

CARACTERÍSTICAS PERIODÍSTICAS EN LA
RETRANSMISIÓN DE CULTURA POPULAR:
CONCURSO OFICIAL DE AGRUPACIONES
CARNAVALESCAS DE CÁDIZ

DRA. ESTRELLA FERNÁNDEZ JIMÉNEZ
Universidad de Sevilla, España

RESUMEN

El Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC) de Cádiz se ha convertido en uno de los acontecimientos mediáticos más importantes en Andalucía y el factor periodístico está muy presente. Indudablemente, el éxito de la retransmisión se debe al atractivo del contenido: las coplas del carnaval de Cádiz, ejemplo inigualable de creatividad. Estas unidas a la labor periodística de los medios de comunicación, en especial radio y televisión, han hecho que su potencial creativo se expanda a cualquier rincón de la geografía española (y fuera de ella). La prensa escrita siempre ha acompañado a esta manifestación cultural, pero fue con la llegada de la radio y la presencia de la televisión cuando alcanzó una mayor popularidad, no siempre bien vista desde algunas posturas. Y ahora internet expande la imagen televisiva. ¿Qué características deben tener los profesionales que se dedican a transmitir y retransmitir el concurso de agrupaciones/El Falla? Mediante la observación participante (asistencia a retransmisiones tanto de radio como de televisión), y una aproximación descriptiva, descubrimos tres pilares fundamentales para el ejercicio periodístico en este acontecimiento, que paradójicamente no lo realizan periodistas en su totalidad: Característica de un guion “inexistente”; las características personales en las que la rapidez de pensamiento e improvisación han de estar presentes; y particularidades periodísticas como la capacidad de síntesis serán analizados en este trabajo. Estas características, pese a las nuevas formas de consumo, se mantienen estables ya que es complicado encontrar otra fórmula de retransmisión más efectiva que la que comenzó en 1991.

PALABRAS CLAVE

Retransmisión, Televisión, Periodismo, Concurso, Carnaval de Cádiz.

1. INTRODUCCIÓN

Un título alternativo o resumido de este trabajo podría ser: Las retransmisiones del Falla. El título que tiene es algo más largo y completo ya que se necesetita especificar el tema de investigación. Aun así, es más corto de cómo sería su nombre real, que en lugar de Concurso del Carnaval de Cádiz sería: Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC). Hemos optado por quedarnos en un punto intermedio. Y televisivamente se ha llamado siempre *Carnaval de Cádiz*.

Hay que matizar que el concurso se trata del pre-carnaval al menos, cronológicamente, puesto que al día siguiente de la final del citado concurso es el pregón que da oficialidad al comienzo de la fiesta. Aunque también siendo estrictos, acabaría el miércoles de ceniza, pero no ocurre así y la fiesta de carnaval en Cádiz dura nueve días más un fin de semana añadido, el “Carnaval chiquito” o también conocido como el “Carnaval de los jartibles”.

El carnaval de Cádiz goza actualmente de gran popularidad no solo en su ciudad, Cádiz, también en toda su provincia y región, y cada vez es más habitual encontrar seguidores y actuaciones en cualquier lugar de España. Esto se debe sin duda al potencial creativo de esta manifestación cultural, pero el vaso transmisor de este potencial son los medios de comunicación. En este trabajo estudiamos la retransmisión televisiva, aunque las características que vamos a comentar también son aplicables al medio de la radio. Concretamente nos centramos en las características que han de cumplir las personas encargadas de dicha retransmisión.

Desde 1981 se comenzó a retransmitir⁸ el concurso que ocurría dentro del Teatro Falla. En 1987 el Concurso se realizó en el Teatro Andalucía de Cádiz, mientras el Falla se encontraba en obras. En 1991 volvió el concurso al Teatro Falla hasta la actualidad. Todos estos datos se encuentran recogidos en *El periodismo en tiempos de carnaval* (Osuna, 2007) y en *La final del Falla. Un estudio televisivo del COAC* (Fernández, 2018).

8 En este trabajo usamos “retransmisión” ya que “el término retransmisión se aplica a las transmisiones desde la unidad móvil” (Zúñiga, 2006, p. 130).

Esta retransmisión tiene conexiones con otras de eventos culturales. En las retransmisiones de Semana Santa, en los toros o deportivas, por lo general hay un periodista de la cadena de televisión –periodista o persona que trabaja en ese medio habitualmente– que está acompañado de algún experto en el evento que actúa como comentarista. Por ejemplo, en retransmisiones de Semana Santa, a veces se invita al pregonero; en los toros suele ayudar en los comentarios algún torero retirado; y en las retransmisiones deportivas, de motos, coches, fútbol, tenis, etc. a algún deportista ya retirado o no. Estos aportan comentarios que un periodista desconoce ya que no ha practicado el deporte en cuestión o directamente en el evento locutado. En nuestro caso estudiado, las retransmisiones de este concurso, además de contar con los presentadores fijos, se suele invitar a comentaristas que aporten observaciones diferentes y pueden ser autores de carnaval, otros periodistas o personas relevantes de la sociedad que tengan algún vínculo con el carnaval de Cádiz y puedan colaborar con los presentadores aportando comentarios.

Tres son los pilares fundamentales a la hora de ejercer la profesión periodística en la retransmisión del Falla y estos pilares vertebrarán el presente trabajo: las características del guion; las características personales; y las características periodísticas.

2. OBJETIVOS

Con este trabajo pretendemos mostrar por primera vez las características periodísticas y televisivas que conlleva la retransmisión del COAC centrado en las personas encargadas de aparecer ante las cámaras o los micrófonos.

Siguiendo con la línea del simposio, el ejercicio de la profesión periodística, reflexionar si para este tipo de retransmisiones culturales de entretenimiento es requisito indispensable haber cursado los estudios de Periodismo.

3. METODOLOGÍA

La sistemática seguida para esta investigación se trata de una metodología cualitativa centrada en la observación participante. Esta participación ha consistido en asistir a las retransmisiones tanto de televisión como de radio, otorgando así una mayor perspectiva de lo que aquí se va a mostrar. Además, se ha procedido previamente a una revisión bibliográfica de publicaciones relacionadas con retransmisiones y realización televisiva en directo, así como publicaciones sobre el carnaval de Cádiz.

Los tres pilares anunciados de análisis pese a estar unificados o solapados durante el desarrollo de la actividad periodística, aquí van a ser divididos para una mejor explicación.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO

El componente periodístico del carnaval siempre ha estado muy presente cuando se habla de esta manifestación cultural. El carnaval de Cádiz se dice, desde Bartolomé Llompart, que era y es el periodismo cantado. Al escuchar coplas del carnaval de Cádiz se puede hacer una revisión de los temas que en ese momento estén de actualidad. De hecho, Sacaluga y Pérez (2007) sostienen que las coplas tienen componentes periodísticos de actualidad y relevancia social, pero no lo son. Es decir, lo que se canta en el carnaval no puede considerarse periodismo pese a tener, como decimos, esos ingredientes de actualidad y relevancia social e incluso veracidad.

También contiene elementos de contrapoder (Sacaluga, 2015) que hace que sea un espacio único en el que se digan, o concretamente, se canten a temas, o se muestren perspectivas que no aparecen en ningún otro medio de comunicación en directo. La televisión se expone, se “arriesga”, a mostrar en directo un contenido que desconoce hasta ese momento ya que la temática de las coplas es secreta (excluyendo al círculo más cercano de la agrupación). Esa incertidumbre sobre lo que va a aparecer y sonar en el escenario del Gran Teatro Falla condiciona el trabajo de los presentadores de radio y televisión (y también de la

prensa escrita, aunque estos cuentan con un mayor tiempo, aunque sea mínimo, de reflexión).

4.1. CARACTERÍSTICAS DEL GUIÓN

La principal característica del guion de las retransmisiones es que no existe. Ni en radio ni en televisión. Sí se utilizan unas fichas informativas realizadas con anterioridad a la retransmisión con las características de cada agrupación: autoría de letra, música, elaboración de los tipos, del atrezzo, clasificación de años anteriores, etc. Y los equipos de producción y dirección se reúnen previamente para estudiar la escaleta. Los directores también deciden si se va a entrevistar a alguien entre actuación o actuación o va a ver algún invitado que hará las funciones de comentarista de la sesión.

Aunque cada programa de televisión tiene su modelo propio de guion, hay tres modelos que sirven de base para su elaboración (Barroso, 1987, p. 5):

1. Guion totalmente planificable. Sería el usado por programas de ficción (dramáticos), es decir, series de televisión, películas, etc. Se suele estar leyendo o se ha memorizado íntegro previamente.
2. Guion parcial o semi-planificable. Este es el utilizado en programa de variedades, reportajes, o trasmisiones en directo, por ejemplo.
3. Sin guion. Destinado a algún tipo de entrevistas o noticias.

Las retransmisiones del COAC utilizan el guion parcial o semi-planificable. La escaleta o estructura del programa viene determinada por el propio concurso que se va a retransmitir⁹. La televisión o, en general, los medios de comunicación, no realizan el orden de las actuaciones ya que consiste en un concurso televisado y no televisivo.

Es complicado comentar imágenes en televisión sin parecer redundante (Chion, 1993, p. 18). Los presentadores cuentan con un monitor para saber qué está saliendo en antena. El realizador del programa ha de estar atento a lo que los presentadores van comentando para así poder mostrar

⁹ El orden lo determina un sorteo realizado antes de cada sesión.

las imágenes acordes con la narración. Esto referido al espacio de tiempo que hay entre copla y copla, ya que durante la actuación el realizador atiende a la acción de la agrupación que esté en ese momento en escena.

Como antes citábamos a Chion, hacer comentarios que aporten algo al espectador es cada vez más difícil si además se tiene en cuenta la siguiente paradoja: cuanto mayor es el número de cámaras más diversa es la índole de comentarios a la que tienen que recurrir los presentadores para no caer en redundancias. En el caso de la televisión no se puede decir “lleva un sombrero rojo” ya que el espectador ya está viendo que lleva un sombrero rojo, en todo caso habría que aportar por qué es rojo o por qué tiene ese sombrero o en quién está inspirado. Otros comentarios que se pueden escuchar son “Aquí vemos a Kike Remolino, que recordemos fue ganador con Las Pitorrisas en el 2008...” O el famoso “El Selu empezó en comparsa”. En la radio, en cambio, pueden hacer esos comentarios, pero además se nutren de las descripciones del decorado, de los tipos, etc. Es lo que Chion (1993, p. 13) llama “Valor añadido del texto sobre la imagen”. Como en el deporte “la figura del comentarista toma gran protagonismo, ya que acompaña a las imágenes que suceden en directo aportando información adicional al espectador” (Zúñiga, 2006, p. 145). Los comentarios tienen que aportar algo más de lo que el receptor televisivo ve.

Los comentarios de Onda Cádiz, son más locales porque su audiencia es local y se presupone que más entendida, mientras que los comentarios proferidos por los presentadores de Canal Sur han de ser más explicativos sin tanto grado de detalle ya que el tiempo de comentar la copla es muy reducido, a veces no da ni tiempo a explicarla porque entre copla y copla puede haber interactuación entre los componentes de las agrupaciones como en 2020 con la comparsa “Quieto todo el mundo”:

Hablamos más de comentarista que de narrador, de locutor o presentador, ya que se trata de un periodista especializado, cuya opinión es respetada y valorada por la audiencia. Debe interpretar los hechos que ocurren ante sus ojos y, en ocasiones, convertirse en un simple introductor de la acción para que, con su silencio, sea el propio telespectador quien analice la intromisión de la cámara en la acción. (González y Barceló, 2009, p. 42).

Aquí sí hemos querido diferenciar al término presentador como la persona que trabaja todos los días en la retransmisión y comentarista aquella persona invitada puntualmente. Esto hace que, como veremos a continuación, tanto el comentarista del carnaval de Cádiz como el presentador han de ser alguien experto para que al término de cada copla aporte “algo más” a los televidentes. Esta tarea, que parece baladí, en el caso del Carnaval, como en el deporte, es hartó difícil.

4.2. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Una vez hemos descrito las bases del guion sobre las que se cimenta la retransmisión, vamos a hablar de las características personales que ha de tener quien se encargue de la retransmisión. Según nuestra observación, consisten en las siguientes:

Comunicar, ser expresivos

En televisión es muy importante y en programas de entretenimiento más. Todos los presentadores de los concursos de televisión son buenos comunicadores. Como hemos apuntado, la retransmisión que aquí tratamos es un concurso televisado, no televisivo, pero aun así los presentadores tienen que ir al ritmo, o mejor dicho, al compás que marca el contenido de lo que están retransmitiendo. Con esto nos referimos a que tienen que estar dentro de las coplas. Muchas veces hemos escuchado reírse a los presentadores e incluso emocionarse ¿Por qué? Pues porque siguen el argumento que le dan las agrupaciones. Y sus comentarios deben ser una extensión de la copla y saber transmitirla. Con lo cual, necesitan la siguiente característica.

Elocuencia

Una de las muchas diferencias que existen entre ver el concurso por televisión a verlo desde el propio teatro es el sonido. En el teatro, mientras que no esté cantando una agrupación, siempre hay ruido constante, ya sea procedente del gallinero o bien del murmullo general del teatro. Es decir, el espectador asistente siempre va a estar escuchando algo, pero no ocurre lo mismo con los espectadores de televisión. El silencio en televisión es tan inquietante o antinatural como cuando la pantalla se va

a negro y no se ve nada. En la televisión escuchamos sonido ambiente, el jaleo del Falla, pero es proveniente de lo que entra por los micrófonos de los presentadores. Al no estar captando exprofeso sonido ambiente del teatro, obliga a los presentadores a estar hablando siempre que no esté actuando una agrupación, ya sea anunciando la próxima agrupación o entrevistando a algún invitado. Hay bloques publicitarios, pero si una agrupación tarda más en montar o desmontar el escenario, ese tiempo tiene que ser rellenado de comentarios y comentarios apropiados, no sería admitido que hablen de cualquier cosa. Y recordemos que no tienen guion literario, a no ser que sean menciones publicitarias.

Capacidad de concentración

Es tanto el ruido que hay en el Teatro Falla entre actuación y actuación que incluso se hace complicado poder escuchar al compañero que se tienen al lado a la hora de hacer los comentarios¹⁰. En la radio, se hace imprescindible el uso de auriculares para escuchar a los demás contertulios y a uno mismo cuando está hablando.

No hay regidor en el Falla para el público, sí lo hay de escena para los intérpretes. Para los presentadores sí hay regidor televisivo, pero la figura del regidor que, por ejemplo, ordena silencio en un plató de televisión, no existe, al revés, Pepe el Caja, de Onda Cádiz, anima o coordina al público del Falla, para que por ejemplo, mientras está en antena él con un compañero con cámara inalámbrica, sus compañeros que presentan desde el palco pueden “descansar” aunque siguen saliendo en imagen y pueden conversar con, este caso, Pepe. La figura del reportero con cámara inalámbrica también tiene presencia en Canal Sur, pero no interacciona con el público asistente al teatro.

10 Para apreciar el jaleo y ruidos que puede haber en el Teatro Falla cuando los presentadores están hablando o entrevistando, recomendamos que se visualice el vídeo de este trabajo en el V Congreso Internacional de Comunicación y pensamiento del momento 05:00 al 05:20 <https://www.youtube.com/watch?v=XbXsxSW2-wM> (o escribiendo en el buscador de YouTube: "La profesión periodística en retransmisiones culturales de entretenimiento: COAC").

Multitarea

No solo presentan, en algunos casos pueden estar pendientes de las redes sociales. A los presentadores, además del realizador, director y regidor, pueden hablarles vía twitter o WhatsApp espectadores o amigos. Manuel Casal en 2014 dijo:

Cuando yo estoy trabajando “no estoy disfrutando”, o mejor dicho “disfruto de otra forma” porque estoy pendiente de muchas cosas: las órdenes de realización, del camión, que te dice que estés pendiente de tal, vamos a sacar un plano de cual, el sonido, las posibles entrevistas, los vídeos que permitirán mantener la atención... y muchas veces hay que comentar una copla que no has escuchado, pero claro, qué sabe nadie que no te han dejado escucharla, claro. Nadie sabe que has tenido que estar hablando sobre la publicidad que viene después, o manteniendo una charla previa a la entrevista con la alcaldesa, etc. (Fernández Jiménez, 2018, p. 111)

Improvisación y rapidez mental

Las agrupaciones pueden hacer cualquier cosa sobre el escenario y rara vez avisan a los presentadores. Y no solo eso, en 2018 en plena actuación de una chirigota durante la final (Cai de miarma 7.20), un espectador tuvo que ser atendido por los servicios de urgencias del teatro y todos tuvieron que adaptarse a la situación.

Como hemos comentado con anterioridad, los presentadores del programa tienen unas fichas informativas a modo de guion previsto que suele contener la información específica de cada agrupación. Pero los comentarios de los presentadores dependerán de lo que las agrupaciones canten y de los conocimientos de los encargados de la retransmisión. De ahí que la capacidad de improvisación esté muy presente en los presentadores. El repertorio de las agrupaciones, es decir, la temática de las coplas, es secreta hasta que se cantan en el teatro. A veces, antes de cantarlas, el director o algún componente, de acuerdo con la agrupación, da ciertas pistas en alguna entrevista previa sin hablar del tema específico que tratarán. También puede darse el caso de que los presentadores sepan por amistad de los autores, qué van a cantar, con lo cual tienen que saber guardar el secreto. O incluso, sin que lo sepan, pueden ser ellos

mismos los protagonistas de las letras y deben tener una reacción adecuada a las circunstancias.

Aguante físico

Las sesiones duran de media unas 5 horas de emisión, pero los presentadores de televisión están allí una hora antes para última revisión de la escaleta y maquillaje, y se van también más tarde. El concurso completo dura aproximadamente un mes. Y en general las sesiones son diarias. Dependiendo del año, se establece un día de descanso entre fase y fase, o no. La final del concurso dura de media unas 12 horas, por esta razón vemos necesario añadir “aguante físico”.

4.3. CARACTERÍSTICAS PERIODÍSTICAS

A continuación, exponemos los elementos periodísticos que se ponen en acción durante la elaboración de este programa de televisión.

Documentación y conocimientos profundos de la fiesta

Este es, junto a la capacidad de comunicar, el más complicado y el que da la clave sobre quién puede realizar la tarea de la retransmisión. Nos referimos a conocimientos profundos en cuanto a las características de cada agrupación, pero además, los presentadores suelen tener conocimientos de la historia del concurso. Al igual que los locutores deportivos tienen memorizados datos de quién ganó tal competición en tal año, aquí ocurre igual. Ayuda mucho a la tarea de la retransmisión que los presentadores sean aficionados al carnaval y al concurso ya que de esta manera manejarán datos con fluidez. En el ámbito carnavalero gaditano a quien está todo el año escuchando y hablando sobre carnaval se le llama ‘jartible’, procedente de la palabra hartar. Pues bien, ser ‘jartible’ aquí ayuda a la retransmisión.

Otra dificultad añadida es la objetividad. Recordemos que el concurso tiene un gran componente artístico y lo artístico mueve a la subjetividad. Los presentadores pueden tener un gusto personal que no tiene por qué coincidir con el de la audiencia y han de compensar sus comentarios:

Frecuentemente los propios profesionales del periodismo se autodefinen como meros transmisores de la realidad social. Difícilmente asumen que llevan a cabo la producción y aun menos la construcción de la información. [...] un receptor considera que un texto es objetivo cuando se produce una sintonía entre dos subjetividades, la del productor de la información y al lector de la misma (Rodrigo, 2007, p. 109).

Los juicios de gusto y de valor (Vázquez, 1987) son mirados con minuciosidad por muchos espectadores y a veces se confunden estos términos. El de gusto depende de las preferencias personales y el de valor es lo que una sociedad entiende como bueno.

Al comienzo de las retransmisiones se les criticó mucho a los presentadores que hablasen mientras la agrupación ya había comenzado a cantar. Esto se debía a la inexperiencia de la retransmisión del evento y carencia del bagaje necesario. Hablar mientras se está actuando es algo que ya no se hace o si se hace es debido a causas de peso, pero desde hace unos años (bastantes) los presentadores saben que una vez va a empezar la copla, ya sea la presentación o parodia; los pasodobles o tangos; los cuplés; los popurrís o temas libres, deben guardar silencio. Sí es cierto que hablan cuando algunas personas desde el gallinero dicen sus “poesías” porque se puede llegar a entender en algún momento que puede ser excesivo e incluso robar el protagonismo a las propias agrupaciones. En ese momento los presentadores aprovechan para comentar las coplas. En otras ocasiones sí dejan que se escuchen esos comentarios o ellos mismos repiten lo que se le ha gritado a la agrupación, para la audiencia que no lo haya escuchado bien.

Los presentadores saben que no son los protagonistas, lo son las agrupaciones y las coplas, aunque es inevitable que alguna vez cometan errores y las agrupaciones, y Twitter, los hagan más protagonistas de lo que deberían. Siempre entran en juego muchos factores.

La explicación de tecnicismos forma parte indivisible de la retransmisión. ¿Qué ocurre? Que el concurso puede llegar a durar un mes, con actuaciones prácticamente diarias, y repetir lo mismo todos los días es agotador para los presentadores y para la audiencia que sigue diariamente el concurso. Con lo cual, es complicado el equilibrio. Tanto la

televisión municipal como la autonómica son conscientes de que su audiencia no siempre va a ser especialista en la materia y las explicaciones, aunque para muchos sean redundantes para otros son necesarias.

Estar informados

Se requieren conocimientos de la actualidad de cualquier tema y, en concreto, cualquier tema gaditano. Las coplas de carnaval pueden hablar sobre un tema de relevancia mundial y a continuación cantar sobre un acontecimiento que sucedió en una calle de Cádiz, luego los presentadores tienen que conocer tanto un tema como el otro. El general, las personas encargadas de presentar las retransmisiones del concurso son residentes en la ciudad de Cádiz, o trabajan en ella, o tienen vínculos laborales con ella.

Podríamos decir que los presentadores de Onda Cádiz tienen un perfil más local, ya que su día a día se desarrolla en la televisión municipal (aunque vía internet aspiran a una cobertura más grande en el caso de las retransmisiones del COAC). Los trabajadores de Canal Sur tendrían un perfil más regional, para toda Andalucía. Los presentadores más locales están muy informados sobre el COAC, ya que Onda Cádiz tiene programas semanales de carnaval y digamos, el tema forma parte de su “hábitat”, pero igualmente están profesionalizados. Los de la televisión regional tienen más experiencia (los más veteranos de Canal Sur llevan 30 años ejerciendo), pero igualmente tienen información constante del evento COAC durante todo el año ya que la televisión regional convoca a los profesionales “gaditanizados” es decir, cuya sede de trabajo es Cádiz o se sabe que cumplen con las características que aquí mostramos.

Capacidad de síntesis

Los presentadores han de hacer titulares de cada copla. Para ello es fundamental la atención plena de las letras que, como hemos expuesto con anterioridad, es complicada en algunas ocasiones. En pocas palabras tras cantar alguna parte del repertorio, los presentadores tienen que comentar la copla. Bien dan alguna explicación sobre el contenido si fuera necesario, bien aportan algún dato, o pueden reírse o emocionarse, pero siempre deberán comentar algo.

¿Ser periodistas?

Aparece aquí la pregunta que motiva este trabajo. Actualmente, los presentadores de televisión encargados de las retransmisiones televisivas son licenciados o han estudiado lo siguiente: Historia, Derecho, Magisterio musical, Ciencias políticas, Ingeniería industrial, Criminología y Periodismo. Con este espectro académico podemos decir que no es requisito ser periodista para realizar la retransmisión de entretenimiento (no informativa) de este acontecimiento cultural que es el COAC.

Sí es requisito cumplir o tener las características que hemos expuesto a lo largo de este trabajo. Si la persona fuera periodista estos requisitos o características habrían sido inculcados durante sus estudios, con lo cual sería un estado ideal.

En 1989, cuando nace Canal Sur y dos de las cadenas privadas nacionales, aún en Andalucía no estaban asentadas las facultades de Comunicación o Ciencias de la Información, como entonces se llamaban. La primera facultad de Ciencias de la Información de la región fue la de la Universidad de Sevilla también en 1989, con lo cual, Canal Sur tuvo que absorber trabajadores que no respondían a la formación académica de comunicación de manera específica en Andalucía (que no hayan cursado sus estudios superiores en Madrid u otro lugar donde ya sí se impartían estos estudios), pero que sí estaban relacionados con las ciencias sociales o humanidades y previamente muchas de estas personas ya habían trabajado en medios locales antes de trabajar en el regional. Con lo cual, las personas que entraron a trabajar en esta televisión tenían otros estudios cursados y fue el oficio lo que les habilitó para realizar las tareas de comunicación.

5. CONCLUSIONES

Se puede plantear el dilema que para otras profesiones se necesita estar colegiados, y esto, por así decirlo, será siempre una batalla que ganará el derecho a la libertad de expresión e información que toda persona tiene sin estar colegiado.

Siempre la formación de los periodistas repercute en el buen hacer de esta retransmisión, formación que los presentadores pasados y actuales

tuvieron que aprender con la fórmula de ensayo-error y eso, en teoría, es una ventaja que tienen las futuras generaciones de sí periodistas.

La figura del colaborador y comentarista también es fundamental para este tipo de programas. Cada vez más se exige la máxima profesionalidad y riqueza argumental en la retransmisión de este evento.

Existe una subcategoría de trabajo periodístico que proporciona el concurso y es la existencia de programas a lo largo del año sobre el carnaval de Cádiz. Fue en 1996, cuando el programa “El Ritmo del Tangai” de Canal Sur dio el pistoletazo de salida a hacer reportajes y entrevistas a personas que conformaban y hacían esta manifestación cultural fuera del periodo estricto del concurso, más bien como antesala. Por entonces no existían tantas televisiones locales. En los últimos años la televisión regional ha elaborado especiales en las fechas previas a la celebración del concurso o durante las mismas. Es con la llegada de las televisiones locales en Cádiz y sobre todo con la municipal, Onda Cádiz, cuando se han multiplicado y diversificado los programas dedicados al carnaval de Cádiz (especialmente centrados en el concurso) con programación semanal y durante todo el año. Por ejemplo, en 2014 recogimos una muestra y encontramos en Onda Cádiz: “Más Carnaval”, “Historias del Carnaval de Cádiz”, “Haciendo tipo”, “Martes de Carnaval”; Ondaluz también contiene programas de temática carnavalesca “Carnaval y Punto”, “Carnavaleando” y “Ondaluz en carnaval”, por ejemplo. Últimamente encontramos “El Gallinero” en 7TV o “blam blam car” en Youtube. De modo que existe una variada programación de carnaval a lo largo de todo el año que para su elaboración se basan en elementos periodísticos. En estos programas se cubren eventos culturales, gastronómicos y entrevistas. Evidentemente, los contenidos y números de programas aumentan aproximándose la fecha del acontecimiento¹¹.

Una vez hemos expuesto y analizado todas las características que se activan para la retransmisión de este evento, sostenemos que lo ideal es

¹¹ Destacamos que durante la pandemia de 2020 debida el COVID-19, en Instagram también se han multiplicado los programas o, al menos, las cuentas destinadas a entrevistar a protagonistas del concurso.

que sean periodistas, pero al ser un programa de entretenimiento se valoran otros elementos, y más en televisión donde a veces se prima demasiado la imagen de alguien respecto al talento (no siendo el caso de esta retransmisión). Con lo cual, prevalece la capacidad de transmisión sobre las herramientas periodísticas. En el caso analizado existe un equilibrio que hace funcionar los diferentes programas de televisión encargados de la retransmisión en directo pese a que muchos de los componentes no hayan estudiado de manera oficial Periodismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barroso-García, J. (1987). *El guion en la realización televisiva*. Madrid: RTVE.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.
- Fernández-Jiménez, E. (2018). *La final del Falla. Un estudio sobre la realización televisiva del COAC*. Cádiz: Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- González-Conde, M. J. y Barceló-Ugarte, T. (2009). *La televisión. Estrategia audiovisual*. Madrid: Fragua.
- Osuna-García, J. (2009). *El periodismo en tiempos de Carnaval. 1763-2005 (más linotípico no lo hay)*. Cádiz: Quorum Editores.
- Rodrigo-Alsina, M. (2007). *Los Modelos de la Comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Sacaluga-Rodríguez I. y Pérez-García, Á. (2017). *De las coplas a la industria cultural*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidadde Cádiz.
- Sacaluga-Rodríguez, I. (2015). Las agrupaciones del carnaval de Cádiz. Un ejercicio creativo de contrapoder en *Creatividad y sociedad. Revista de la Asociación para la creatividad*. 24, 4-31.
- Vázquez-Medel, M. Á. (1987). La semiosis estética en los textos literarios en *Discurso. Revista internacional de semiótica y teoría literaria*. Sevilla, Alfar, 1, 113-123.
- Zúñiga-Ródenas, J. (2006). *Realización en televisión*. Andoain (Guipúzcoa): Escuela de cine y vídeo.