiente. Alguna otra pregunta— cuestiona el secretario.

— ¿Cómo podemos estar seguros de que en realidad es el señor Pérez? —pregunta un joven periodista.

—Ya soy otra persona, ¿verdad? —responde Juan.

—Por favor no empecemos otra vez con esa historia —dice Lascurain.

—Señor Pérez —pregunta muy seria la reportera—, entonces ya para que nos quede bien claro, ¿usted en ningún momento dudó o culpó al señor secretario Lascurain de su decisión?

Antes de contestar Juan ve a los asesores, ellos le indican que no.

— ¡Ay!, pero cómo cree señorita, si aquí el licenciado y yo somos *retebuenos* amigos, verdad mi *Lic.* —contesta mientras abraza al doctor Lascurain.

—Señor Pérez, ¿no le preocupa, después de lo que nos acaba de confesar, que la gente lo considere un fraude? —vuelve a preguntar el periodista.

—Bueno, todo depende joven, digo, si usted quiere que diga que sí, pues sí, ahora que si usted quiere que diga que no, pues no, si me entiende, ¿no?

Todos ríen ante las declaraciones, incluso los camarógrafos que graban la conferencia. El único serio es Felipe que levanta la mano para hacer una pregunta.

—Señor Pérez, ¿no sé si me recuerde?

—No, la *mera* verdad no joven —responde luego de verlo detenidamente.

—Soy el reportero que lo entrevistó, la noche que estuvo a punto de tirarse del *World Financial Center*, ¿no lo recuerda? —Un primer plano refleja la preocupación de Felipe.

—Si andaba yo *retebien* atribulado joven, cómo me voy andar acordando de usted.

—Señor Pérez, sólo tengo una pregunta, pero para mí es un asunto de vida o muerte.

—Oiga, no sea tan canijo. Bueno, a ver échemela.

— ¿Podría decirme, con toda honestidad, si no ha sido víctima de presiones o intentos de soborno por parte del gobierno para cambiar su declaración?

Juan voltea a varios lados, hasta que se le ocurre la respuesta.

—Oiga joven, pero *solamente el león cree que todos son de su condición*, ¿no les parece? — responde, en un plano medio con él y Lascurain.

En plano general todos los reporteros ríen a carcajadas, mientras Felipe trata de encogerse entre ellos.

—Ah, que nuestro amigo Pérez. De verdad es maravilloso comprobar cómo la gente humilde de este país, a pesar de sus problemas nunca pierde el sentido del humor. Muchas gracias, por venir.

El secretario y Juan se levantan de la mesa, se dan un cordial saludo para que los fotógrafos tomen la mejor imagen posible.

Como en el sensacionalismo las noticias suelen ser falseadas, exageradas o inventadas, difícilmente un reportero puede defender su nota frente a sus colegas y ante los lectores, quienes saben que estos diarios no siempre son confiables, incluso cuando el público considera conveniente cree en las noticias, de lo contrario pone en duda su veracidad.

La picardía de Juan desvía la pregunta sobre si en verdad es Juan Pérez y los periodistas prefieren no indagar más en el tema, tanto porque la polémica viene de un periódico sensacionalista, como por saber que el gobierno es quien está dirigiendo la conferencia y no deja de ser el principal proveedor de anuncios dentro de los medios.

Con pocos argumentos se deslegitima a Felipe, que no es defendido por compañeros de profesión, de igual manera a los reporteros de diarios sensacionalistas no suele preocuparles su reputación al momento de redactar sus artículos cuando son inventados o exagerados, se centran más en el impacto que pueden tener sus notas y en cumplir con la línea editorial del diario para el que trabajan.

Los medios de comunicación sensacionalistas al final no pierden, los lectores continuarán buscando notas impactantes sin importar si son reales o no, al medio no le exigen veracidad, sino entretenimiento, asombro y un punto de identificación.

Secuencia 39: Un diluvio de pobres

En ángulo contrapicado y primer plano con ruptura del eje se ve el letrero de *El Mercurio*, se escucha el sonar de un teléfono que sirve para enlazar una escena en la mesa de redacción del periódico, están don Carlos, Ramón, *Paco* y tres colaboradores. Un plano general los presenta, hojean informes, observan fotos y charlan entre ellos. Tras el segundo timbre, don Carlos indica:

—A ver contéstale Ramón, ¿no?, por favor.

—Sí, sí, ¿todavía está ahí?, a ver espérame un segundo —Ramón aparta el auricular— Carlos, no me lo vas a creer pero ya apareció un nuevo *paladín de la justicia social*, imitando al tal Pérez, este se quiere tirar de la Lotería Nacional, ¿mandamos a alguien?

—Sí, cómo no, ¿por qué no lo vas a cubrir tú? —indica con sarcasmo.

—No *Beto*, no, olvídale, a nadie —responde Ramón.

—Es lo único que le hacía falta a este país, un diluvio de pobres, háganme el *chingado, puritito puto* favor —dice don Carlos a sus colaboradores quienes comienzan a reír.

Al no aceptar cubrir un suceso similar a otro se refleja que al lector de los diarios sensacionalistas les gustan las historias nuevas que estimulen su imaginación, pierden el interés ante algo que puede comenzar a ser cotidiano y por muy importante que resulte, ya no entretiene, no causa sorpresa pues ya se sabe cómo terminará.

Incluso el hecho de que Juan Pérez negara que quería suicidarse para protestar contra la pobreza, crea desconfianza y desilusión entre la población. Al ocurrir un suceso similar, antes de que el lector sienta identificación y encuentre en esa acción una manera de expresión, tendrá desconfianza y preferirá no involucrarse para no ser engañado nuevamente.

3.4 ANÁLISIS GENERAL

Tras realizar la descripción detallada de las 6 escenas y la interpretación del sensacionalismo de la televisión en ellas, se puede comentar que el programa *Misterios Insoslayables* bautizado como *pasquín de nota roja* por Orlando, el protagonista, de acuerdo a los indicadores elaborados en el primer capítulo, cumple con las características del sensacionalismo, las noticias presentan violencia, tanto en imágenes como en un sentido descriptivo, generan una sensación y trasgreden la ley, los protagonistas son personas comunes, las narraciones del presentador incluyen melodrama y no es objetivo en la cobertura del suceso.

De la misma manera se recurre a las características del amarillismo en la TV, los movimientos bruscos de cámara, constantes desenfocados, coberturas en vivo, entrevistas a autoridades e imágenes impactantes. Mientras que el presentador utilizar un tono impactante en la descripción de los sucesos, muestra un afán de protagonismo y obtiene la simpatía del público.

Con la presencia esporádica del programa *Al día*, a través del reportero Juan Obregón, se perciben las similitudes que tiene, en estructura, con *Misterios Insoslayables*, así se refuerza que los programas en México, desde su surgimiento hasta la actualidad han basado sus formatos en los programas extranjeros, principalmente de Estados Unidos.

Un indicio de que los programas sensacionalistas le dan voz a los sectores populares se da en la Secuencia 33, cuando el joven describe la manera en que *Mamá Rosa* tortura a sus víctimas, en los llamados programas *serios* difícilmente se detallaría un suceso de manera tan gráfica: *lo encontraron torturado, sin ojos y sin hígado y sin...otras cosas*, incluso el muchacho no parece asombrado por los sucesos, lo que podría interpretar que ese grado de violencia le es indiferente.

En la misma secuencia, el presentador, Keneth Flamingo, señala que fue gracias al llamado del auditorio y no a la policía que hallaron el cuerpo de una víctima, con lo cual indirectamente refiere que la autoridad no está cumpliendo su labor, sino que ésta es efectuada por el público del programa, quienes son personas de los grupos subalternos. Además, hace alusión a que *Mamá Rosa*, castiga a las personas, de modo que la convierte en justiciera, nuevamente demerita el trabajo de las autoridades.

Después del análisis de las diez secuencias de *Un mundo maravilloso*, el diario *El Mercurio* cumple con las características para ser catalogado como un periódico de corte sensacionalista. Las notas que publica suelen tener como protagonistas a personas de las clases subalternas a los que les ocurren tragedias o sucesos violentos, así lo demuestran la nota de la joven atropellada en la Secuencia 6; el hombre al que matan a taconazos en la Secuencia 17 y toda la cobertura que le dan al caso de Juan Pérez. La crónica de los sucesos es detallada, con lenguaje sencillo, colorido y vulgar, además se recurre a las analogías.

Los titulares del diario, como se puede apreciar en los primeros planos que presentan, cuentan con una tipografía grande, para resaltar la nota, están redactados de manera que atraen la atención del lector: *¿No más pobres?, Lo mato a taconazos*; debajo del encabezado se incluye una breve descripción del suceso y luego se detalla la noticia. La nota principal es acompañada de una fotografía violenta que busca impactar al lector.

Durante el relato, se destaca que en *El Mercurio*, al igual que cualquier diario sensacionalista, el carácter de novedoso y la cercanía de los sucesos se vuelven importantes, cuando en la mesa de redacción hablan de atentados en Medio Oriente y bombardeos en Irak, dejan de darles relevancia al ser temas recurrente y que ocurre en un continente distinto. Asimismo, cuando los amigos de Pérez intentan arrojarlos de edificios para llamar la atención, el diario no le da cobertura al suceso por carecer de novedad.

En primera instancia, el reportero Felipe, en su afán de tener una nota de impacto, inventa una a partir de la confusión que causó Juan Pérez. Don Carlos, su jefe, aprovecha la nota para así desprestigiar al secretario de Economía Pedro Lascurain, elevar el tiraje de su diario y obtener más ganancias económicas.

Sin embargo, los grupos subalternos se apropian de la noticia y le dan un nuevo significado, el supuesto intento de suicidio de Pérez para protestar contra la pobreza pasa a ser el detonante de una manifestación contra el gobierno en turno, con el grito de *Todos somos Pérez* se intenta dar voz a los más desprotegidos. Incluso el supuesto intento de suicidio sirve como excusa para otro tipo de exigencias y reclamos: *no deuda externa, falso vende patrias*.

CONCLUSIONES

La tesis presentada ha buscado evidenciar que los grupos subalternos utilizan el sensacionalismo de la televisión y los periódicos, reflejado en dos cintas cinematográficas, como una forma de expresión y demanda al ser relegados del espacio público. Aunque no todo el sensacionalismo es empleado para este fin, ello depende del tipo de noticia, el manejo de información que se le dé, el momento social que se viva, la cercanía que se genere con el consumidor, entre otros factores.

Lo que es un hecho es la identificación que este género periodístico crea con los televidentes y lectores, no resulta alterada por la dramatización, exageración o falsedad de los acontecimientos, incluso estos aspectos refuerzan los lazos de identidad.

El que la *prensa seria* dé cobertura a los sucesos amarillistas y de nota roja de mayor impacto, hace pensar que el sensacionalismo comienza a expandirse y apropiarse de este tipo de medios, lo que podría suponer que los grupos subalternos se estarían apoderando no sólo de los medios que van dirigidos a ellos, sino de otro tipo de medio de comunicación que anteriormente no tomaba en cuenta a los sectores populares.

Definitivamente las dos películas elegidas, al ser analizadas en un aspecto en concreto, pueden ser utilizadas para investigaciones más profundas, avanzadas o de diferente índole, podría abordarse alguno de los temas que son tocados como: la imagen de México en el extranjero, la sociedad mexicana de la primera década del siglo XXI, la crítica que el cine realiza sobre la clase política, los conflictos de pareja, entre otros. Sin dejar de lado que con estos mismos filmes es viable analizar los aspectos negativos del sensacionalismo de los medios de comunicación.

Esta investigación es una pequeña aportación y exposición de los estudios que se han realizado en relación con los medios que son adquiridos por los grupos subalternos y también sobre un aspecto poco abordado del sensacionalismo, el de su consumo y cómo a través de este se puede tener una visión más amplia de los modos de ser y de actuar de las clases populares.

Al ser este un ejercicio enfocado en el sensacionalismo como un medio de expresión de los grupos subalternos, es posible que dé pie a diversas críticas que sin duda alguna enriquecerán el debate sobre el sensacionalismo de los medios de comunicación.

Aunado a ello, como la presente tesis está dirigida a un objetivo en particular, quedan abiertas diversas interrogantes: ¿Qué otros motivos existen para que el sensacionalismo sea tan aceptado entre los grupos subalternos? ¿Cuál es la razón por la que miembros de los grupos hegemónicos también consuman el sensacionalismo? ¿Realmente los subalternos pueden llegar a apoderarse de los medios de comunicación?, ¿o ya se han apoderado de los medios de comunicación a través de acciones discursivas contrahegemónicas? ¿Qué otro tipo de análisis puede realizarse a partir del consumo que los grupos subalternos hacen de la prensa y la televisión?

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Arias, Francisco Javier (1999), Clinton, Diana, ¿dónde se metieron los periódicos serios? *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 22. Recuperado el 26 de febrero de 2008, de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/36fcoarias.htm>
- Almesto, María Alejandra y Olmeda, Juan C. (2013), México: El regreso del PRI a la Presidencia. *Revista Científica Política*, (33), núm. 1, 247-267. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-090X2013000100012
- Arango Forero, Germán (2003), Realities de la tele-verdad a la tele-realidad. *Palabra-Clave*, núm. 9. Recuperado el 24 de junio de 2019, de: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/420>
- Arriaga Ornelas, José Luis (2002), "Colombianización" o "mexicanización" periodística. La nota roja en los noventa, *Razón y Palabra*, núm. 26. Recuperado el 03 de marzo de 2011, de: <https://www.casade.org/index.php/biblioteca-casade-2-0/periodismo-y-libertad-de-expresion/365-colombianizacion-o-mexicanizacion-periodistica-la-nota-roja-en-los-noventa/file>
- Arrollo Cella, Chiara (2010, 21 de octubre), Entrevista a Luis Estrada. *Tomo*. Recuperado el 18 de abril de 2012, de: <http://tomo.com.mx/2010/10/21/entrevista-a-luis-estrada/>
- Avilés, Jorge (2006, 25 de marzo), De la Ley de Herodes a Un mundo maravilloso [en línea], *La Jornada*, Sección Espectáculos. Recuperado el 13 de abril de 2012, de <http://www.jornada.unam.mx/2006/03/25/index.php?section=espectaculos&article=a11o1esp>
- Beltrán Salmón, Luis Ramiro (2005, 2 de abril), Sensacionalismo: Lacra del lucro [en línea], *Los Tiempos*. Recuperado el 24 de junio de 2010, de http://www.lostiempos.com/noticias/02-04-05/02_04_05_pv1.php

- Benassini Félix, Claudia (1997), De cámara escondida a ciudad desnuda: un estudio de la televerdad en la televisión mexicana, en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación IV*, México, 107-126. Recuperado el 29 de noviembre de 2011, de <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=2282>
- Benassini Félix, Claudia (1999, octubre), La televerdad: un nuevo género ¿informativo?, *Diálogos de la comunicación*, núm. 55, FELAFACS, 46-53. Recuperado el 04 de abril de 2010, de <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf55/claudia.pdf>
- Bizberg, Ilán y Meyer, Lorenzo (2005), *Una historia contemporánea de México: actores*, México, Océano.
- Caballero, Jorge (2006, 14 de marzo), Un mundo maravilloso cinto del realizador mexicano que se estrenará el viernes, en *La Jornada*, Sección Espectáculos p. 8a.
- Caballero, Virgilio (2007), Culto a la noticia. Contextualizar y explicar la naturaleza de los hechos, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 106, 30-32, Recuperado el 04 de noviembre de 2010, de: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc106_6.htm
- Castañares Burcio, Wenceslao (1995), Géneros realistas en televisión: los reality shows, *CIC (Cuadernos de información y comunicación)*, núm. 1, 79-92, Recuperado el 30 de octubre de 2011, de: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC9595110079A.PDF>
- CENIDH (Centro Nicaragüense de Derechos Humanos) (2005), *Periodistas hablan: violencia mediática contra la niñez. Una investigación sucinto y expedito*, CENIDH/Save the Children Noruega, Recuperado el 24 de junio de 2012, de: <http://www.unicef.org/lac/cenidhviolenciamediatica.pdf>
- Cruz Bárcenas, Arturo (2007, 31 de marzo) Párpados azules, la mejor película del festival internacional de Guadalajara [en línea], *La Jornada*, Sección Espectáculos. Recuperado el 13 de marzo de 2012, de: <http://www.jornada.unam.mx/2007/03/31/index.php?section=espectaculos&article=a11n1esp>

- Cueva, Álvaro (2016, 28 de octubre), El pozo de los deseos reprimidos: Crítica a Imagen Televisión [en línea], *Milenio Diario*. Recuperado el 29 de abril de 2019, de <https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/el-pozo-de-los-deseos-reprimidos/critica-a-imagen-television>
- Dávila, Israel (2010, 22 de mayo) Cronología del caso Paulette, *La Jornada*, Sección Estados, p. 28.
- Díaz Moreno, Eva (2019, 10 de abril), Una mirada cruda, *Excélsior*, Sección Función, p. 9.
- Domínguez Torres, Mariluz y Parra González, Ana Victoria (2004), Los medios de comunicación desde la perspectiva del delincuente, *Opción*, núm. 44, 28-54. Recuperado el 13 de febrero de 2019, de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31004403>
- Fazio, Carlos (2001), La dictadura de la televisión, *La Jiribilla revista de cultura cubana*, núm. 23. Recuperado el 10 de octubre de 2010, de: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/jiribilla/D/2001/n23_octubre/695_23.html
- Fernández Christlieb, Fátima (1992), *Los medios de difusión masiva en México*, 9ª ed, México, Juan Pablos Editor.
- Fernández Díez, Federico y Martínez Abadía, José (1999), *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*, Barcelona, Paidós.
- Fernández, Damián (1999), La violencia de los signos. Sensacionalismo y carencias de recursos narrativo, *Diálogos de la comunicación*, núm. 55, 99-111. Recuperado el 04 de noviembre de 2012, de: <http://www.dialogosfelafacs.net/ediciones-anteriores/>
- Fernández Fernández, José Antonio (2012), Entrevista a Oscar Cadena [en línea], *Revista Telemundo*, núm. 123, Recuperado el 02 de abril de 2015, de http://www.revistapantalla.com/telemundo/entrevistas/?id_nota=11449

- Fraga Juárez, Raúl (2002), Medios de comunicación y cobertura del delito, en Marco Garza Salinas y Pedro José Peñaloza (Ed), *Los desafíos de la seguridad pública en México*, México, IJ-UNAM / PGR, pp. 55-73, Recuperado el 11 de noviembre de 2012, de: <http://www.bibliojuridica.org/libros/1/419/8.pdf>

- Franco, Salvador (2003a, 14 de junio), Quiere tener gran éxito de taquilla [en línea], *El Universal*, Sección Espectáculos. Recuperado el de 13 de marzo 2013, de: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=45615&tabla=espectaculos

- Franco, Salvador (2003b, 27 de septiembre), Prenden mexicanos en San Sebastián [en línea], *El Universal*, Sección Espectáculos. Recuperado el 11 de marzo de 2013, de: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=47808&tabla=espectaculos

- García Avilés, José Alberto (1999), El pseudoperiodismo satírico, un género creciente en la neotelevisión, *Diálogos de la comunicación*, núm. 55, 18-29. Recuperado el 04 de noviembre de 2010, de www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/55-02JoseGarcia.pdf

- García Hernández, Arturo (2006, 16 de julio), El caso de La Mataviejititas, retrato de la degradación social que vivimos, *La Jornada*, Sección Cultura p. 5a.

- García Medina, Jorge Luis; Gómez Castellanos, Diana; Guzmán Cariño, Néstor y Vázquez Gómez, Braulio J.C. (1998), *TV Azteca ¿Una privatización exitosa?*, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.

- García Tsao, Leonardo (2003, 13 de junio), Hacen cine en serie, *La Jornada*, Sección Espectáculos, p. 7a.

- Gómez, Rodrigo (2004), TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica; *Comunicación y Sociedad*, núm. 1, 51-90. Recuperado el 15 de marzo de 2019, de: <http://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/4233/3987>

- Gracida, Isabel (2006, 30 de marzo), Corte!... y Confesión: Un mundo maravilloso, *El Universal*, Sección Cultura, p. F3.
- Hernández Hernández, Juan José (2019, 14 de abril), El espía: Urge protección a periodistas [en línea], *Rumbo Nuevo Villahermosa*, Sección Opinión, p. 8. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <https://www.rumbonuevo.com.mx/el-espia-355/>
- Hernández Navarro, Luis (2015), Ayotzinapa: el dolor y la esperanza. *El Cotidiano*, 7-17. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32533819002>
- Hallin, Daniel C. (2000), La nota roja: periodismo popular y transición a la democracia en México, *América Latina hoy: Revista de ciencias sociales*, (25), 35-43. Recuperado el 12 de marzo de 2019, de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30802505>
- Jáquez Balderrama, José Luis (2001), La prensa amarillista en México, *Revista Latina de Comunicación Social*, número 38, Recuperado el 03 de marzo de 2011, de: <http://www.redalyc.org/html/819/81943803/>
- Jiménez, Pedro (2009), *Lenguaje cinematográfico*, ZEMOS98, EACINE, Recuperado el 29 de enero de 2013, de: www.slideshare.net/Marinale/lenguaje-cinematografico
- Joyner, Alfredo (2006, 01 de octubre), 90 aniversario: Las noticias de la tragedia [en línea], *El Universal*, Sección DF, Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/79657.html>
- Karam, Tanius (2006), Derechos humanos y discurso de prensa. Acercamiento socio-discursivo al caso de las “Muertas de Juárez”, *UNIrevista*, núm. 3. Recuperado el 25 de marzo de 2010, de: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Karam.PDF
- Lamarca Lapuente, María Jesús (2009), El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Antecedentes y Claves del éxito. Cine y reality show (Parte II), *Las artes digital*, Recuperado el 29 de abril de 2019, de: http://artesanadigital.blogspot.com/2009/11/el-reality-show-en-espana-definicion_3806.html

- Langer, John (2000), *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las <otras noticias>*, España, Paidós.
- Levario Turcott, Marco (2007), *El negocio de la sangre. Estudio sobre medios de comunicación y percepción de inseguridad*, Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad. A.C., Recuperado el 05 de diciembre de 2012, de: http://www.icesi.org.mx/propuestas/icesi/estudios_sobre_medios_de_comunicacion.asp
- Linares, Marco Julio (1998) *El guion. Elementos, formatos, estructura*. México, Addison Wesley Longram.
- Lozano, José Carlos (2003), Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México D.F., *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (9), núm. 18, 43-56. Recuperado el 07 de agosto de 2019, de: https://www.researchgate.net/publication/26419878_Consumo_y_lecturas_negociadas_de_noticieros_televisivos_en_Monterrey_Guadalajara_y_Mexico_DF
- Macassi Lavander, Sandro (2002), La prensa amarilla en América Latina, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, núm. 77. Recuperado el 23 de noviembre de 2010, de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1417/1446>
- Martell Gámez, Lenin Rafael (1995), *Mi vida con Cristina*, *Revista Media Comunicación*, núm. 13, 4-6
- Martín-Barbero, Jesús (1987a) *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, México, Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (1987b) *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (2001), El futuro que habita la memoria, *Revista Científica Digital*, núm. 3. Recuperado el 24 de junio de 2010, de: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista7/revista7.htm>

- Martín-Barbero, Jesús (2002), *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, Jesús y Muñoz, Sonia (1992), *Televisión y melodrama*, Bogotá, Tercer Mundo Editores.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (2005), *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.
- McQuail, Denis (2000), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México, Paidós.
- Méndez Fierro, Hugo (2003), Sensacionalismo y narcocultura en el periodismo, *Sala de Prensa: Web de profesionales en comunicación iberoamericanos*, (2), núm. 62, Recuperado el 04 de octubre de 2010, de: <http://www.saladeprensa.org/art512.htm>
- Montoya Betancourth, Jennifer (2008), *El Cazanoticias moldeando rutinas de producción*, Universidad Católica Popular del Risaralda
- Notimex (2003, 31 de mayo), Recorre complejos caminos de vida [en línea], *El Universal*. Recuperado el 20 de agosto de 2012, de: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=45315&tabla=espectaculos
- Núñez Cetina, Saydi (2016), Los estragos del amor. Crímenes pasionales en la prensa sensacionalista de la Ciudad de México durante la posrevolución, *Trashumante. Revista Americana de Historia Social* 7, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa. Recuperado el 07 de agosto de 2019, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4556/455645336003/html/index.html>
- Orozco, Guillermo (1991). *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana.

- Orozco, Guillermo (1997). Medios, audiencia y mediaciones, *Revista Comunicar*, núm. 8, 25-30. Recuperado el 06 de noviembre de 2009, de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=8&articulo=08-1997-06>
- Orozco, Guillermo (2002) La televisión en México, en Guillermo Orozco (Ed) *Historia de la televisión en América Latina*, (pp. 203-244), Barcelona, Gedisa Editorial.
- Pérez Curiel, Concha (2002) La actualidad informativa del “corazón” desde la especialización periodística: el periodismo rosa de contraportada Canal Sur Televisión) *Ámbitos*, núm. 7-8. Recuperado el 18 de abril de 2019, de: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9478/8255>
- Pérez Salicio, Encarnación (2001), La violencia contra la mujer en la prensa, *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*, (44). Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <http://www.revistalatinacs.org/2001/latina44septiembre/4408perezsalicio.htm>
- Portocarrero, Gonzalo (2007), *Nota sobre el “sensacionalismo” en la prensa televisiva peruana*. Recuperado el 03 de diciembre de 2010, de en <http://gonzaloportocarrero.blogspot.com/2007/06/08/notas-sobre-el-sensacionalismo/>
- Quijano, Julio Alejandro (2006, 12 de marzo), Un mundo maravilloso una caricatura real [en línea], *El Universal*, Sección Espectáculos. Recuperado el 13 de marzo de 2012, de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/68800.html>
- Quintero, Patricia (2016, 28 de julio), Colportaje: estrategia propagandística medieval, *Etnicográfica*. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <https://eticografica.wordpress.com/2016/07/28/colportaje-estrategia-propangandistica-medieval/>
- Rocha-Quintero, Jorge E. (2013), El Pacto por México bajo la lupa, en *Análisis Plural*, Tlaquepaque, Jalisco: ITESO

- Romaguera i Ramió, Joaquim (1999), *El lenguaje cinematográfico, gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- Romero, Cristina (1998), Sobre ética y violencia en la información, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 53, 17-26. Recuperado el 04 de abril de 2010, de: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=3339>
- Rozado, Alejandro (2010, 05 de febrero), El arte de la secuencia cinematográfica, *Archipiélago*. Recuperado el 02 de abril de 2013, de: <http://archipelagodecadencia.blogspot.mx/2010/02/el-arte-de-la-secuencia-cinematografica.html>
- Saad, Anuar (2012), El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas, *Razón y Palabra*, núm. 78. Recuperado el 11 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192026>
- Santa Cruz A., Eduardo (1996), *Modelos y estrategias de la prensa escrita en procesos de modernización: Chile siglo XX*, Universidad ARCIS Centro de Investigaciones Sociales.
- Segura, Camila (2007), Violencia y melodrama en la novela colombiana contemporánea, *Revista América Latina Hoy*, núm. 47, 55-76. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <https://www.yumpu.com/es/document/view/14162700/redalycviolencia-y-melodrama-en-la-novela-colombiana-23>
- Sotelo, César Antonio (2001), El cine como herramienta pedagógica, en Yolanda Mercader, y Patricia Luna (Ed), *Cruzando Fronteras Cinematográficas*, (pp. 13-34), México, UNAM.
- Sunkel, Guillermo (2001), Modos de leer en sectores populares. Un caso de recepción, *Nueva sociedad*, núm. 175, 143-154. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: https://www.researchgate.net/publication/261709086_Modos_de_leer_en_sectores_populares_Un_caso_de_recepcion

- Sunkel, Guillermo (2002), Una mirada otra. La cultura desde el consumo, en Daniel Mato (Ed.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. CLACSO, Recuperado el 26 de junio de 2010, de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

- Tenti, María Mercedes (2012), Los Estudios Culturales, la Historiografía y los sectores subalternos, *Trabajo y Sociedad*, (16), núm. 18, 317-329. Recuperado el 29 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/3873/387334690020.pdf>

- Torrico Villanueva, Erick R. (2002), El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis, *Sala de prensa*, (2), núm. 45, Recuperado el 29 de abril de 2019, de: https://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/CAP3/3_Sensacionalismo.pdf

- Tovar Cabañas, Rodrigo (2009), La idea del desastre en los medios masivos de comunicación, *Espacios Públicos*, (12), núm. 24, 176-188. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: https://www.researchgate.net/publication/40441063_La_idea_del_desastre_en_los_medios_masivos_de_comunicacion

- Trejo Delarbre, Raúl (2001), América Latina. Medios 2000-2001. Breve informe, en Bernardo Díaz Nosty (Ed) *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001*, pp. 181-188. Recuperado el 29 de abril de 2019, de, <http://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/MediosenAmericaLatina2001.htm>

- Vázquez Bulman, Gabriel (1999), *La violencia en televisión y su impacto social*, Santiago de Querétaro. Recuperado el 11 de noviembre de 2010, de <http://vazbul.tripod.com/configvb.html>

- Velázquez García, José Miguel (2015), *El papel de los medios de comunicación masiva en la cultura política y la formación de opinión, el caso de México, 2000–2011*, 2ª ed, México, Movimiento Ciudadano, Partido Político Nacional.

- Villamil, Genaro (2017, 23 de julio), Réquiem por los medios impresos [en línea], *Revista Proceso*. Recuperado el 29 de abril de 2019, de: <https://www.proceso.com.mx/495875/requiem-los-medios-impresos>
- Villamil Uriarte, Raúl René (2006), El terror como dispositivo social de incertidumbre (nuevas identidades y linchamientos colectivos), *El Cotidiano*, núm. 135, 30-35. Recuperado el 13 de febrero de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/26482957_El_terror_como_dispositivo_social_de_incertidumbre_nuevas_identidades_y_linchamientos_colectivos
- Yubero, Florián (2010, 13 de julio), Literatura en “Pliego de cordel”, *La nave va*. Recuperado el 04 de abril de 2019, de <https://lanaveva.wordpress.com/2010/07/13/literatura-en-pliego-de-cordel>
- Zubieta, Ana María (2000), *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Buenos Aires, Paidós.

ANEXOS

ANEXO I. PARTICULARIDADES DEL SENSACIONALISMO EN PRENSA Y TELEVISIÓN

CARACTERÍSTICA	PRENSA	TELEVISIÓN
Titulares	De tipografía grande y de colores contrastantes	Tono impactante, se apoyan de música o efectos sonoros
Imágenes	Fotografías impactantes, con calidad de regular a buena, imágenes bien enfocadas	Imágenes de video, movimientos bruscos de cámara, desenfoces
Percepción	De análisis y selección de acontecimientos	De inmediatez, coberturas en vivo
Modo de atraer la atención del público	Breves líneas explican el suceso en portada	Cortes informativos, avances de las noticias.
Estructura	Notas jerarquizadas, espaciado entre líneas, cuerpos amplios	Notas jerarquizadas, de mayor a menor duración en el programa
Se apoya en	Gráficos que explican el suceso, el empleo de analogías, datos curiosos	Reconstrucción de los hechos, gráficos, entrevistas a especialistas o autoridades
Redacción	Narraciones detalladas con lenguaje sencillo, colorido e incluso vulgar	Imágenes del suceso, descripción detallada, lenguaje coloquial
Periodista	-----	Presentador: de personalidad fuerte, tono de voz seguro y agresivo, con afán de protagonismo, crítico del sistema, suele tener una frase o ademán que lo identifica
Reportero	Redacta su nota de manera detallada, emplea analogías	Emplea analogías, se autodenominan, defensores de los desprotegidos, tienen simpatía entre el público
Prioridad	Redacción detallada	Imágenes impactantes
Protagonistas	Personas comunes, lenguaje variado, comentarios amplios y detallados	Personas comunes, vocabulario reducido, respuestas absurdas o incoherentes

CARACTERÍSTICA	PRENSA	TELEVISIÓN
Tiempo	El lector tiene el control, lee cuando lo desea	El establecido por la televisora para transmitir el programa
Oralidad	Lectura oral, para ser escuchada	A pesar de contar con imágenes, la televisión suele ser más escuchada que vista
Predomina	La nota roja	El amarillismo

ANEXO II.

SEGMENTACIÓN DE ESCENAS SEGMENTACIÓN SIN TON NI SONIA

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
1	30 seg.	0"	30"	¿Bif o chicken?
2	1:38 min.	31"	2' 09"	Créditos iniciales
3	1:23 min.	2' 10"	3' 33"	La alucinación de Sonia
4	3:12 min.	3' 34"	6' 46"	Doblaje de Misterios Insoslayables
5	3:29 min.	6' 47"	10' 16"	René y Mauricio
6	1:27 min.	10' 17"	11' 44"	John Mirakle, Mick Brandom, Cabo Rodríguez y Ariel
7	09 seg.	11' 45"	11' 54"	René en el hotel Bamer
8	2:47 min.	11' 55"	14' 42"	Sonia Baco y Orlando discuten
9	1:53 min.	14' 43"	16' 36"	Primera víctima de Mamá Rosa en México
10	28 seg.	16' 37"	17' 05"	René ve Misterios Insoslayables
11	28 seg.	17' 06"	17' 34"	Mama Rosa llega al hotel Bamer
12	48 seg.	17' 35"	18' 23"	Fotos de maquinita
13	26 seg.	18' 24"	18' 50"	El pez Jaime muere hervido
14	1:31 min.	18' 51"	20' 22"	Yoguidugui
15	1:28 min.	20' 23"	21' 51"	Parejas felices
16	1:26 min.	21' 52"	23' 18"	René y Orlando, el reencuentro
17	37 seg.	23' 19"	23' 56"	Mauricio en acción
18	54 seg.	23' 57"	24' 51"	Mal augurio para Sonia

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
19	1:57 min.	24' 52"	26' 49"	Besos entre René y Orlando
20	16 seg.	26' 50"	27' 06"	Sonia y su falta de puntería
21	1:12 min.	27' 07"	28' 19"	Mamá Rosa visita a los chinos
22	1:07 min.	28' 20"	29' 27"	Mauricio pregunta por René
23	1:06 min.	29' 28"	30' 34"	El Ku Long
24	2:44 min.	30' 35"	33' 19"	Pidiendo consejo a <i>El barbitas</i>
25	2:19 min.	33' 20"	35' 39"	Olvidemos a Jaime
26	1:38 min.	35' 40"	37' 18"	Orlando: Necesito un <i>break</i>
27	06 seg.	37' 19"	37' 25"	De camino al Ku Long
28	1:07 min.	37' 26"	38' 33"	Orlando busca a René
29	2:00 min.	38' 34"	40' 34"	Operativo en el Ku Long
30	3:15 min.	40' 35"	43' 50"	Basura en el ojo
31	1:00 min.	43' 51"	44' 51"	Mauricio: ¿qué hiciste mientras estábamos separados?
32	1:08 min.	44' 52"	46' 00"	Sonia y Ariel, mentes compatibles
33	5:17 min.	46' 01"	51' 19"	Misterios Insoslayables en México
34	51 seg.	51' 20"	52' 11"	Nueva víctima de Mamá Rosa
35	11 seg.	52' 12"	52' 23"	Orlando y el desodorante
36	41 seg.	52' 24"	53' 05"	Nos equivocamos
37	1:06 min.	53' 06"	54' 12"	René salió
38	49 seg.	54' 13"	55' 02"	Reenergetizarse
39	1:27 min.	55' 03"	56' 30"	El sol causa cáncer
40	1:22 min.	56' 31"	57' 53"	Elizabeth ábreme

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
41	1:14 min.	57' 54"	59' 08"	Una amiga psíquica
42	48 seg.	59' 09"	59' 57"	Otra víctima de Mamá Rosa
43	1:54 min.	59' 58"	1° 01' 52"	Espiando a Sonia
44	1:16 min.	1° 01' 53"	1° 03' 03"	Orlando el Pez
45	1:19 min.	1° 03' 04"	1° 04' 29"	Investigan el nuevo crimen
46	2:46 min.	1° 04' 30"	1° 07' 17"	Orlando, te toca
47	1:01 min.	1° 07' 18"	1° 08' 19"	Sonia y Ariel
48	1:26 min.	1° 08' 20"	1° 09' 46"	Risas, llanto y alcohol
49	3.29 min.	1° 09' 47"	1° 13' 16"	Animal sociable
50	1:28 min.	1° 13' 17"	1° 14' 45"	Fierrecilla
51	1:18 min.	1° 14' 46"	1° 16' 04"	Chamarras de piel
52	1:49 min.	1° 16' 05"	1° 17' 54"	Pelea entre René y Mauricio
53	1:19 min.	1° 17' 55"	1° 19' 14"	Encuentro con Yoguidugui
54	2:10 min.	1° 19' 15"	1° 21' 25"	Sonia, Orlando y Ariel
55	24 seg.	1° 21' 26"	1° 21' 50"	La cruz, distintivo de Mamá Rosa
56	23 seg.	1° 21' 51"	1° 22' 14"	Matar para salvar
57	5:05 min.	1° 22' 15"	1° 27' 20"	Orlando espía a René
58	23 seg.	1° 27' 21"	1° 27' 44"	Que ternura de cosa, Mauricio
59	2:02 min.	1° 27' 45"	1° 29' 47"	Ariel descubre a Mamá Rosa en el Hotel Bamer
60	1:29 min.	1° 29' 48"	1° 31' 17"	Orlando y René en el Hotel Bamer
61	23 seg.	1° 31' 18"	1° 31' 41"	Las runas deciden en camino de Sonia
62	59 seg.	1° 31' 42"	1° 32' 41"	Orlando y su falta de compromiso

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
63	1:30 min.	1° 31' 42"	1° 34' 12"	Operativo en el Hotel Bamer
64	05 seg.	1° 34' 13"	1° 34' 18"	Orlando descubre que Sonia se fue
65	4:13 min.	1° 34' 19"	1° 38' 32"	La persecución
66	09 seg.	1° 38' 33"	1° 38' 42"	Sonia rumbo al aeropuerto
67	50 seg.	1° 38' 43"	1° 39' 33"	Mamá Rosa intenta escapar
68	4:15 min.	1° 39' 34"	1° 42' 51"	Yo también estoy solo
69	1:32 min.	1° 42' 52"	1° 43' 50"	El futuro de los personajes
70	7:00 min.	1° 43' 51"	1° 52' 24"	Créditos finales

SEGMENTACIÓN UN MUNDO MARAVILLOSO

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
1	1:11 min.	0"	1' 11"	Créditos iniciales
2	1:47 min.	1' 12"	2' 59"	Discurso del secretario de Economía: No más pobres
3	1:13 min.	3' 00"	4' 13"	Calientitos en su casa
4	2:33 min.	4' 14"	6' 47"	Juan Pérez en busca de refugio por lluvia
5	3:41 min.	6' 48"	10' 29"	Juan Pérez en el World Financial Center México
6	1:19 min.	10' 30"	11' 49"	Un vago amenaza suicidarse
7	2:31 min.	11' 50"	14' 21"	¿Por qué lo hizo?
8	1:32 min.	14' 22"	15' 54"	¿No más pobres?
9	22 seg.	15' 55"	16' 17"	Imprenta
10	2:01 min.	16' 18"	18' 19"	Larcurain y la llamada del Presidente
11	1:23 min.	18' 20"	19' 43"	La morgue y Juan Pérez
12	1:48 min.	19' 44"	21' 32"	Rosita: el día que tenga usted trabajo y una casita me caso con usted
13	1:21 min.	21' 33"	22' 54"	Maestría en el extranjero y sin trabajo
14	2:09 min.	22' 55"	25' 04"	<i>El Azteca</i> : están violando mis derechos
15	7:02 min.	25' 03"	32' 05"	¿A cuánto está el salario mínimo?
16	1:28 min.	32' 06"	33' 34"	Cifras macroeconómicas
17	47 seg.	33' 35"	36' 22"	¿Por qué cree que usted es pobre?

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
18	7 seg.	36' 23"	36' 30"	Dios no compartía la misma opinión
19	1:45 min.	36' 31"	38' 16"	TV nueva
20	43 seg.	38' 17"	39' 00"	Casa nueva
21	1:31 min.	39' 01"	40' 32"	Juan Pérez ya es famoso
22	1:39 min.	40' 33"	42' 12"	Otra vez Juan Pérez
23	21 seg.	42' 13"	42' 34"	¡Lo hizo! Pérez cumple su promesa
24	47 seg.	42' 35"	43' 22"	¡Todos somos Pérez!
25	1:01 min.	43' 23"	44' 24"	Mínimo el Nacional de Periodismo
26	59 seg.	44' 25"	45' 24"	Parece niño Dios
27	2:32 min.	45' 25"	47' 57"	El peor de los escenarios
28	1:49 min.	47' 58"	49' 47"	Lascurain: me la voy a jugar
29	1:01 min.	49' 48"	50' 49"	Todo por \$100
30	3:51 min.	50' 50"	54' 41"	Tu y yo somos iguales, Lascurain a Pérez
31	1:04 min.	54' 42"	55' 46"	El nuevo Juan Pérez
32	3:44 min.	55' 47"	59' 31"	El león cree que todos son de su condición
33	16 seg.	59' 32"	59' 48"	Fraude
34	8 seg.	59' 49"	59' 57"	Su sueño hecho realidad
35	3:57 min.	59' 58"	1° 03' 55"	La boda
36	1:03 min.	1° 03' 56"	1° 04' 59"	Casa nueva
37	7:09 min.	1° 05' 00"	1° 12' 09"	Los 3 compadre: ¿dónde nos acomodamos?

No. de Secuencia	Duración	Ubicación (minutos)		Descripción
38	1:34 min.	1° 12' 10"	1° 13' 44"	Un día nos sacamos la lotería
39	6:21 min.	1° 12' 45"	1° 19' 06"	Un diluvio de pobres
40	10 seg.	1° 19' 07"	1° 19' 17"	La tercera ley de Newton
41	4:00 min.	1° 19' 18"	1° 23' 18"	Juan Pérez: ¿de qué se me acusa?
42	2:03 min.	1° 23' 19"	1° 25' 16"	Hay que acabar con los pobres
43	59 seg.	1° 25' 17"	1° 26' 16"	3 años de prisión
44	40 seg.	1° 26' 17"	1° 26' 57"	3 años después
45	1:22 min.	1° 26' 58"	1° 28' 20"	Casa en ruinas
46	2:22 min.	1° 28' 21"	1° 30' 43"	Rosa ha muerto
47	47 seg.	1° 30' 44"	1° 31' 31"	Prohibida la mendicidad
48	2:23 min.	1° 31' 32"	1° 33' 55"	No dude amigo, Dios existe
49	3:34 min.	1° 33' 56"	1° 37' 30"	Intento de suicidio de Juan Pérez
50	5:16 min.	1° 37' 31"	1° 42' 47"	Un día de rico, es mejor que una vida de pobre
51	3:35 min.	1° 42' 48"	1° 46' 23"	Que se rosticen un rato
52	1:16 min.	1° 46' 24"	1° 47' 40"	Siempre ha habido ricos y pobres y siempre los habrá
53	42 seg.	1° 47' 41"	1° 48' 23"	2 noticias, una buena y una mala
54	2:22 min.	1° 48' 24"	1° 50' 46"	Lascurain premio Nobel de Economía
55	1:01 min.	1° 50' 47"	1° 51' 48"	Más vale un día como rico que una vida de pobre
56	28 seg.	1° 51' 49"	1° 52' 17"	Fin
57	5:08 min.	1° 52' 18"	1' 57' 26"	Créditos finales

ANEXO III. GLOSARIO DE TÉRMINOS CINEMATOGRAFÍCOS

Ángulo: Es el punto de vista de la cámara desde el que se filma.

Ángulo cenital: Es el picado absoluto.

Ángulo nadir: Es el contrapicado absoluto.

Ángulo de contrapicada: La acción se observa desde abajo del personaje.

Ángulo de picada: La acción se registra desde arriba del personaje.

Campo: Espacio visual que toma la cámara desde el punto de vista en que se halla y según el ángulo de encuadre.

Cartón: Recurso gráfico para la inclusión de títulos y créditos en cualquier medio audiovisual.

Cortinillas: Dan paso a una nueva imagen mediante figuras horizontales, verticales o en forma de iris.

Cuadro: Zona delimitada por los cuatro bordes de la pantalla.

Dolly: Movimiento realizado por la cámara sobre una plataforma con ruedas.

Eje de la cámara: Recta imaginaria definida por la orientación de la cámara, que se extiende desde ésta al objeto filmado.

Encuadre: Composición visual de una escena contemplada a través de la cámara. A partir de cómo se ve un personaje o una escena se definen la toma.

Encadenado: Un efecto óptico o de cámara en el que una escena se desvanece gradualmente al mismo tiempo que una segunda escena aparece.

Fuera de campo: Acción o diálogo que oímos pero no vemos ya que tiene lugar fuera del campo visual o campo de la cámara.

Fundido: Consiste en un oscurecimiento gradual de la primera imagen hasta terminar en negro y en la aparición progresiva de la segunda imagen hasta configurarse plenamente.

Gran plano general: Empleado para describir una gran extensión visual. La figura humana es imperceptible.

Intercorte: Detalle de sujetos u objetos que se incluyen en una acción.

Lip sync: Sincronización del movimiento de los labios con el sonido correspondiente.

Plano: En composición visual. Distancia relativa entre objetos o sujetos presentes en una escena. Término para designar diferentes encuadres.

Plano americano: Corta la figura humana en las rodillas.

Plano de detalle: Recoge una pequeña parte de la figura humana.

Plano general: Describe en lugar donde se desarrolla la acción. La dimensión del espacio representado muestra la figura humana completa.

Plano medio: Corta al sujeto por la cintura y permite apreciar con claridad sus expresiones.

Primer plano: Corta a la persona desde los hombros y capta su estado emotivo.

Profundidad de campo: La distancia comprendida entre los puntos más próximo y más lejano de la escena captada que puede ser reproducida nítidamente.

Sinopsis: Resumen de un argumento.

Sonido diegético: Cualquier sonido (voz, pasaje musical o efecto de sonido) que se presenta dentro de una película cuya fuente de origen tiene lugar en el mundo de la historia.

Teaser: Secuencia proyectada al inicio de una película o de un programa que sirve para enganchar al público e interesarlo en la obra.

Toma: De acción a corte. Las diferentes veces que se repite un plano sin cambiar ningún elemento de cámara.

Trama: Sucesos o acontecimientos, columna vertebral de la historia dramática.

Transición: Modo de entrelazar las partes de una obra (paso de una situación a otra).

Travelling: Movimiento de la cámara que consiste en desplazar ésta de un lado a otro del *set* o locación, sobre una plataforma con ruedas, de manera distinta al *dolly*.

Voz en off: Voz de fondo sin que se vea al hablante generalmente el narrador, o el pensamiento de alguien que sí está en la escena.

Zoom in: La lente amplía la imagen usando el teleobjetivo, centrando la atención en el sujeto.

Zoom out: La lente expande la imagen usando un gran angular, apareciendo en escena nuevos elementos.