



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

“EL *REALITY SHOW* COMO GENERADOR DE NOTICIAS EN EL
PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS – ABRIL 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Periodismo

Autor:

Jackeline Estefani Campos Ramirez

Asesor:

Mg. Troy Requena Portella

Lima - Perú

2020

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Mg. Troy Requena Portella, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Comunicaciones, Carrera profesional de **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- Campos Ramirez Jackeline Estefani

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: *El reality show como generador de noticias en el periodismo de espectáculos – Abril 2017* para aspirar al título profesional de: Licenciada en Comunicación y Periodismo por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

Mg. Troy Requena Portella
Asesor

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de la estudiante: Jackeline Estefani Campos Ramirez para aspirar al título profesional con la tesis denominada: *El reality show como generador de noticias en el periodismo de espectáculos – Abril 2017*.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos
Jurado
Presidente

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos
Jurado

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos
Jurado

DEDICATORIA

Se lo dedico a mi padre, Miguel Campos, por haber estado conmigo en todos los momentos de mi vida, por darme una buena educación, cuidarme y apoyarme en todo momento. Depositando su confianza en cada reto que se me presenta, porque estoy segura que sin todo lo que él me ha brindado no hubiera logrado todo lo que soy hoy en día.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por siempre estar presente con sus consejos y motivaciones para seguir adelante.

Agradezco a las personas involucradas a lo largo de la investigación: Al Lic. Julio Ortega Matias, por su apoyo y total disposición en el curso de tesis. A mi asesor Mg. Troy Requena, por su tiempo, aportes y enseñanzas. A mis compañeros de la universidad por su apoyo constante en el curso de tesis. Agradezco también a todos los autores que con sus libros y artículos científicos contribuyen a la investigación científica.

Tabla de contenidos

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	47
CAPÍTULO III: RESULTADOS	51
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	52
REFERENCIAS	55
ANEXO 1 Matriz de consistencia.....	62
ANEXO 2 Preguntas de entrevista.....	63
ANEXO 3 Entrevista a Robinson Reyna.....	64
ANEXO 4 Entrevista a Omar Lozano.....	67
ANEXO 5 Entrevista a Maritza Espinoza.....	70
ANEXO 6 Entrevista a Juan Padilla.....	75
ANEXO 7 Entrevista a Marisol Maita.....	83
ANEXO 8 Entrevista a Estefany Barrientos.....	90
ANEXO 9 Entrevista a Ernesto Jerardo.....	94
ANEXO 10 Entrevista a Luis Otani.....	100
ANEXO 11 Entrevista a Patricia Salinas.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Géneros periodísticos existentes según distintos autores</i>	20
Tabla 2. <i>Diferencias entre el periodismo de espectáculos en los Estados Unidos de América y el Perú</i>	33

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Lo que genera el <i>reality show</i>	28
<i>Figura 2.</i> Cantidad de periódicos vendidos en el habla hispana	31
<i>Figura 3.</i> Características de una noticia	46
<i>Figura 4.</i> Características de una noticia basada en el <i>reality show</i>	46

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo definir la relación que existe entre el *reality show* y el periodismo de espectáculos en el Perú, debido a la acogida que existe en los medios de comunicación respecto a los “chicos *reality*” y tomando las acciones que realizan tanto en el *reality* como en su vida privada para volverlo un hecho noticioso. También se analiza si el periodismo de espectáculos está cumpliendo con su función principal siguiendo la ética y los criterios por el que se caracteriza el periodismo. Se realizaron entrevistas a profesionales con experiencia en el periodismo de espectáculos para saber sus opiniones respecto al tema y se demostró que existe información de la farándula que genera noticias en el periodismo de espectáculos a través de escándalos. Además, se investigó que las noticias son construidas por hechos ficticios. El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo con un diseño investigación–acción y se obtuvo como resultados informaciones sobre el factor principal del por qué el contenido que se realiza en el *reality show* es acogido por la prensa de espectáculos como un hecho noticioso.

Palabras clave:

- *Reality show*, periodismo de espectáculos, Perú.

ABSTRACT

The present thesis aims to define the relationship that exists between the reality show and show journalism in Peru, due to the reception that exists in the media regarding "reality boys" and taking the actions they carry out both in reality as well as his private life to make it a news event. It also analyzes whether entertainment journalism is fulfilling its main function following the ethics and criteria by which journalism is characterized. Interviews were conducted with professionals with experience in entertainment journalism to find out their opinions on the subject and it was shown that there is information about entertainment that generates news in entertainment journalism through scandals. In addition, it was investigated that the news is constructed by fictitious facts. The present research work has a qualitative approach with a research - action design and the results obtained were information about the main factor why the content that is made in the reality show is received by the entertainment press as a news event.

Keywords:

- Reality show, show journalism, Peru.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El periodismo es muy importante para el desarrollo de la sociedad, porque este informa sobre sucesos y acontecimientos de la actualidad. Para ello, es importante mencionar la función importante que cumple el periodista, ya que se encarga de obtener y registrar hechos relevantes que son de interés para la sociedad. Además, se vale de dos criterios periodísticos como la relevancia y la novedad para seleccionar la noticia entre el gran número de información obtenida.

Existen distintos tipos de periodismo. Uno de ellos es el de espectáculos, el cual se encarga de informar al público sobre los acontecimientos en el mundo artístico, en los que se incluyen la música, el cine, el teatro, la literatura y la danza como novedades. Este tipo de periodismo se inició enfocándose en temas culturales. Con el pasar de los años comenzó a informar sobre los artistas y lo relacionado a ellos. En la actualidad el periodismo de espectáculos ha dejado su labor principal en los diferentes medios de comunicación por causa de los nuevos “artistas” de los *reality shows*, informando sobre temas banales y frívolos, teniendo como objetivo principal la vida íntima de los “chicos *reality*”

El *reality show* llega a Holanda como un nuevo formato televisivo en el año 1991 y luego comienza a internacionalizarse con éxito de los programas “Big Brother” y “Survivor” alcanzando diferentes versiones en distintos países. En el Perú uno de los de los *reality show* de competencia más polémicos se estrenó en el año 2011 y fue llamado Combate, el cual tenía como competidores de sus equipos rojo y verde a distintos modelos reconocidos en el mundo de “Chollywood”.

El espectáculo es parte del contenido que difunde el *reality show*. Los participantes generan peleas, romances e infidelidades, estos sucesos son acogidos por la prensa para brindar información al público.

De esta manera surgen las noticias de espectáculos en los noticieros matutinos junto a noticias de personajes famosos internacionales. Según Ayala y León (2001): “Así aparecieron las noticias de espectáculos dentro de los noticieros televisivos e incluso la aparición de magazines dedicados al ámbito del cine, eventos artísticos, conciertos, exposiciones artísticas, y varios casos junto a las noticias del mundo de la farándula peruana e internacional. Es como una suerte de *star system*, que implica la vida de los artistas y figuras del espectáculo televisivo, cinematográfico, teatral, etc.” (p.157). Con eso el autor se refiere a que las personas conocidas que vemos a diario en la televisión son las mismas que muchas veces también en otras plataformas de entretenimiento.

En este contexto, el *reality show* se vuelve una necesidad primordial para la elaboración del periodismo de espectáculo debido a que las acciones y la vida íntima de sus participantes se vuelven relevantes para el público, por ello la prensa en general genera este tipo de contenidos para satisfacer el gusto del consumidor.

1.2. Antecedentes

Dentro del ámbito investigativo, es importante realizar una revisión de otras investigaciones y estudios relacionadas al objeto de estudio, con la finalidad de conocer los avances empíricos existente en la materia, tal y como lo indica Hernández, Fernández y Baptista (2014), “Conocer lo que se ha hecho respecto de una idea ayuda a (...) tratar un tema no estudiado, profundizar poco en uno medianamente conocido, o darle una visión diferente o innovadora a un problema aunque ya se haya examinado repetidamente” (p. 26).

En este sentido, las investigaciones que asumen plenamente el mundo digital como parte de la labor periodística se encuentran agrupadas en antecedentes nacionales e internacionales.

1.2.1 Antecedentes nacionales

Se inicia con el trabajo de investigación de Villanueva (2017), el cuál se titula *Análisis y definiciones del periodismo de espectáculos en la televisión peruana entre los años 1997 y 2015*, teniendo como objetivo analizar y definir qué es el periodismo de espectáculos y su desarrollo dentro de la televisión peruana, mencionando cuáles son las características, funciones y la formación profesional que debe tener un periodista de espectáculos. La investigación concluye que existe una concepción errónea de la opinión pública en relación a ciertos programas de espectáculos de la televisión que difunde noticias sobre la vida privada de personajes de la farándula y consideran que eso es periodismo de espectáculos y añade que un buen periodismo jamás se basará en suposiciones ni mucho menos en rumores con la finalidad de generar sensacionalismo y el morbo entre la gente.

Así mismo, Santiago (2019), realizó una investigación que se titula *Características del género épico en el reality show a través de su puesta en escena: El caso del programa de televisión Esto es Guerra*, cuyo objetivo es identificar y analizar cómo el género épico participa en el *reality show* peruano Esto es Guerra. La investigación tiene un enfoque cualitativo y en ella se empleó la observación de los capítulos de las finales de la quinta, décima y décimo tercera temporada del *reality show* Esto es Guerra.

1.2.2 Antecedentes internacionales

Comenzando con el estudio de Ávila (2009), titulado *Cuando el periodismo de espectáculos se pintó de rosa Análisis de contenido de la sección de espectáculos de El Universal*, cuyo objetivo fue lograr un mejor entendimiento del periodismo de espectáculos, a través de dos objetivos principales: la aproximación a una fundamentación teórica de la prensa de espectáculos y el estudio de su ejercicio actual en México. La investigación es relevante porque revela que el escenario actual del periodismo de espectáculos mexicano tiene intereses económicos y empresariales a casi el cuarenta por ciento de su espacio.

También se encuentra la investigación realizada por Cabrera (2012), la cual lleva por título *El periodismo de espectáculos en medios escritos populares*, en la que se planteó como objetivo dar a conocer las características del periodismo de espectáculos en los medios escritos de corte popular. La investigación es importante porque revela que el periodismo de espectáculos ha tomado auge en los últimos años, principalmente por la influencia de los medios de comunicación electrónicos, los cuales han sido replicados por los medios escritos populares, en los que esta sección ocupa una buena porción del medio.

1.3. Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿Cuáles son los criterios de selección a través de los cuáles el *reality show* genera noticias para el periodismo de espectáculos?

1.3.2 Problemas específicos

1. ¿Cuáles son las razones por las que el periodismo de espectáculos recurre al *reality show*?
2. ¿De qué manera el periodismo de espectáculos depende del *reality show*?

1.4. Justificación

El periodismo de espectáculos es uno de los más consumidos por la población peruana desde hace muchos años atrás, teniendo como consecuencia que tanto sus titulares como sus protagonistas sean temas de conversación en todos los medios de comunicación. (Robledo, 2017)

En ese sentido es necesario conocer si este tipo de periodismo cumple en el Perú su principal función de entretener e informar sobre artistas y todo lo relacionado a ellos. García (2000) afirma que la prensa escrita es un medio masivo de comunicación y se caracteriza por ser una fuente primordial en la construcción de información. Otra característica de este medio masivo es la inmediatez en la narración y descripción de los sucesos (noticias).

La elección del diario Trome para el presente trabajo de investigación, se sustenta en que es el diario más vendido en el Perú, con 734 mil copias diarias y con una postura definida por el periodismo de farándula. Según un artículo publicado en la revista Harvard Review en el año 2014, el diario Trome le lleva la delantera respecto a la cantidad de lectores de diarios como El Clarín de Argentina, El Tiempo de Colombia o El País de España.

El programa televisivo Esto es Guerra, producido por América Televisión, fue elegido para este trabajo de investigación porque un estudio del Consejo Consultivo de Radio y Televisión lo definió como “el *reality show* más visto en el Perú”, colocándolo como el número uno a nivel nacional con un rating de 21.1% (2015).

El año 2017 fue elegido como año de investigación debido a que fue el año en que se realizó el curso de tesis.

En ese sentido, la presente tesis contribuye al estudio de la mala función que se realiza en el periodismo de espectáculos en el Perú y de la demostración que efectivamente

el *reality show* genera noticias dentro del periodismo de espectáculos en base al contenido que representan en sus programas a diarios. De esta manera el presente trabajo intenta demostrar la relación que existe entre el contenido del *reality show* y el periodismo de espectáculos.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Identificar cuáles son los criterios de selección a través de los cuáles el *reality show* genera noticias para el periodismo de espectáculos.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Determinar las razones por las que el *reality show* genera noticias para el periodismo de espectáculos.
2. Determinar los elementos de dependencia que tiene el periodismo de espectáculos del *reality show*.

1.6. Géneros periodísticos:

La teoría clasificadora de los géneros periodísticos no se creó inicialmente con una preocupación filosófica o literaria, sino más bien como una técnica de trabajo para el análisis sociológico de carácter cuantitativo de los mensajes que aparecían en los periódicos, posteriormente se perfiló como una doctrina filológica propia de la sociolingüística, de gran utilidad para hacer valoraciones críticas de carácter literario y lingüístico. (García y Gutiérrez, 2012, pág.31)

Los géneros periodísticos surgen a través de la evolución del periodismo intentando cubrir la aparición de nuevas necesidades. Los primeros periódicos contaban solo con un redactor que escribía con el estilo de correspondencia, como si la nota periodística fuera una carta para el lector. La revista francesa *Journal des Savants* fue una de las primeras en implementar el trabajo en equipo. El 2 de enero de 1702 formó un conjunto de redacción que se reunía todas las semanas.

Moreno (2000) afirma que “los géneros periodísticos permiten que el lector se mantenga entretenido a lo largo de la lectura de todo el periódico. Es a través de ellos que los medios asignan un estilo para cada nota periodística facilitando el trabajo común” (p.170). Se entiende que los géneros ayudan al periodista a tener un mejor contacto con el público lector. Además, transmiten la experiencia del trabajo colectivo en los medios y tiene la finalidad de juntar el acontecimiento con el ámbito social en el que se encuentra.

Gomis (2008) reconoce que, en el ámbito periodístico, se reconocen tres tipos de géneros. El primero es el informativo y tiene como objetivo principal contar la realidad de manera directa con datos y hechos exactos de interés social y añade que el periodista

que redacta el texto no puede plasmar su opinión del acontecimiento ni realizar juicios de valor.

El segundo género que describe Gomis, es el “periodismo de opinión” en el cual además de informar también se opina sobre lo que pasa en la actualidad. Un requisito clave para poder realizarlo es que el periodista debe conocer todos los detalles del tema a tratar. En los textos de opinión no existen los párrafos de introducción debido a que la cantidad de palabras son limitadas y pueden formularse como crítica, solución o pronóstico. Dentro de este género se encuentra la columna de opinión, el cual se define como un espacio esencial en los diarios y puede ser escrita por un periodista como por un especialista en el tema a tratar. La columna tiene como finalidad mostrar la noticia desde diferentes puntos de vista.

El tercer género periodístico es el interpretativo, conocido también como la crónica. Este género nace por las exigencias del público al ya no querer saber solo lo que pasaba en el día a día, si no también querían sentir y entender los hechos como si hubieran estado presente en el preciso momento que ocurrió la noticia. El periodista tiene que reunir datos exactos preguntando a los testigos, relacionarlos y redactar de la manera más exacta para sus lectores. (Gomis, 2008). El periodista tiene que reunir datos exactos preguntando a los testigos, relacionarlos y redactar de la manera más exacta para sus lectores.

Por otro lado, Moran (1988) afirma que “solo hay ocho géneros periodísticos. Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje. Y de opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística” (p. 10) Esta clasificación es considerada

porque según el autor en el periodismo solo podemos encontrar dos vertientes principales que son la interpretación (opinión) y la información.

Por su parte, Gutiérrez (1984) considera que “lo fundamental es que cada género periodístico cumpla una función distinta y cubre un sector del amplio arco que va desde la noticia hasta el editorial. Solo hay cuatro géneros periodísticos: información, reportaje, crónica y artículo o comentario, cada uno con su propia técnica de trabajo” (Gutierrez, 1984, p.99).

Así mismo, López de Zuazo (2008) menciona que “hay un total de ocho géneros entre informativos y los de opinión, entre ellos están: reportaje, entrevista, información, crónica, artículo firmado, columna, crítica y editorial”.

Por tanto, el número de géneros en cuestión, depende de los diferentes autores, si bien es cierto hay gran cantidad de géneros periodísticos, pero todos cumplen con la misma función que es informar a la sociedad.

Tabla 1. *Géneros periodísticos existentes según distintos autores*

AUTORES	GÉNEROS PERIODÍSTICOS
Lorenzo Gomis Salvador	Informativo, opinión e interpretativo
Esteban Morán Torres	<p>Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje.</p> <p>De opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística</p>
Juan Gutiérrez Palacio	Información, reportaje, crónica y artículo.
Antonio López Suazo	Reportaje, entrevista, informativo, crónica, artículo, columna, crítica y editorial.

1.7. El periodismo de espectáculos:

El periodismo de espectáculos es la disciplina que se encarga de informar al público sobre el acontecer del mundo del arte, en la que se incluye la música, el cine, la televisión y el teatro, como expresiones. Al igual que la industria del espectáculo, este tipo de periodismo busca entretener y complementa al resto de las secciones del periódico, pues ayuda al lector a sacar su mente de los problemas que le afectan a diario y al mismo tiempo comprender su realidad mediante la proyección de la vida de sus artistas. El periodismo de espectáculos es tan necesario, útil y profundo como el

periodismo político, económico, cultural y deportivo (Cueva, 2006). Un ejemplo sería el teatro, debido a que presenta un tema del cual se origina la obra y es ahí donde interviene el periodismo de espectáculos, donde su trabajo no solo consiste en informar el estreno de una obra teatral, sino presentar un antecedente del tema que tratará la función para mejor conocimiento del público.

Según Vidaurre (2005), “el periodismo de espectáculos nace del ‘periodismo cultural’ en el año 1916 en los Estados Unidos con el objetivo de brindar información sobre todo lo que ocurre en el mundo artístico” (p.20). Sin embargo, con el pasar de los años el nombre cambió por completo a “farándula” el cual, según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se refiere a la profesión y ambiente de los actores. La palabra se deriva de las compañías de teatro ambulantes, en especial de comedias en Latinoamérica.

El periodismo de espectáculos es un vínculo entre el arte y el público. El bloque de espectáculos en un noticiero o en la sección de un diario siempre debe tener la información que el público quiere saber de los artistas, porque las noticias de espectáculos tienen como segundo propósito entretener. (Del Piano, 1985).

Por esta razón es significativo el rol que cumple el espectáculo dentro del periodismo, porque de esa manera la comunidad puede mantenerse informado no solo de lo que pasa en el ámbito político o económico del país los cuales tienen más cobertura por parte de los medios de comunicación. Sin embargo, el periodismo de espectáculo tiene un espacio que complementa la información que posee un periódico o un noticiero.

1.7.1. Funciones del periodismo de espectáculos:

Con respecto al periodismo se ha dicho siempre que su función elemental es informar a la población acerca de los acontecimientos más trascendentales de la jornada. El carácter del medio informativo determinará cuáles son esos hechos trascendentales y

cuáles no merecen esa categoría. De la misma manera, es independiente para determinar cuáles son las otras funciones que debe cumplir y en qué orden éstas deben ser consideradas.

Cantarero (2002) considera que las principales funciones del periodismo además de informar son:

- **Educar:** El periodismo debe ser un instrumento que sirva para la ilustración de la sociedad. Por estar permanentemente expuesto en las calles en forma de periódicos, o dentro de las casas a través del televisor o la radio, es el mejor medio para difundir conocimientos. Cuesta menos que un libro y sale más barato que contratar a un profesor particular.
- **Orientar:** La función orientadora es muy importante y necesaria en toda información de tipo política, económica, deportiva, etc. Para que el público no se quede en la simple recepción de las noticias, sino que obtenga gracias al periodismo desarrollado un criterio fundamentado acerca de las diversas actividades sociales.
- **Fiscalizar la administración pública:** Este es un compromiso de la prensa independiente. De aquí la importancia de la investigación periodística y la actitud del medio de mantenerse sólido en la denuncia sin doblegarse hasta confirmar que se haya hecho justicia.
- **Servir a la sociedad:** Esta es una función loable de los medios de comunicación. En las últimas tragedias nacionales han sido medios de prensa los que organizan y concentran la ayuda colectiva para ayudar a millares de personas damnificadas. Aunque reparando en esto, es también una tragedia considerar que sólo en circunstancias extraordinarias y dolorosas el periodismo debe y puede servir a la sociedad, mientras el resto del tiempo, para ciertas empresas de comunicaciones, es más importante obtener el lucro rápido.

- **Entretener:** Varios medios han hecho de esto su función principal. El periodismo local prácticamente ha quedado dominado por el espectáculo frívolo. Han tomado el sexo y la violencia como una fórmula para entretener y mantener a su público cautivo. Ignoran que es posible entretener educando, elevando el nivel cultural de la gente. Un claro ejemplo de esto es la publicación y grata aceptación de los crucigramas, donde los lectores –como jugando- miden sus conocimientos. De otro lado, una buena información puede ser entretenida y muy provechosa a la vez. Las noticias importantes, inclusive las políticas y científicas, no tienen por qué ser aburridas cuando se les trata adecuadamente. Además, el humor es –cuando se usa con maestría- un importante ingrediente en la redacción de una crónica o artículo de opinión.

1.7.2. Perfil del periodista de espectáculos

El periodismo es una de las profesiones que necesita de mucha entrega de quién la ejerce debido a que las noticias muchas veces no tienen horario para agendarse. En los espectáculos se exige aún más al periodista, porque muchas de las actividades ocurren de noche y terminan en la madrugada. Como todo periodista, el de espectáculos debe contar con tenacidad, determinación, olfato para la noticia, integridad y pasión por la profesión. Debe estar siempre atento para encontrar temas que cautivan al público. (Cabrera, 2012, pág.35)

Sobre todas las cosas, el periodista debe tener credibilidad, que es lo único con lo que cuenta para trabajar en los medios. “Un factor muy importante que debe tener en cuenta es que el activo más importante de un periodista es su credibilidad. Los periodistas reportamos lo que vemos y lo que encontramos en el campo. La credibilidad no es solo parte del oficio, es lo más valioso. Y si lo que escribimos o

transmitimos no refleja la realidad, la gente dejará de confiar en nosotros”. (Ramos, 2011, pág.18)

La fotografía es esencial para acompañar las noticias de espectáculos, más aún en el caso de los diarios, pues en estos las imágenes predominan, por lo que la competencia por ver quién publica las mejores fotos también es importante. Por ese motivo es importante recordar que “La fotografía desempeña varias funciones en los medios impresos: Es informativa, o sea que complementa al texto. Es documental, pues en ocasiones es muy descriptiva y puede convertirse hasta en una prueba de lo sucedido. Es simbólica pues de acuerdo a lo captado por el fotógrafo puede convertirse en el símbolo de algo. Y es recreativa, pues busca divertir al lector. Y finalmente es decorativa, es decir, aligera el excesivo peso del texto”. (Manfredi.2006, pág.151).

1.7.3 Características del periodismo de espectáculos

El periodismo de espectáculos tiene como característica principal ser una de las disciplinas del periodismo, relacionado a la información y el entretenimiento de noticias del mundo artístico. Por este motivo, se le vincula directamente con el *star system* o mundo de las estrellas, que concierne a todo el grupo de estrellas de televisión, teatro, cine, productores, cantantes, deportistas, entre otros. (Vidaurre, 2003, p.148). A continuación, mencionaré una serie de características sobre periodismo de espectáculos hechas por Carmen Vidaurre en su libro *Periodismo Especializado II*.

El periodismo de espectáculos se caracteriza por presentar notas exclusivamente del mundo del cine: estrenos de películas, producciones fílmicas, financiaciones, actores y actrices. En el mundo de la televisión y radio: estrenos de miniseries, nuevas y consagradas figuras, biografías, cambios de programaciones, anuncios de lanzamientos de programas, grabaciones, costos, financiamientos.

Teatro: Los temas que tratan son desde el punto de vista puramente creativo, como las comedias, actuación y biografías de los artistas, productores, la obra, costo y financiación.

Otros temas: desfiles de modas, exposiciones o premiaciones artísticas, espectáculos circenses y exhibiciones recreativas. La tarea del periodismo de espectáculos puede ser grata como a la vez extenuante, pues el periodista tiene acceso libre y preferencial en los eventos cinematográficos y teatrales, alternando con personalidades y la oportunidad de conversar con todos los astros y estrellas más famosos.

Al igual que los periodistas de otras áreas, no puede darse el lujo de hacer recorte o paréntesis en ningún momento del evento pues debe regresar de inmediato a la sala de redacción. La redacción es también otra característica importante del periodismo de espectáculos, pues cómo se presenta la noticia, ésta llega y causa interés en el lector. Lo mismo de las columnas de opinión sobre los eventos que en los últimos años se escriben en muchas de las secciones de espectáculos de los diarios. Lo cual sirve para retroalimentar más al lector sobre algún detalle sobre la exposición o estreno que se realizó y que es de interés curioso al lector por saber.

El periodismo de espectáculos se caracteriza por tener un rol importante, gracias a la aparición de los nuevos medios de comunicación como la televisión, y el Internet, donde se pueden usar las redes sociales como un nuevo mecanismo informativo y recordatorio sobre las diferentes actividades culturales a desarrollarse para conocimiento del público”. (Vidaurre, 2003:149). Para ampliar el concepto, de acuerdo con la definición de espectáculo observada en el apartado anterior, se puede decir que el periodismo de espectáculos es el que se encarga de los hechos relacionados con las actividades públicas celebradas con fines artísticos profesionales para un público que espera su contemplación.

1.8. El periodismo de espectáculos en la actualidad

El internet ha marcado un antes y un después en el periodismo de espectáculos, por las funciones de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y páginas web de los medios de comunicación en las cuales se puede obtener información más rápida y viral sobre los temas de interés.

Con el avance de la tecnología, el periodismo se ha desarrollado en los diferentes medios electrónicos, superando a los medios tradicionales como el escrito. Sin embargo, los periódicos siguen siendo consumidos por el público debido al contenido y las características que lo representan.

Una de las ventajas que tienen los medios digitales frente a los impresos es la rapidez de la información que presentan debido a que cuentan con más tecnología en la investigación. Por otro lado, existe el caso que en la versión impresa se encuentra mayor información en comparación a la versión digital del mismo diario. (Rubén Cabrera, 2012).

Barrera (2005) describe que tuvieron que pasar muchos años para que los almanaques y los libros religiosos desaparecieran y salga a la venta el primer periódico llamado “Élite”. Él afirmaba que “cuando la gente del pueblo comenzó a tener revoluciones, descubrieron que los diarios les enseñaba a leer, educarse y a razonar”. También que leyendo historias era una buena manera de pasar el aburrimiento.

Los diarios han ido transformando el contenido de sus páginas al igual que sus formatos para cumplir con las expectativas de su público. (Barrera, 2008: p.29-31).

Un periódico popular se caracteriza por inspirarse en la crónica para redactar sus testimonios, su lenguaje simple, sencillo, las fotografías que acompañan cada nota y

otras ilustraciones. Es por eso que suelen llamarlos sensacionalistas. (Armentia y Caminos, 2008: p.138).

De esa forma, la sección de espectáculos cumple un rol destacado por brindarle entretenimiento al lector en medio de noticias delincuenciales, homicidios o maltratos en la sociedad peruana. “En un diario popular, la sección de espectáculos puede llegar a ocupar el 33% del contenido total” (Cabrera, 2012, p.10).

Los diversos diarios populares se caracterizan por tener un precio accesible, un tamaño tabloide y tener muchas fotografías en su contenido. Entre su variedad, existen los que son sensacionalistas y amarillos. En el último mencionado, importa muy poco la veracidad de la noticia. El sensacionalismo llega a influir de tal manera que, si es necesario inventar la noticia, lo hacen recurriendo al drama para transmitir lo que le favorece. (Martínez Pinto, 2003: p.17)

1.9. El periodismo de espectáculos en el Perú

Gargurevich (2003) asegura que el periodismo de espectáculos introdujo el culto al chisme con el polémico programa de televisión “Magaly TeVe”, el cuál fue el primer programa de espectáculos que se transmitió en el Perú y conducido por la conductora de espectáculos Magaly Medina a través del canal de televisión de señal abierta ATV. En este programa se mostraba a diario la vida y conflictos de los artistas más polémicos del momento bajo el nombre de “ampays”.

Hoy en día vivimos en un mundo donde la televisión se encuentra muy influenciada por el infoentretenimiento. El crítico José Alberto García Avilés (2007), se refiere a la tendencia de los medios de presentar la información como si fuese verdaderamente un espectáculo, con la finalidad de enganchar al televidente con una noticia que enganche al televidente a seguir el programa. En el caso del *reality show*, los *fans* siempre quieren saber todo lo que realizan los participantes de los programas Esto es Guerra o

Combate. Es ahí donde los medios de comunicación generan contenido acerca de estos *reality show* pensando en generar repercusión en el público y podrán tener más ingresos sin necesidad de leer o informarse de los temas verdaderamente relevantes.

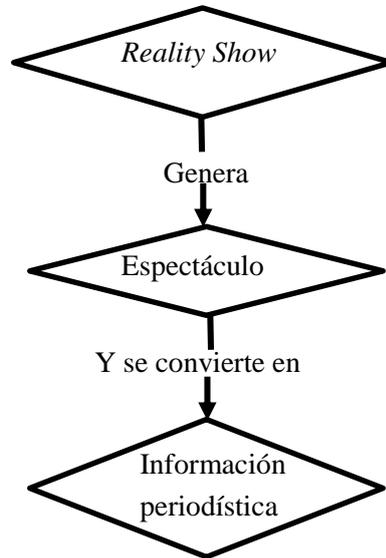


Figura 1. Lo que genera el *reality show*

Según un estudio que realizó CONCORTV (Consejo Consultivo de Radio y Televisión) en el año 2015, el *reality show* más visto en el Perú fue Esto es Guerra colocándose como el número uno a nivel nacional, sobresaliendo del resto con un rating de 21.1%. El ya mencionado programa concurso se transmitió por primera vez a nivel nacional en el año 2012 y desde entonces se caracterizó por generar rivalidades entre sus integrantes, incitando la violencia verbal y produciendo tocamientos obscenos que originaban un contenido inapropiado.

Para el conductor de programas de difusión cultural Marco Aurelio Denegri (2010) los dueños de los canales de televisión nunca se van a autorregular mientras tengan éxito comercial. Ellos se amparan en que uno puede hacer todo aquello que la ley no prohíbe.

No hay ninguna ley en contra de esparcir basura. Además, es tajante al decir “Responsable, no única, pero sí principalísima de esta bestialidad, de este embrutecimiento, es la televisión comercial. La persona bruta, o la que ha sido embrutecida por la televisión, no puede desarrollarse ni progresar”. (Revista Domingo, La República, 10 de octubre 2004)

Para el periodista peruano Fernando Vivas en una entrevista realizada para el diario El Comercio en el año 2016, mencionó que en el Perú la influencia dirigida hacia los jóvenes por parte de los canales de señal abierta como América Televisión “se ha multiplicado con los años”.

En dicho canal de televisión se logra apreciar gran cantidad de contenido violento, obsceno o de otra índole similar que pueden afectar directamente los principios inherentes de la familia, los niños y adolescentes, donde lo que principalmente ofrecen al público es la “televisión basura”, logrando insensibilizar a los televidentes con dichos contenidos.

Bueno (2002), denominó como televisión basura “a los programas que se caracterizan por su mal contenido donde prima el morbo y la vulgaridad con el propósito de conseguir que los participantes se peleen entre ellos generando escándalo, insultos y agresión”.

Shardin (2001), asegura que los problemas realmente importantes para la sociedad han pasado a un segundo plano en los medios de comunicación debido a que lo único que se destaca es lo sensacional y catastrófico como consecuencia de los *reality show*. Resalta además que las noticias deberían tener información trascendente y no contenido armado sobre peleas entre “combatientes” y “guerreros” cayendo en banalidades.

También es necesario cuestionarse si la estupefacción por el sexo, la violencia, o la importancia de lo negativo por encima de lo informativo en la agenda informativa, es solo culpa de los diarios al querer llenar espacios que no consiguen con contenido verdaderamente relevante o también es responsabilidad de los propios periodistas al no respetar su ética y dejarse llevar por lo que genera más audiencia.

En otros países como Guatemala, el periodismo de espectáculos ha sido denigrado hasta el punto de considerarlo como de “segunda clase” por la falta de seriedad que ofrecen las noticias a comparación de las otras secciones de un mismo diario. Los lectores aseguran que no existe una buena planificación e investigación de parte de la prensa. (Cabrera: 2012, pág. 5).

En el Perú ocurre lo mismo. El periodismo de espectáculos tiene una mala reputación en la sociedad, debido a que este tipo de periodismo saca noticias sobre la vida cotidiana de las figuras de la farándula.

Sin embargo, el periodismo de espectáculos descubrió también en los periódicos populares el complemento perfecto para poder entretener a sus lectores, sobre todo en aquellos que tienen el tiraje nacional más alto del Perú como es por ejemplo el diario Trome, el cual tiene una postura definida por el periodismo de espectáculos.

1.10. El diario Trome

El diario Trome ha revolucionado el mercado periodístico por el aumento de ventas desde su aparición en el año 2001. Cuando salió su tiraje (impresión) promediaba los 45 mil a 60 mil ejemplares diarios. Diez años después, en el primer semestre del 2011, Trome se convirtió en el diario popular con mayor circulación con 560 mil 797 ejemplares por día, según el estudio de Circulación de Diarios del Perú (2012) de la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (SEPP).

Al año siguiente, en el primer semestre del 2012, Trome vendió 647 mil 740 ejemplares a nivel nacional y llegó a los 2 millones 69 mil lectores diarios a nivel nacional de acuerdo a un estudio de la consultora KPMG. Esta cifra marcó un nuevo record de lectoría en la historia de la prensa peruana y Trome se convirtió en el diario impreso más leído en el Perú y de Hispanoamérica, según el libro *Contra todo pronóstico: Prensa peruana rompe las tendencias* (2012). Y en el 2016 Trome cerró con más de 2 millones y medio de lectores a nivel nacional.

Los estudios demuestran que el diario Trome le lleva la delantera respecto a la cantidad de lectores a periódicos como El Clarín de Argentina, El Tiempo de Colombia o El País de España. Su nombre está inspirado en la jerga de la palabra campeón y fue incorporado en el mercado por los dueños de El Comercio en el año 2001 con la finalidad de conseguir nuevos lectores de clase media.



Figura 2. Cantidad de periódicos vendidos en el habla hispana. (Fuente: Mineo, L. 2014. Revista *Harvard Review of América Latina*)

La revista *The Harvard Review of Latin America* de la Universidad de Harvard (EE. UU), explica que la clave principal del éxito de Trome es que encontró a su público objetivo. Mineo (2014) escribe que son “taxistas, vendedores ambulantes y pequeños negociantes que conforman la clase media emergente peruana. Es un grupo que está creciendo en Lima y en el interior (...)”.

En ese sentido sostiene que las mujeres forman más de la mitad de la lectoría de Trome, sostiene además que los artículos deben estar basados en hechos reales y no en mentiras o exageraciones, y que se añadió promociones, premios, festivales musicales, caravanas de salud y sorteos para recompensar a los lectores.

Del mismo modo, un extenso informe sobre el éxito editorial de Trome fue escrita por Earl J. Wilkinson, CEO de la Asociación Internacional de Medios de Comunicación (INMA, por sus siglas en inglés). El informe explica que en el 2001 los pilares del contenido de Trome eran “espectáculos, entretenimiento, deportes y noticias locales”. En el 2013 se añadieron las secciones para la mujer, los escolares y la familia en general.

Además, Wilkinson resalta la importancia del rol de la mujer en la compra de Trome debido a que ellas manejan el 90% de los hogares del país. Pero el 80% de los diarios son comprados por los hombres. Un dato fundamental que se describe en el informe es que, si el hombre no puede llevar el periódico a casa, entonces la mujer no lo pedirá. Allí estuvo la clave de éxito en la representación hegemónica de la mujer en los hogares debido a que fueron ellas las que abrieron las puertas para que ingrese Trome. El informe también remarca la importancia del diario en el progreso de cada sector demográfico. Es decir, Wilkinson considera a Trome una marca escalera, porque sirve “para que el grupo demográfico D se convierta en C... y el grupo demográfico C aspire a más”. Revela que en el primer año (2001) el tabloide solo vendía 49 mil ejemplares al día. El sétimo año vendía 245 mil ejemplares, mientras que en 2013 vendió 702 mil. Los sectores populares y la clase media emergente hallaron en Trome una marca que sabía lo que ellos buscaban y necesitaban. En palabras de Wilkinson “un periódico que ha roto esquemas porque luchó para encontrar el éxito y lo mantiene, en un mercado de lectores dominado por los sectores C y D”.

El diario Trome va dirigido a dicho público objetivo mayores de 18 años y que conforman el nivel socioeconómico C, D y E. Ese sector de la población que no considera el trabajo y esfuerzo el medio para ganarse la vida sino parte de su identidad, según el informe final del estudio etnográfico *Lectores de Trome - jóvenes y adultos. Nuevas tendencias del Consumidor* (Dichter and Neyra, 2015).

Tabla 2. *Diferencias y comparaciones entre el periodismo de espectáculos de los Estados Unidos de América y el Perú*

Periodismo de espectáculos en los Estados Unidos de América	Periodismo de espectáculos en el Perú
Se pide como requisito una carrera artística para salir en los medios de comunicación.	No es necesario tener una carrera artística para salir en los medios de comunicación.
Debe ser actor, cantante, bailarín, actriz o algún artista con una carrera impecable para que pueda declarar en los medios.	Los personajes tienen que provocar alguna pelea, insulto o agresión hacia otra persona para declarar en los medios.
Se caracteriza por informar acciones positivas sobre los artistas.	Se caracteriza por informar acciones negativas sobre los artistas.
No es necesario poner fotos que incitan al morbo.	Es necesario poner fotos que incitan al morbo.
Los artistas cuidan mucho su comportamiento y su buena reputación para poder salir en los medios.	Los artistas necesitan hacer escándalo para poder salir en los medios.

1.11. El sensacionalismo en el periodismo de espectáculos:

En la actualidad los medios de comunicación están saturados del formato infoentretenimiento. García (2007), define este formato como la tendencia de mostrar la información como espectáculo con el propósito de que el espectador se quede enganchado con el contenido y seguir generando rating.

Salinas (2017), asegura que, en el Perú la conductora de televisión Magaly Medina puso de moda el término “Chollywood” relacionándolo con la palabra internacional Hollywood donde logran estar los grandes artistas internacionales, con la diferencia

que el primer término se refiere a todas las personas que pertenecen a la farándula peruana. También añade que fue Medina la creadora de la expresión “ampay” al crear un programa de televisión, el cual se dedicaba a perseguir a los personajes de la farándula con el fin de grabar todo lo que hacían hasta el extremo de introducirse en su vida privada, creando un escándalo para convertirlo en noticia.

“Millones de personas intentan escapar, cada día, de esa vorágine real, con su creciente ola de conflictos, crímenes, y desastres, introduciéndose al mundo mágico del espectáculo. De por sí, la radio y televisión tienen cautiva a la población, en sus más variadas manifestaciones, como que forman parte de ese espectáculo fundamentalmente recreacional. El periodismo de espectáculos más resaltante es el de Magaly Medina”. (Estremadoyro, 2004, pág. 146).

Es por motivos como este que, en la televisión peruana, el espectáculo se convierte en un recurso diario y necesario para el público que sigue a los personajes de la farándula. Es entonces donde entra la labor del periodista, quien pasa a ser el conector entre ambas partes indagando sobre el personaje para esa información convertirla en pública. Esto nos lleva a formularnos la pregunta: ¿El periodista debe incluirse en la noticia? Lorenzo Sousa Debarbieri y Dwight Ordoñez Bustamante en su libro titulado *Capitán ausente* nos explica que, a partir de ese momento, el periodista deja su labor, para formar parte del espectáculo.

Un claro ejemplo es cuando a principios del siglo XXI los televidentes entendían por el manejo de la conciliación cultural el significado de la palabra “Chollywood”, término que da a conocer que la farándula en el Perú es una copia del termino extranjero. (Sousa, L. Ordoñez, D. 2003, pág. 600).

Es de esa forma que el término trascendió al igual que el programa de Magaly Medina, que es considerado el programa de espectáculos que no solo marcó a la televisión

peruana por sus años de duración debido al rating que tenía, sino que también permitió que el infoentretenimiento se vuelva parte de la programación de hoy en día.

1.12. El *reality show*:

Existen diversas definiciones del *reality show*, las cuales han evolucionado de acuerdo al país y la época.

Roncagliolo (2002) asegura que el *reality show* surgió en el año 1991 en los Países Bajos (Holanda) como un nuevo formato televisivo. En aquel entonces el programa tenía el nombre de *Nummer 28* y se caracterizaba por grabar las interacciones de personajes públicos en un mismo ambiente.

En el año 2000 los *reality* comenzaron a internacionalizarse con el éxito de los programas *Big Brother* y *Survivor* alcanzando diferentes versiones en distintos países. El *reality show* según el autor mencionado, es un “programa concurso que muestran a personas comunes en distintas situaciones de la vida real, observados por cámaras, con o sin su consentimiento. Estos programas pueden seguirse a través de televisión de paga las veinticuatro horas del día o bien en horarios determinados por el canal de televisión, así como también pueden ser consultados vía internet en la mayoría de los casos”.

De algún modo, el *reality* da a conocer un mundo en el que, como advierte el filósofo francés Jean Baudrillard, “se ha pasado de la realidad objetiva a un estado ulterior, una suerte de ultrarrealidad que pone fin, simultáneamente, a lo real y a la ilusión”.

El *reality* es un formato que pertenece al hiper género docudramático. Se refiere a fomentar temáticas de corazón basada en elementos propios de dramatización. (Gordillo:2009, p.183).

Para Herrera (2010), los *reality show* son programas concurso con un género no ficcional, donde una persona común y corriente tiene la oportunidad de mostrarse para

cumplir el sueño de estar dentro del “mundo ideal” que existe en la televisión. Sus historias y personajes son como las de cualquier persona en su día a día a diferencia de que a ellos no les importa exhibir su vida privada y salir del anonimato para lanzarse a la fama gracias al status que otorga la televisión.

Para Herrera, el *reality show* cuenta con características específicas como, por ejemplo:

- Se abarcan temas morbosos que no cuentan con “espontaneidad” ya que los productores organizan las situaciones realizadas.
- Tanto el programa como sus participantes cuentan con una gran cantidad de seguidores.
- Los problemas expuestos son los mismos con la que la gente se enfrenta frecuentemente y se identifica.

En otros países como en los Estados Unidos de América, el *reality show* conforma un espacio entre el entretenimiento y la información, los cuales están con el nombre de magazines o debates informativos. La unión entre entretenimiento e información comienza a partir de los años 80 con la incorporación de los reportajes dramatizados.

La audiencia obtenida requiere que el espectador entre a participar en la programación, en la cual se entrevista o se debate con los personajes. Phil Donahue (EE. UU) conocido como el periodista del pueblo, fue el primero en dar inicio a este tipo de programas en el año 1967. Sin embargo, fue imitado y superado por sus connacionales Richard Bey y Oprah Winfrey en la década de los años 80.

En el año 1986, ya se estaba dando a conocer la prensa sensacionalista, por lo que Rupert Murdoch, fundador del diario *The Sun* en Reino Unido, lanza una de las cadenas más relevantes en los que viene a ser Fox que solo trece años más tarde en 1989 crea el programa de televisión *America's Most Wanted*. Es entonces donde la

televisión sensacionalista toma las riendas de los magazines informativos. (Malca y León, 2014, pág. 23).

En Alemania las cadenas comerciales dieron a conocer el *reality show* a comienzo de los años 90. Al principio los canales del estado solo transmitían películas y series, seguido por los comerciales que comenzaron a hacer lo mismo al momento de ingresar al mercado, pero al tiempo presentaron series y películas con más contenido violento y sexual. Un tiempo después, se comenzaron a emitir programas de entretenimiento a través de las cadenas comerciales, copiándose de los modelos estadounidenses como los *game show: Herzblatt, Wheel of fortune* (la rueda de la fortuna) y otros. Los *realities* en Alemania se caracterizan por la forma en que presentan la información, dándole mayor prioridad a la realidad que al espectáculo. (Malca y León, 2014pág. 24).

En 1992 y 1993 los *reality show* comenzaron a tener aceptación por parte del público que lo llevó a la popularidad, aunque se consideraba que algunos de los participantes contaban una vivencia heroica, de superación, esfuerzo y de lucha diaria. (Gordillo, 2009, pág: 83).

1.12.1 Subformatos del *reality show*:

Para el periodista y escritor español José Luis Gordillo, los *reality* se dividen en los siguientes subformatos:

- ***Docushow***: Se exhiben casos sensacionalistas porque se hace de la realidad un espectáculo.
- ***Docugame***: Se basa en un concurso en el cual los participantes van siendo eliminados tras pasar varias pruebas. En la competencia existen reglas y premios para el ganador.
- ***Docugame de convivencia***: Se transmite la intimidad de los personajes y la relación que existe entre ellos. Todos los videos captados por las cámaras del lugar son

revisados y editados al igual que el material del audio captado con el propósito de generar peleas, drama y agresiones para que el público pueda “entretenerse”.

Gordillo agrega también que existen elementos específicos que se pueden encontrar en las categorías mencionadas anteriormente.

- **Elemento del concurso:** Los participantes luchan por obtener el premio mayor al final de la convivencia.
- **Mecanismo de telenovela:** Exponen a los personajes en un espacio limitado, generando relaciones forzadas y conflictos que tienen mucha similitud a las ficciones tele- novelizadas.
- **Docugame de superación:** Los participantes se someten a enseñanzas para poder aprender a cantar y bailar, lo cual les ha generado éxitos. De la misma manera que el de convivencia, el de superación aísla a sus participantes de la sociedad y permanecen encerrados con cámaras de vigilancia. La cantidad de imágenes recolectadas, permite realizar un formato que sale al aire una vez por semana a lo largo de la programación y los concursantes pasan una evaluación semanal donde exhibe lo aprendido. El que tenga menos votos será retirado de la competencia.

Los encargados de intervenir en el *reality* de superación son los profesores, los concursantes, el jurado, el conductor del programa y el público.

- **Docugame de supervivencia:** En este subformato, a diferencia de los otros dos, los participantes se encuentran en un lugar más salvaje y natural y no encerrados en una casa, aunque de igual manera tienen que convivir y lograr superar retos semanales para que no sean eliminados.

Los participantes son grabados en la convivencia con el fin de exhibir su resistencia física y cómo afrontan los problemas tanto individualmente como en equipo.

1.12.2 Características generales de los *reality show*:

En la televisión existe una confluencia continua entre contenidos que provienen del orden de lo real y aquellos otros que hacen lo propio desde el ficcional (Orza, 2002, pág. 18). Sin embargo, como hemos visto anteriormente, el elemento principal de un *reality show* está en que en el formato no existe una delimitación clásica entre géneros en el que “La información sigue siendo la base de las nuevas fórmulas, estas se escriben con otros actores y con otros guiones”. (Vilches, 1995, pág. 6).

De acuerdo con García (2000, pág. 235- 237), los *reality shows* tienen las siguientes características:

- El tratamiento de los hechos y los personajes de la realidad quedan sujetos al lenguaje del *reality show*. Es decir, la “realidad” se produce de manera hiperrealista, es decir, en base a una interpretación de la realidad.
- El protagonista referido del *reality show*, es el hombre de a pie que no pertenece al mundo de la televisión.
- La audiencia vive la historia en torno a la cual se monta el espectáculo. En ese sentido, las situaciones pueden lograr un clímax entre la audiencia que permite al público identificarse con quien ve en pantalla. Para ello, el *reality* utiliza recursos técnicos como luces, tipos de planos. Los cuales se combinan con la dinámica entre los participantes y el presentador.
- Desde el punto de vista de las audiencias, el *reality show* tiene sus cimientos en la necesidad y el placer de ver y ser visto. Por esta razón, algunos programas avivan el morbo.

Sin embargo, a lo largo de los años el *reality show* ha tenido diversas temáticas y modalidades por lo que no siempre cumplen con todas características antes

mencionadas. Por ejemplo, personajes públicos del espectáculo o el deporte también han participado en programas como *Big Brother* o tienen su propio *reality show* en el que muestran aspectos de su vida cotidiana. Asimismo, es importante considerar que las “personas de a pie” también se convierten en personajes mediáticos luego de su participación en un *reality show*.

1.12.3 El *reality show* en el Perú:

El *reality show* es el formato que predomina en el *prime time* de la programación televisiva de entretenimiento en el Perú. Aquí, al igual que en los Estados Unidos, el género del *reality show* tiene como origen el *talk show* el cual se hace conocido en el público a principios de los años 90.

Diversas casas televisoras apostaron por el *talk show*, presentadores de televisión y periodistas peruanos como Mónica Chang (“Hablemos claro”, 1998), Jorge Henderson (“Tal cual”, 1993-1995), Mónica Zevallos (“Entre Nos”, 1998), María Teresa Braschi (“Maritere”, 1996-2000) Mariella Balbi y Eduardo Guzmán (“Fuego Cruzado” 1995).

Todos estos programas tenían como característica común la presentación de personajes que comparten sus vivencias bajo un título o tema que los junta y mantienen algún tipo de relación personal.

No obstante, uno de los *talk show* más populares fue “Laura en América” transmitido por el canal de señal abierta América Televisión. Los temas que se tocaban en este programa eran totalmente controversiales y exponían violencia física y verbal en un horario familiar. El programa consistía en invitar al set de televisión a un grupo de personas, llamadas panelistas, a conversar sobre un tema o exponer distintos casos relacionados. La razón que lleva a las personas al programa es para hacer una

confesión o para que uno de los participantes revele un secreto. En “Laura en América”, se generaba expectativa en audiencia hasta que el presentador o uno de los panelistas introdujeran la revelación en el bloque final del programa. Como consecuencia, las personas involucradas en el conflicto se golpeaban e insultaban en el set.

Posteriormente, en los años 2000 el canal de televisión de señal abierta Frecuencia Latina transmitió “La casa de Gisela”. El programa fue llamado así por el nombre de su presentadora Gisela Valcárcel y se emitía todos los sábados a las 10 pm. Este era un *reality* de convivencia basado en “Big Brother”. El programa estaba basado en la convivencia de doce participantes. Ellos no mantenían comunicación alguna con el exterior y debían enfrentar diversos retos para obtener premios que facilitarían la convivencia.

Desde el año 2008, “G.V. Producciones” ha comprado franquicias internacionales como “Bailando por un Sueño”, *reality show* de competencia de baile, “Operación Triunfo”, *reality show* de competencia de canto. De igual manera, esta productora también realizó la primera temporada del *reality show* de imitación “Yo Soy”.

En el año 2010, Frecuencia Latina apostó nuevamente por los *reality show* de convivencia con “La Casa de los Secretos” aunque debido a los bajos índices de audiencia, el programa fue cancelado. Meses después ATV introdujo Combate, un programa que se transmitía de lunes a viernes de 08:00 a 10:00 pm. En este programa los participantes se dividen en dos equipos Rojo y Verde los competidores deben enfrentarse en varias competencias físicas y después de ocho años al aire, el *reality* emitió su último programa en diciembre del 2018. Esto es Guerra es un *reality show* de competencia que se transmite de lunes a viernes de 6:50 a 8:30 pm. En sus primeras temporadas, se enfrentaban dos equipos conformados por hombres y mujeres. A partir

de su tercera temporada, los equipos fueron conformados por hombres y mujeres. Cada uno de ellos eran denominados Leones o Cobras. El objetivo es ser el mejor equipo de la temporada. Además del set de televisión, cada equipo contaba con una sala común llamada “Cuartel” donde se reunían para elaborar estrategias de competencia.

Luego de la aparición de Esto es Guerra, el canal Latina (anteriormente llamado Frecuencia Latina), también de señal abierta, transmitió Bienvenida la Tarde: La competencia, Verano Extremo, Titanes, Latina Reto de Campeones y Calle 7. Todos estos programas eran *reality shows* de competencia en la que dos equipos se enfrentaban en diversas pruebas físicas, aunque no tuvieron mayor rating.

Por ende, podemos afirmar que el gusto del televidente ha cambiado con respecto al tipo de *reality show* que se transmitía. Por ejemplo, en países como Brasil o el Ecuador aún se transmiten *reality* de convivencia, al estilo *Big Brother*. Sin embargo, el programa “La Casa de los Secretos” no funcionó pese a encontrarse en el horario *prime time* de Latina.

En el Perú, los programas más exitosos son los *reality shows* que centran su premisa en la competencia, por ejemplo, Esto es Guerra. Este programa de *reality* se caracterizó por presentar contenido obsceno al mostrar competencias donde era necesario que los participantes se besen entre ellos con la excusa que es parte de los juegos que realizaban. El lenguaje inapropiado también era parte de todos sus programas. Por ejemplo, el insulto entre ellos mismos era necesario para mantener al público enganchado. Se resaltaban entre ellos acciones negativas con la intención de dañar a los otros participantes. Y estas acciones eran acompañadas por tomas sugestivas que realizaban a las mujeres enfocándoles partes íntimas del cuerpo, mientras bailan frente a cámaras con un uniforme del tamaño de un bikini.

De esta manera se explica el surgimiento de diversas noticias en la prensa peruana, teniendo al “chisme” como el centro de la noticia y asegurando su sintonía y permanencia en los medios de comunicación. Entonces, ¿Se puede considerar a este tipo de noticias como periodismo de espectáculos? Se ha respondido la pregunta teniendo como base la información recopilada.

En este contexto se cita el caso del titular “Chato se casa y fuga” del diario Trome con la fecha 24 de abril de 2017. En esta portada se informa sobre el matrimonio entre los “chicos *reality*” Mario Hart y la modelo venezolana Korina Rivadeneira y sobre la falta de luna de miel que tendrían después del matrimonio, porque el novio tenía que ir a grabar un videoclip fuera del país. Durante más de una semana entera, los titulares de los diarios giraban en torno a Mario, Korina y todo lo que estaba sucediendo antes y después de su boda.

Las noticias se difundían en todos los medios, tanto en prensa escrita, radial, televisiva y por redes sociales. En el transcurso de los días no se apreciaba ninguna noticia sobre política, economía u otra rama del periodismo porque no parecía ser importante para el país ninguna noticia que no sea relacionada a la boda entre ambos “chicos *reality*”. Recién al cabo de dos semanas se comenzó a sospechar del juez que los había casado de una manera sospechosa debido a los documentos y otros asuntos con respecto a una presunta deportación que se le quería realizar a la modelo venezolana. Debido a todo este escándalo mediático, el rating de los *reality shows* comenzaron a elevarse. Todos los medios buscaban información dentro los programas.

Distintos productores de televisión, se han dado cuenta de la repercusión que genera en la sociedad exponer lo que sucede en la vida de los “chicos *reality*”. Es por eso que el periodismo de espectáculos tiene como principal objetivo entretener al público sin importar que el contenido este basado en suposiciones sin confirmar.

También es necesario saber si el interés por la violencia y el morbo es solo culpa de los medios de comunicación o también del público. De igual manera la explicación de por qué lo negativo tiene mayor interés que lo positivo en la prensa escrita, televisiva y radial.

Vargas, M. (2013) señala que lamentablemente en la actualidad, el entretenimiento se ha transformado en interés para la sociedad, convirtiendo a la cultura en espectáculo o medio de entretenimiento.

Por estos motivos, la presente investigación tiene como función principal investigar si el *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos.

1.13. La noticia:

Este término noticia proviene del latín *nova*, cuya significación es “cosas nuevas”. Tal como señala Van Dijk (1990), es un término ambiguo, en el que se incluye una “nueva información sobre sucesos, objetos o personas”. Por otra parte, Rodrigo Alsina afirma que “es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (Rodrigo Alsina, 1996, pág. 85). Tomamos estas definiciones y señalamos que no se trata de un reflejo de la realidad, sino de una construcción, tampoco se habla de la “verdad” sino de “verosímil”.

Los periodistas son quienes realizan su labor de construcción de las noticias, mediante una selección y búsqueda de información; de acceso y verificación de las fuentes; de interés y dedicación; y de “selección y valorización del grado de noticiabilidad, y de interpretación del acontecimiento” (García, 2002). Para esta construcción se ponen en juego algunas cuestiones, como la utilización correcta de los mecanismos de la sintaxis, el empleo de los tiempos verbales, el uso de elementos visuales y el manejo debido de la puntuación. Este proceso es denominado fabricación de la noticia

(*newsmaking*), una construcción interpretativa por parte del periodista, en el que señala cómo un hecho puede transformarse en “noticiable”, es decir factible de ser publicado. Asimismo, el periodista se integra con el público y las fuentes, formando una especie de triangulación operante en la construcción de la noticia.

Por otra parte, el concepto de noticiabilidad es definido por Tuchman como “los rasgos que caracterizan a la noticia, vinculado a los procesos de rutinización y de estandarización” (Tuchman, 1983: 160). La sociedad es la encargada de realizar los hechos noticiables (con sus determinados efectos y funciones sociales), los cuales serán nuevas noticias. Agrega este autor que el sentido de la noticia y de los hechos noticiables están inmersos en un determinado momento histórico, social y cultural; donde también se pone en juego el contrato de lectura impuesto entre el medio y su público correspondiente.

Martini afirma que los periodistas son quienes reflexionan sobre los criterios que hacen de los acontecimientos noticiables finalmente noticia. Estos “criterios de noticiabilidad son formulaciones pragmáticas, modalidades organizativas del trabajo cotidiano” (Martini, 2000, pág. 85). Identifican la significatividad de los acontecimientos, que están dados por “una ruptura en cualquier ámbito, público o privado, que se destaca sobre un fondo uniforme y se define por los efectos en el tiempo y en el espacio en los que ocurre” (Martini, 2000, pág. 30). Es noticia debido a su valor informativo. Será, asimismo, más noticiable al producir hechos futuros, o generando comentarios que sean portadores de nuevos sucesos. Agrega esta autora que el paso del acontecimiento a la categoría de noticia requiere de un trabajo en producción, en el que se aplican los criterios de noticiabilidad impuestos por el medio.

1.14. Características de una noticia:

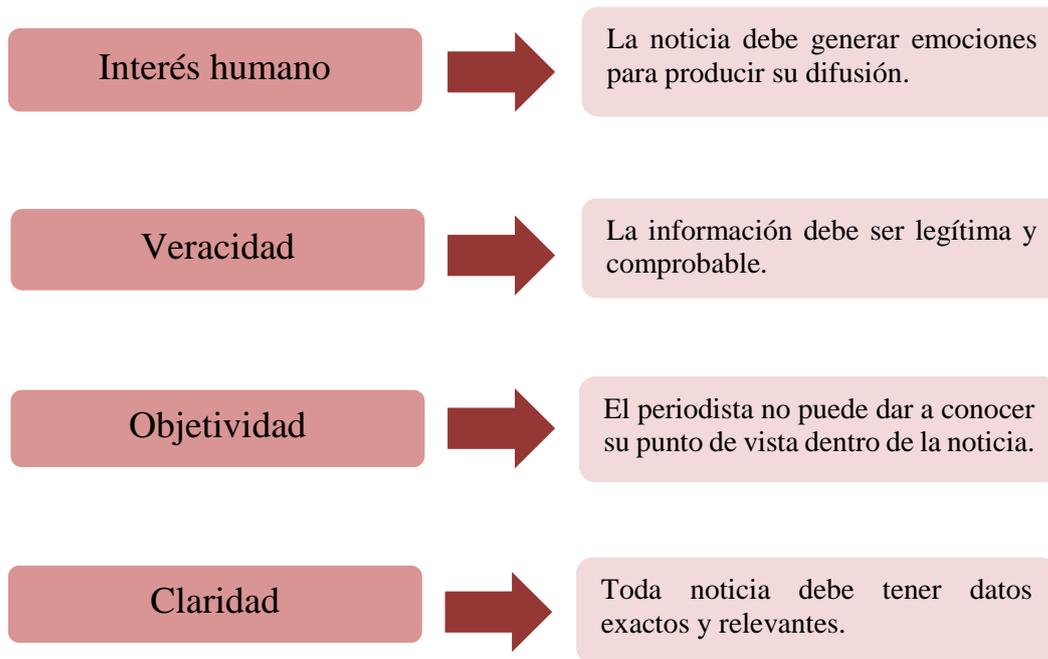


Figura3. Características de una noticia. (Fuente: Lenguajenoticiero.com)

1.15. Características de una noticia basada en el *reality show*:

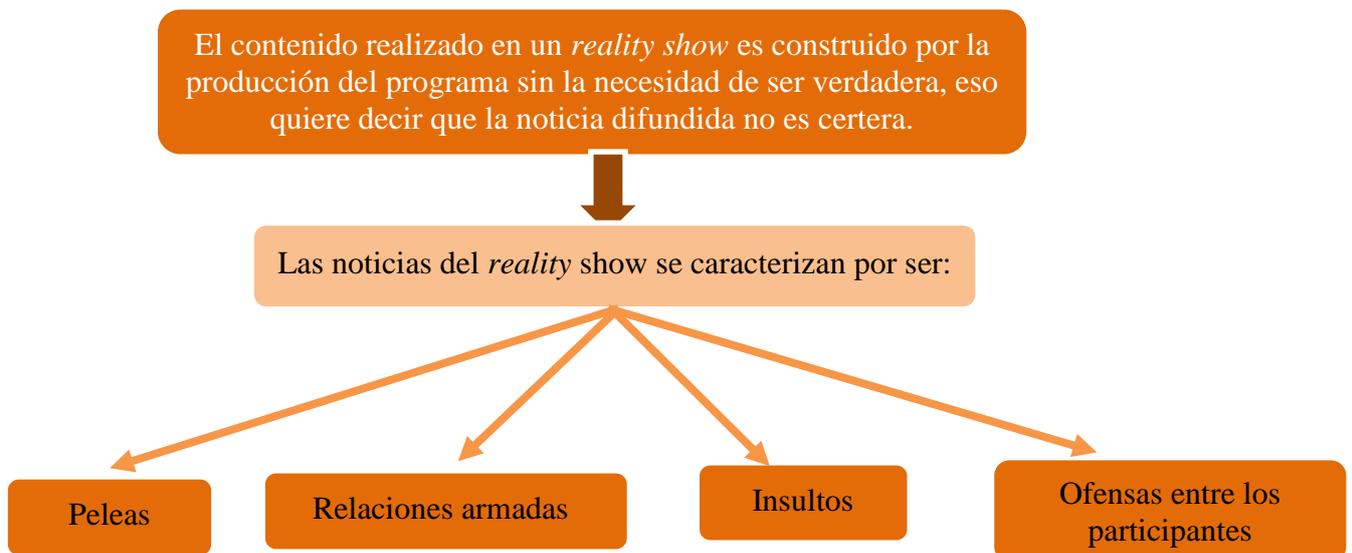


Figura 4. Características de una noticia basada en el *reality show*. La investigación "Información audiovisual II: Los géneros" del autor García Jiménez apunta también a esta caracterización.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de enfoque cualitativo, porque se analiza lo que está pasando actualmente en Perú respecto a las noticias que observamos en el periodismo de espectáculos y el vínculo que tiene con el contenido de los *reality shows*, teniendo como instrumentos de recolección de datos entrevistas a expertos en el periodismo de espectáculos.

El trabajo tiene un diseño investigación-acción porque comprende un problema específico en una comunidad, la cual está basada en la espiral de actuar, pensar y observar. (Hernández Sampieri, 2018: 552).

El presente trabajo de investigación se ocupa de una problemática social llevada al periodismo de espectáculos. Y pretende generar algunos cambios al respecto.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población y muestra

Para llevar a cabo la presente investigación, se realizó entrevistas a nueve periodistas de espectáculos de diferentes medios de comunicación.

Según Valderrama (2015), la población es el conjunto de la totalidad de las medidas de las variables en investigación, en cada una de las unidades de la materia. Partiendo de esta definición, la población objeto de estudio será entonces el número total de personas (entrevistados) los cuales brindarán información relevante para la investigación.

El número de personas entrevistadas fueron nueve, las cuales tienen el común denominador de ser expertos en el tema de investigación.

Según Bernal (2010), la muestra es la parte de la población seleccionada, de donde se consigue los datos para la formación de la investigación y por la cual se verificarán

los informes recolectados de las variables objeto de estudio. En este trabajo de investigación la muestra es igual a la población seleccionada, debido a que el número de personas entrevistadas en este trabajo cualitativo debe ser igual a la muestra.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

De acuerdo a Ñaupas et al., (2018), las técnicas de recolección de datos, es determinada por el conjunto de procesos realizados según las normas establecidas para alcanzar un objetivo, estos suelen regularizarse en el proceso de investigación, desde el inicio de la investigación hasta el final de ella.

En el estudio se empleó como técnica de recolección de datos, la entrevista, con el fin de poder conocer la opinión del público objetivo acerca de la manera en la que el periodismo de espectáculos está generando noticias con el contenido que vemos a diario en los *reality shows*, tanto dentro como fuera del programa, llegando a informar sobre todo sobre la vida privada de sus participantes.

Se formularon preguntas exactas para que el entrevistado pueda responder de manera concisa y a la vez también se elaboraron preguntas generales para conocer el por qué de la respuesta con justificaciones y razones, las cuales tuvieron como finalidad apuntar al objetivo general.

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizaron entrevistas telefónicas a periodistas y productores de programas de espectáculos de diferentes medios de prensa escrita, televisiva y radial.

2.4. Validación de instrumentos

Para la validez del instrumento de recolección de información, se empleó el método de juicio de expertos. De acuerdo a Hernández (2014), todo instrumento que se emplee para el proceso de recolección de datos debe poseer dos requisitos principales: la validez y la confiabilidad. La validez indica el grado en que un instrumento mide realmente la variable para lo cual fue diseñado. En este sentido la validación fue realizada por el Lic. Paco Moreno Tineo, Mg. Andrés Zuñiga Pimentel, Mg. Nikita Shardin Flores y el Lic. Raúl Ortiz Mory profesores de la Universidad Privada del Norte, de la Facultad de Comunicaciones, carrera de Comunicación y Periodismo.

2.5. Criterios de selección

La principal razón por la que se decidió entrevistar a nueve periodistas de espectáculos fue debido a su amplia trayectoria profesional y destacada experiencia laboral en el periodismo de espectáculos. La información proporcionada nos permitió tener un análisis más específico desde su punto de vista personal y laboral sobre este tipo de periodismo y también las virtudes y características que debe tener un periodista de espectáculos. Por último, nos permitió conocer sus experiencias durante todos sus años de trabajo, lo que le dará un soporte veraz al trabajo de campo de la presente investigación.

2.6. Procedimiento

El presente trabajo de investigación se realizó en base a las entrevistas realizadas a diferentes periodistas expertos en periodismo de espectáculos. Es de destacar que como parte de este procedimiento se hizo uso de las nuevas tecnologías de la información como: El correo electrónico, la aplicación de plataformas de

comunicación como WhatsApp y Zoom, así como también el uso del teléfono convencional.

2.7. Aspectos éticos

La presente investigación se caracteriza por tener la completa honestidad del autor para su desarrollo. Se realizó una lectura bastante amplia de libros y tesis con temas simultáneos para estar bien informada del tema y poder elaborar la presente tesis con información verdadera. Por otro lado, se afirma que no existe acto de plagio a lo largo de toda la investigación porque va en contra del aspecto moral.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. La mayoría de los entrevistados coinciden mayoritariamente en que el periodismo de espectáculos tiene como fuente de información principalmente a los *reality show* y también perciben que no está cumpliendo con su labor principal de informar sobre artistas o eventos relacionados con ellos, si no que se centra en informar sobre personas conocidas por el público porque aparecen en algún programa de televisión como el *reality show*.

Los expertos coinciden que el tipo de contenido que se ve a diario en el periodismo de espectáculos está relacionado a lo que el público consume, de cierta forma este tipo de periodismo deja de cumplir su función principal porque a sus espectadores les interesa conocer más de la vida privada de los “chicos *reality*” que de los artistas. Por otra parte, y coincidiendo con los objetivos planteados, los expertos coinciden en que el periodismo de espectáculos se rige en “escenarios armados y dependientes” de los *reality shows* y lo cual genera las bases para la redacción de sus noticias.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Una vez realizado los análisis e interpretación de los datos, se procede a discutir los resultados por objetivos, teniendo en cuenta la base teórica y los antecedentes de investigación.

Con respecto al primer objetivo específico se determinó que las razones por las cuáles el *reality show* se convirtió en un generador de noticias para el periodismo de espectáculos es porque le muestra al público circunstancias de la vida privada de sus participantes, generan peleas entre ellos para que luego estos sucesos creen polémica y los medios estén a la expectativa de lo que dice uno sobre el otro y utilizarlo como titulares en el periodismo de espectáculos. Estos hallazgos coinciden con lo expresado por García (2007), quien define como infoentretenimiento a la tendencia de los medios de presentar la información como si fuese verdaderamente un espectáculo, con la finalidad de enganchar al televidente con una noticia a seguir el programa. En el caso del *reality show*, los *fans* siempre quieren saber todo lo que realizan los participantes de los programas. Es ahí donde les brindan a los medios de comunicación contenido pensando en generar repercusión en el público y poder tener más rating.

En relación al segundo objetivo específico, se evidenció que existe una dependencia focalizada por parte del periodismo de espectáculos de determinados medios de comunicación hacia el *reality show*, debido a que sin los “chicos *reality*” y las acciones que realizan a diario en la televisión o en redes sociales, el periodismo de espectáculos carecería de contenido para publicar noticias en los diferentes medios. Estos hallazgos guardan relación con lo indicado por Herrera (2010) quién expresa que tanto el programa de *reality show* como sus participantes cuentan con una gran cantidad de seguidores y los problemas

expuestos son los mismos con la que la gente se enfrenta frecuentemente y se identifica. Es por ese motivo que en muchos casos el periodismo de espectáculos repercute los hechos, porque el público al identificarse con ese tipo de noticias, no va a dejar de tener audiencia.

4.2 Conclusiones

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se evidencia que el periodismo de espectáculos tiene como criterio de selección elementos subjetivos como la vida privada, relaciones amorosas, y peleas, que tienen gran aceptación en la población peruana.
2. Actualmente, el periodismo de espectáculos depende del *reality show* por sus participantes denominados “chicos *reality*”, debido a que ellos forman parte de sus titulares del día a día.
3. Se confirma que las razones por las que el *reality show* genera noticias para el periodismo de espectáculos están basadas en la planificación de su contenido sobre la vida privada de sus personajes creando ante la audiencia, una novela diaria sobre sus relaciones personales.
4. Los principales factores que hacen que el periodismo de espectáculos no se centre en su verdadera función de informar sobre actividades sociales y artísticas están basadas en el uso inadecuado de las fuentes de información.
5. El periodismo de espectáculos según sus criterios de selección, su metodología, su público objetivo y su forma de redacción tiende a la subjetividad de la noticia, el cual es bien consumido en casi todos los estratos sociales del Perú.
6. El periodismo de espectáculos sustituye a los artistas con los “chicos *reality*” por ser más mediáticos y tener más exposición de su vida privada a comparación de los primeros.

7. La función social del periodismo de espectáculos pasa a segundo a plano para enfocarse en la función comercial.

4.3 Recomendaciones

Para futuras investigaciones acerca del periodismo de espectáculos se sugiere analizar la magnitud de los programas sociales en la televisión de señal abierta. Teniendo en cuenta que es una realidad que se vive a nivel mundial, el periodismo de espectáculos siempre estará supeditado a la realización de los *reality show*. En ese contexto se resalta la importancia de investigar más sobre este tipo de periodismo el cual debe motivar a universitarios y futuros periodistas a diferenciarlo del periodismo objetivo.

4.4 Limitaciones

Es importante resaltar que todo tipo de investigación presenta limitaciones para su desarrollo. Para efectos de la presente investigación se tuvo como limitación el estado de emergencia nacional producto de la pandemia del COVID – 19 que hizo que el trabajo se realice al 100% de manera remota. Así mismo otra de las limitaciones fue que el tema de investigación del *reality show* no ha sido muy investigado a nivel mundial y la información existente no fue suficiente para la recolección de datos.

REFERENCIAS

• LIBROS

- Armentia, J. Caminos, J. (2008). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, España: Editorial Ariel. S. A.
- Barrera, C. (2008). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, España: Editorial Ariel, S. A.
- García, J. (2000). *Información audiovisual: Los géneros. Tomo II*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Ayala, K. León, E. (2001). *El periodismo cultural y de espectáculos en el 2001*. Lima, Perú: Fondo editorial USMP.
- Gargurevich, J. (2003). *La Prensa Sensacionalista en el Perú*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental* (Vol. 6). España: La Crujía Ediciones.
- Sampieri, H. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Celaya, México: Interamerica editores.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Madrid, España: Cuadernos de información y comunicación.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Moran, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona, España: Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, España: Editorial UOC PRESS.

- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Editorial, Editores, S.A.
- León, T. (2009). *El periodismo débil*. Barcelona. España: Editorial Almuzara
- Ordóñez, D. Sousa, L. (2003). *El capital ausente*. Lima. Perú: Editorial Tetis Graf.
- Shardin, N. (2001). *Machismo y reality show*. Análisis de un programa peruano de televisión. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- García, J. (2000). *Información audiovisual: Los géneros. Tomo II*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Vidaurre, C. (2005). *Periodismo especializado II*. Lima, Perú: Editorial Escuela Jaime Bausate y Meza.
- Gutierrez, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid, España: Editorial Paraninfo.
- López de Suazo, J. (2008). *Diccionario de seudónimos periodísticos españoles del siglo XX*. Madrid, España: Editorial Fragua.
- Martínez, J. (1983). *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid, España: Editorial Paraninfo.
- Rodrigo, M. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso-compresión, estructura y producción de la información.*, Madrid, España: Paidós Comunicación.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, España: Editorial Gilli.
- Estremadoyro, J. (2004). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Lima, Perú: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vilches, L. (1995). *La televerdad: Nuevas estrategias de mediación*. Barcelona, España.

- García, J. (2000). *Información audiovisual: Los géneros. Tomo II*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
 - Manfredi, J. (2006). *Manual de producción periodística*. Sevilla, España: Editorial Publidisa.
 - Ramos, J. (2011). *Para los periodistas la credibilidad es todo*. San Salvador, El Salvador: La Prensa Gráfica
- **PÁGINAS WEB**
- Caceda, Monica. (2017). Periodismo de Espectáculo. WordPress. Recuperado de https://atavist.com/signup?ref=project_footer&ref-org=124103
 - Delpiano, M. (2016). Periodismo de espectáculo. Repositorio Uc. Recuperado de <https://repositorio.uc.cl/bitstream/handle/11534/4297/000493902.pdf?sequence=1>
 - Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Recuperado de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Periodismo noticia y noticiabilidad.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Periodismo_noticia_y_noticiabilidad.pdf)
 - Vargas, M. (2013). La civilización del espectáculo. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/bulletinhispanique/2951>
 - GARCÍA, J. (2007). El Infoentretenimiento europeo en los líderes informativos de la Unión Europea. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/13271691.pdf>
 - Cantarero, Mario. (2002). Periodismo: de la ‘prensa’ a la imprecisión conceptual. Recuperado de <https://www.saladeprensa.org/art379.htm>

- Silva, D. (2011). Periodismo Rosa VS. Periodismo de Espectáculos. Descubre la línea que los separa. Universidad *Anáhuac Sur's* blog. Recuperado de <https://universidadanahuacsur.wordpress.com/2011/07/19/periodismo-rosa-vs-periodismo-de-espectaculos-descubre-la-linea-que-los-separa/>
- Cueva, Á. (2006). Periodismo de espectáculos. Álvaro Cueva. Recuperado http://www.alvarocueva.com/alvaro_cueva2011
- Cueva, Á. (2007). El mejor periodismo de espectáculos. Álvaro Cueva. Recuperado http://www.alvarocueva.com/alvaro_cueva2011.
- Del Piano, María Olga. Periodismo de espectáculos.
- Vargas, M. (2009). La civilización del espectáculo. Letras Libre. Recuperado de: <http://www.letraslibres.com/espana/revista/la-civilizacion-del-espectaculo-0>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión, ConcorTV. (2011). Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión en el Perú. Recuperado de <http://www.concorTV.gob.pe/index.php/biblioteca-digital/estudios/846-2011-estudio-deactitudes-habitos-y-opinion-sobre-la-radio-ytelevision.html>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la Lengua Española. Vigésima Segunda Edición. Disponible en: <http://www.rae.es/rae.html>

PUBLICACIONES PERIÓDICAS ONLINE:

- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2011). Espasa Calpe, S.A. 22^a. Edición. Tomo I. Madrid.

REVISTAS

- Minedo, L. (2014). El Diario Más Vendido en el Mundo de Habla Hispana se hace en el Perú. Revista Harvard Review of América Latina. Recuperado de <https://revista.drclas.harvard.edu/book/best-selling-newspaper>.

- Gordillo, I. Guarinos, V. Checa, A. Ramírez, M. Jiménez, J. López, F. y Pérez, A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. Recuperado de: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M07.-Hibridaciones_de_la_hipertelevisión_información_y_entretenimiento_en_los_modelos_de_infoentertainment.pdf
- Moreno, P. (2012). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. Ámbitos: Revista internacional de comunicación. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800509>
- **TESIS**
- Ávila, A. (2009). Cuando el periodismo de espectáculos se pintó de rosa Análisis de contenido de la sección de espectáculos de El Universal. (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://www.academia.edu/15916258/Cuando_el_periodismo_de_espect%C3%A1culos_se_pint%C3%B3_de_rosa._An%C3%A1lisis_de_contenido_de_la_secci%C3%B3n_de_espect%C3%A1culos_de_El_Universal.
- Briceño, G. (2011). El cuerpo como performance en la sociedad del espectáculo. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31620701002>
- Cabrera, R. (2012). El periodismo de espectáculos en medios escritos populares (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0985.pdf.
- Días, J. (2011). El espectáculo como noticia. (Tesis de licenciado en comunicación). Recuperado de <http://www.unmsm.edu.pe/noticias/ver/1542>.
- Escobar, J. (2016). El espectáculo en las sociedades modernas: A propósito de dos tesis de Debord. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/1002/100253055015/>.

- Malca, M. León, V. (2014). Percepción de los *reality show* combate y esto es guerra y su influencia en el comportamiento en los estudiantes de nivel secundario de las IE N° 80820 “Víctor Larco” y N° 81025 “José Antonio Encinas. (Tesis de licenciatura). Recuperado de dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/4251.
- Oliveira, J. (2010). La realidad como espectáculo. (Tesis de Magíster en Comunicación). Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/OLIVEIRA_BARDALES_JESSICA_VECINO_VIGILANTE%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/OLIVEIRA_BARDALES_JESSICA_VECINO_VIGILANTE%20(1).pdf).
- Pérez Ariza, C. (2007). El periodismo rosa, como telenovela de no-ficción en el marco de la libertad de expresión. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Recuperado de: http://www.uil.es/publicaciones/latina/200712Perez_Ariza.htm.
- Martínez, Sandra (2003). Aporte de la sección Familia de Nuestro Diario, al periodismo educativo en Guatemala. (Tesis Licenciatura)
- Perez, H. (2011). *Reality show* cambio extremo: El cuerpo como mercancía en la sociedad globalizada (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/971/97122694005.pdf>.
- Rivera, K. (2017). La banalización del periodismo cultural: show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana (Tesis de licenciatura en comunicación). Recuperado de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3251/INF_211.pdf?sequence=1.
- Talavera, G. (2014). Entre el entretenimiento y el autoconocimiento : raza, género y relaciones amorosas en esto es guerra. (Tesis de Magister). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/10138>.
- Valle, M. (2014). El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El

Peruano. (Tesis de licenciatura). Recuperado de

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/322316/valle_vm-pub-tesis.pdf;jsessionid=517FA5A0D60F585533284CEA77D91161?sequence=2

- Villanueva, J. (2017). Análisis y definiciones del periodismo de espectáculos en la televisión peruana entre los años 1997 y 2015 con entrevistas a periodistas de espectáculos de medios peruanos. (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.uarm.edu.pe/bitstream/UNIARM/48/1/Villanueva%20Barr%C3%B3n%20Jos%C3%A9%20Hé%C3%AD_Tesis_Licentura_2017.pdf
- Zambrano, M. Villalobos, O. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v9n17/v9n17a06.pdf>

● ANEXOS

● Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGIA	MUESTRA	VARIABLE
<p>Problema General: ¿Cuáles son los criterios de selección a través de los cuáles el <i>reality show</i> genera noticias para el periodismo de espectáculos?</p>	<p>Objetivo General: Identificar cuáles son los criterios de selección a través de los cuáles el <i>reality show</i> genera noticias para el periodismo de espectáculos.</p>	<p>Tipo de investigación: Enfoque cualitativo</p>	<p>Periodistas de espectáculo. .</p>	<p>Periodismo de espectáculos.</p>
<p>Problemas específicos:</p> <p>1) ¿Cuáles son las razones por las que el periodismo de espectáculos recurre al <i>reality show</i>?</p> <p>2) ¿De qué manera el periodismo de espectáculos depende del <i>reality show</i>?</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>1) Determinar las razones por las que <i>el reality show</i> genera noticias para el periodismo de espectáculos.</p> <p>2) Determinar los elementos de dependencia que tiene el periodismo de espectáculos del <i>reality show</i>.</p>	<p>Diseño: Investigación– acción</p>	<p>Población: Nueve periodistas de espectáculos.</p>	

Anexo 2: Preguntas de las entrevistas

N°	PREGUNTA
1	¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?
2	¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?
3	¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?
4	¿El <i>reality show</i> es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?
5	¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los <i>reality shows</i> ?
6	¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?
7	¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?
8	¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?
9	¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?
10	¿Con qué finalidad se arman noticias?

Anexo 3: Entrevista a Robinson Reyna, experiodista de espectáculos en RPP

(Entrevista realizada en octubre de 2019)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Es una rama dentro del periodismo que se encarga de cubrir noticias de entretenimiento, arte, música y cine. Aunque en los últimos años también aborda temas de farándula.

2. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

El periodismo de espectáculos viene siendo mal visto desde hace mucho tiempo, incluso mucho antes de Magaly Medina ya existía la crítica desaforada en la prensa por información en base a trascendidos y a columnas sin confirmar.

3. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Actualmente los medios de comunicación masivos ya no son los principales agentes de información, si no son las redes sociales las que han hecho que los medios se diversifiquen en blogs, páginas de Facebook y cuentas de YouTube, pero el periodismo de espectáculos sigue abordando a nivel masivo en televisión, radio e incluso en medios impresos con temas de la farándula.

4. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Definitivamente sí. Basta con ver las secciones de espectáculos en la televisión, los periódicos o las páginas webs de los principales diarios del país para darse cuenta que todo va en función a lo que pasó el día anterior en un *reality*, lo que los personajes hicieron o si hubo alguna pelea entre ellos. Es tanta la influencia de los *realities* que incluso se han sacado personajes de ese submundo a trascender en el

cine, el teatro o en la televisión como conductores de un programa de espectáculos o actuando en una teleserie. Los *realities* no solo se han convertido en un generador de noticias, también se han convertido en una vitrina para relanzar a personas sin mayor oficio, y lamentablemente lo que está haciendo la prensa de espectáculos es coger como insumo a los *realities* para poder generar y vender información a un público que siempre está demandando contenido.

5. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality show*?

Lamentablemente las redes sociales se han convertido en las nuevas fuentes para los periodistas, las reacciones digitales de cualquier medio mayormente se basan en Facebook y Twitter para rebotar lo que publicaron o comentaron los personajes de la farándula y convertirlo en noticia, aunque el periodismo de espectáculos no es el único género que no está investigando, toda la prensa en general está optando por los recursos mucho más facilistas.

6. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

La persona que quiera dedicarse al periodismo de espectáculos debe de estar totalmente informado y saber sobre distintos temas, tanto nacionales como internacionales porque el espectáculo no es tan trascendente como el periodismo político que puede derrocar a un gobierno, pero también tiene el deber de informar y culturizar a la gente.

7. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

Por supuesto, cada periodista quiere mantener su línea profesional. Cuando los medios quieren entrar al lado chabacano uno muchas veces piensa que ya están

chocando con sus principios y en RPP me pasó en algún momento en el que me negué a publicar alguna nota y mi jefe me dijo: Tienes que publicarlo, porque está vendiendo y a la gente le gusta, sin embargo, no cada periodista decide si hacerse respetar o no por su imagen.

Anexo 4: Entrevista a Omar Lozano, periodista de espectáculos en la web del diario El Popular.

(Entrevista realizada en agosto de 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

El periodismo de espectáculo es como cualquier otra rama de la profesión, como la política o deportes, aunque en nuestro país todavía hay un poco de prejuicio con el tema de espectáculo y a comparación de otros años ahora hay menos periodistas en carrera y se van por otras ramas.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Actualmente un poco sentida, por todo lo que está pasando con respecto a la pandemia varios colegas amigos míos han dejado trabajar en medios conocidos y ahora el grupo de espectáculos se ha reducido a cuatro periódicos, pero lo que se está manteniendo es el tema de las webs que todavía se mantiene fuerte. En mi medio se puede decir que el 80% de las visitas es en la sección de espectáculos y de este 80% la mayoría son del tema de *reality*, de Esto es Guerra o de un *reality* que hay en México de guerreros donde están Nicola Porcella y Guty Carrera. A pesar de que ha bajado la intensidad en el periodismo de espectáculos, todavía hay un montón de gente a la que le gusta ese tipo de noticias.

3. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Si hablamos específicamente de web, sí. Es bastante el contenido sobre los *reality shows*, yo que también hago notas web te puedo decir que de una nota simple que se puede sacar en el periódico sobre un tema de *reality* en la web se puede sacar de esa misma nota 3 notas diferentes con un giro diferente y genera mucho más que el diario. Hace poco uno de los redactores web me comentó que realiza un

promedio de 20 notas al día relacionadas al *reality*. Ellos suben un promedio por lo general de 50 o 60 notas de espectáculos al día y de esas 20 giran en torno a los *reality*, de sus integrantes, los romances y diferentes temas relacionados a los chicos que aparecen en los programas.

4. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality show*?

Si, varias veces me lo han dicho pero lo que se está pasando por el tema de la pandemia, es que ya no nos están pidiendo hacer tantas notas de los *reality* si no buscar otro ángulo como el tema humano porque a varios de los “chicos *reality*” les ha dado la enfermedad, han tenido problemas en sus negocios o le ha afectado a algún familiar. Por eso ahora estamos viendo más el tema humano que el escándalo.

5. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

Con el tema de espectáculos un par de veces con algunas notas que teníamos que publicar y al final nos decían que mejor no porque podía afectar en cierto entorno a la empresa, dando a entender que los dueños del medio tienen amistad con algunas de las productoras. Pero bueno tampoco es algo grave, por lo general nosotros tenemos libertad de expresión en nuestras notas siempre y cuando tengan bases y fuentes.

6. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculo?

Si se puede, mayormente se ve en programas como el de Magaly. Por lo general en las notas del programa, cuando no tiene algo fuerte para mostrar se suele armar una nota, pero obviamente esas notas son armadas con el consentimiento de los protagonistas, ellos saben que es lo que tienen que hacer a cambio de un dinero y

arman una nota que gira por varios días generando interés y eso es lo que rebota en las webs o en medios impresos.

7. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

En televisión por el rating, al rebotar en web por los *likes* y en impresos por generar más ventas también.

8. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Claro, he visto casos en los que por lo general el periodista habla con el personaje y le propone lo que quiere hacer, ya depende del artista si acepta, aunque por lo general lo terminan haciendo porque hay una suma de dinero por medio, nadie lo hace gratis.

9. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

No tanto mal visto por el público sino por otros periodistas de otras áreas, es curioso porque a pesar de lo que está pasando varios periodistas que hacían deporte ahora están haciendo espectáculos a falta de información porque el fútbol todavía no se ha reactivado, entonces no tienen noticias y están haciendo noticias de espectáculos. Lo que supuestamente ellos veían mal ahora lo están utilizando para generar vistas, o sea al final todos los periodistas hacemos lo mismo y no se puede estar criticando a un colega cuando sabemos que tú también puedes hacer lo mismo.

10. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Informar y entretener. Esa es la función básica porque también hay periodismo cultural no es que sólo haya periodismo de espectáculos y también hacer entrevistas artistas no sólo a los “chicos *reality*” sino figuras como Leslie Shaw o verdaderos artistas sin faltar el respeto o invadir su vida privada

Anexo 5: Entrevista a Maritza Espinoza, experiodista de espectáculos en La República.

(Entrevista realizada en agosto de 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Se entiende tradicionalmente como periodismo lo que reporta todo lo que ocurre en el mundo del entretenimiento, teatro, cine, conciertos y muy especialmente en la televisión que es el espectáculo de masas según todas las estadísticas. En resumen, se trata de una sección o un tipo de periodismo que debería de cubrir todo el mundo artístico, de entretenimiento y de la gente que lo hace como los artistas, los presentadores, etc.

2. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Considero que está mal visto por un sector, porque hay un gran número de público que lo sigue y de hecho ha sobrepasado a lo que sería el periodismo espectáculo tradicional por cuanto complace el morbo a cambio de enterarse de la vida privada de los famosos y las celebridades más allá de los límites. Esto es un fenómeno mundial no es solamente un fenómeno peruano, de hecho, el periodismo de tabloide cómo se le llama en otros países nació Inglaterra donde se supone que es un país muy culto.

3. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Lo que ocurre es que hay una confusión de términos muy grande. Hay periodismo de farándula, aunque es un mal uso del término farándula que viene desde los años 50 y habla de la vida privada de personas famosas sean o no artistas. Pero el periodismo de espectáculos en varios medios todavía se sigue practicando con el concepto tradicional que es el tipo de periodismo que reporta lo que hacen los

artistas, eventualmente se pueden tocar temas de su vida personal o su vida privada porque es algo que le interesa la gente, pero no ha sido siempre lo prioritario. Entonces lo que tenemos son dos tendencias, una que es el periodismo de espectáculos como tal y la otra tendencia que es lo que ahora se llama periodismo de farándula que está más centrada en la vida privada de la gente.

4. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Hay viene otra confusión de términos porque el *reality show* nace como un género periodístico que luego fue deformándose a un espectáculo en el que salían determinadas personas que no necesariamente eran famosas a contar cosas personales y se generaba mucha violencia como en el show de Laura Bozzo. Cuando aparece el fenómeno que se llamó el gran hermano hace más de 20 años el *reality* pasó a ser otro tipo de programa y ya no era el *reality show* entendido como en el que se conversaba y se mostraba la vida real de gente real, sino como espectáculos donde ponían a jóvenes a que convivieran en determinadas fases.

Ahí fueron haciendo los diferentes tipos de *reality* hasta que nuestro país se centró más en los temas de concurso donde aparecen los jovencitos musculosos y las niñas curvilíneas para competir y hablar de su vida privada. Entonces desde que a un medio se le da por tocar la vida privada de ellos cómo generador de titulares todo esto se convierte en generador de noticias y si lo son especialmente para los medios que se dedican a esto, sea televisivo, radial o prensa escrita porque de hecho esas personas se convierten en celebridades a diferencia de antes cuando un artista ya era una celebridad de la que el periodismo espectáculo se ocupaba, estos muchachos se convierten en celebridades a partir de lo que hacen en el *reality*

show. En conclusión, lo que hacen en su vida se convierte en un generador de noticias.

5. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Lo que pasa es que en cualquier medio televisión, radio o prensa escrita hay un mando periodístico y un mando administrativo, entonces los periodistas están de alguna manera supeditados al mando periodístico. En la televisión peruana llega un momento en el que se produce una invasión de espacio y los gerentes empiezan a meterse, a meter contenido y todo se empieza a medir a partir de lo que te da eso como audiencia porque se supone que el periodista no debería de preocuparse de la audiencia. Entonces el periodista está a merced de lo que su jefe le pida y su jefe ya no es el director periodístico sino la gerencia y ahí viene el gran problema. Estos temas de la farándula y de la vida privada se tocan porque eso lo exige la gerencia para tener mayor audiencia.

6. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Se supone que el periodismo de espectáculos tendría que hablar de espectáculos y rescatar, destacar y difundir lo que se hace en los espectáculos en el Perú en todos los ámbitos, desde el folclor hasta las artes clásicas como la danza o el ballet, pero no ocurre u ocurre en espacios muy reducidos. Creo que en este tiempo el periodismo de espectáculos tradicional está en proceso de extinción porque a los medios no les significa audiencia, lectoría o rating. Desgraciadamente el periodismo de farándula que hurga en la privacidad de la gente ha ganado un espacio enorme para el negocio periodístico, de hecho, en algunos medios es la sección que más vende y la que más atención causa.

7. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

No, nunca. Tal vez porque yo me desarrollé en un medio donde todavía había más espacio para las elecciones personales del periodista, ahora lo veo muy difícil con los jóvenes porque les exigen y ellos hacen lo que sea para conseguirlo. En la época en la que yo me desarrollé el periodista lo único que tenía que hacer era desarrollarse en la sección en la que se encontraba o incluso ampliar su campo y mi único deber era la búsqueda de la noticia y de la verdad fuera en el espacio que fuera y además tuve la gran suerte que desde muy joven pude hacer periodismo de opinión.

8. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

Por supuesto y se hace a cada rato. Hay una especie de elenco estable de personajes que circulan por todos los medios hablando determinadas cosas y que lindan con el escándalo, muchos de ellos incluso después de mostrar su supuesta vida privada agradecen auspicios. Es evidente que son montajes teatralizados al estilo de los *reality shows* tradicionales, aparece un artista y sabe qué cosa escandalosa tiene que decir, pero antes de eso tiene un contrato verbal por el que se le paga algo. Desgraciadamente vivimos en un país en el que hay artistas y esto lo digo en el sentido más generoso posible porque ellos ni siquiera son artistas de ninguna manera, yo creo que hay una especie de complicidad con el público también porque saben que todo eso es mentira y lo consumen.

9. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Claro. Centrémonos el tema en la televisión porque la prensa escrita tiene otras normas que son más bien de rebote de lo que ocurre en la televisión, entonces en

la televisión hay periodistas que se centran en este tipo de contenidos y evidentemente tratándose de contenidos que no siempre están a la mano o titulares de gente que no siempre está dispuesta a hablar, tienen un elenco a parte al que siempre van moviendo. Si se trata de alguien que va a dar mucho rating incluso pueden pagarle, pero en general para que esta gente muestre su vida privada y se generen titulares el pago que le da la televisión es la exposición y de esa exposición el personaje saca por ejemplo contratos para trabajar en provincia. Recuerdo que había un personaje que era novio de una vedette y él contaba su vida privada porque así en provincia lo contrataban para animar eventos, quinceañeros, fiestas patronales y tenía un ingreso grande de dinero.

10. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

Por parte de la televisión para generar rating y por parte del elenco encargado de ventilar su vida privada para hacerse conocidos.

Anexo 6: Entrevista a Juan Padilla, periodista de espectáculos del diario Ojo, Correo y Radio RPP.

(Entrevista realizada en agosto de 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Bueno, el periodismo de espectáculos como otros géneros periodísticos es el que informa, el que cuenta, el que desarrolla también noticias relacionadas al mundo artístico, eso es en principio lo que yo siento lo que tiene que tener el periodismo espectáculo, es el periodismo que entrevista artistas, que puede dar una buena crónica, una buena nota relacionada al mundo artístico y ¿Quiénes son los del mundo artístico? Todos los que destacan en la música en la actuación y el arte. También está emparentada en la cultura porque la cultura popular también se tiene que desarrollar como parte del espectáculo, entonces para mí es siempre representado eso el periodismo de espectáculo, ¿no? el informar ya sea en la prensa escrita o en la radio o en la televisión sobre los artistas, los personajes que sacan en diferentes rubros del espectáculo, de la industria del entretenimiento, como te decía la música, el teatro y la televisión.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

En los últimos tiempos, creo que desde la aparición de los programas de televisión de espectáculos con fuerza como el de Magaly y otros se ha confundido al mundo del espectáculo que usualmente los medios impresos cubrían y daban a conocer con ciertos límites que dar la posibilidad de entrar a la vida privada de la gente y de los excesos. Esta aparición del periodismo de espectáculo en la televisión dio la posibilidad también de que aparezca gente que no tenían nada que ver con el arte y se le decía farándula. Creo que ha venido a menospreciar un poco en los

últimos tiempos el periodismo de espectáculos. Algunos otros programas como amor, amor, amor, también empezaron a presentar figuras que no eran precisamente artistas y ya en los últimos tiempos las redes sociales también. Se comenzaron a cubrir y subir notas de cualquier *influencer* en Instagram, de cualquier persona que le comento, que le dio un *like* a otro genera noticia, entonces que, si bien empezó a malograrse con la aparición de figuras que no eran artistas en los programas de espectáculos ya con las redes el termino de farándula popularizó todo el periodismo de espectáculo ya con gente que no tiene ningún mérito de nada. O sea, gente que porque tiene no sé cuántos seguidores ya es importante.

3. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Si. yo creo que también es parte de los nuevos tiempos, yo empecé con otro tipo de personajes, con otro tipo de contenidos y había un poco más de respeto, pero también los tiempos han ido cambiando creo que la gente que lo consume también quiere eso. Es como cuando tú le das cultura y la gente exige programas culturales y quiere la programación documental y cuando les das, eso no ve nadie y ven los programas que realmente critican. Entonces yo pienso que en estos últimos tiempos como que la gente ha menospreciado el periodismo de espectáculos y considero que el periodismo de espectáculos es uno de los que la gente más consume, son las páginas más leídas. Y los programas de televisión, en últimos años lamentablemente si hay poca seriedad de estos tipos de programas que son muy masivos al elegir a los personajes, de cubrir noticias cuando se puede hacer un programa espectáculos describiendo bien una entrevista, haciendo una buena crónica de concierto o también haciendo tus notas picantes e interesantes y

sabrosos sobre la gente que quiere, no con quién se casó, con quién está de novio, se puede hacer también, pero con ciertos límites y ponerte más o menos los límites hasta dónde quieres ir. Yo hago periodismo de espectáculos en Radio RPP Y eso me da la posibilidad de entrevistar a mucha gente. Y con el estilo que tengo y con la forma coloquial de entrevistarlos la me identifica, entonces sé que se puede hacer programas espectáculos divertidos, simpático, pícaro y graciosos sin caer en los excesos de los otros programas que han venido un poco a bajar el nivel de lo que era antes. Entonces, por eso quizás por todo este tipo de fenómeno la gente ahora dice: Ay espectáculo, ay farándula.

4. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Si, en los últimos tiempos sí. Porque son unos de los programas más vistos. Por ejemplo, Esto es Guerra está como uno de los programas más vistos de lunes a viernes, entonces ahí la gente joven y no solamente gente joven, sino también hay mucha gente mayor que ve los *reality*. Y las páginas de espectáculos, yendo al estilo de básicamente los populares porque yo manejo Correo y Ojo que son dos distintos. En Ojo siempre van a ver algunas noticias por ejemplo de Michelle Soifer, de Angie Arizaga y Nicola Porcella porque a la gente le gusta y en los últimos tiempos son las figuras más populares como antes de pronto eran las figuras de las telenovelas las estrellas de música y no solo la generan en la prensa escrita tradicional sino también en la web. Creo que son las vistas, los clicks y todo lo que es la gente que entra a leer las noticias en la web la generan ellos, es como si yo considero que son las nuevas estrellas de la televisión y cómo son las

nuevas estrellas de televisión provoca el interés y generar noticias. Yo estoy convencido de que sí.

5. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Es que hay de todo, como el periodismo espectáculo que hace La República, El Comercio u otros diarios como Correo que no publican las noticias como para el público que lee el Trome u Ojo. Yo por ejemplo en Correo nunca pongo nada de “chicos *reality*” en cambio en Ojo tengo que estar poniendo las cosas que dicen o lo que están haciendo. Como te digo que hago los dos estilos, en el primero de espectáculos popular pones otras cosas no necesariamente solamente eso. Hay espacio y que se hagan las notas serias, pero también hay otros personajes igual de populares y también no solamente programas o qué sé yo las cantantes como ahora está de moda Yahaira Plasencia, Daniela Darcourt, Alondra García Miró porque está relacionada con un futbolista. Cada personaje de farándula tiene también su momento, no necesariamente es malo tocarlo y tampoco solamente tocan a ellos. Yo creo que hay de todo. No creo que incumpla nada porque finalmente los periodistas y dónde están tienen que ceñirse al público y a lo que requieren. Porque tú vas a poder decir: Ay, no, yo no quiero hacer eso. Yo quiero hacer la nota a Alberto Isola, por ejemplo, ¿no? Ay, pero Alberto Isola para quién vende, ¿no? Entonces también uno tiene que adecuarse al trabajo que estás teniendo y el medio que tienes para que tú puedas escribir sobre los programas que tú público quiere. Por ahí es válido y no creo que incumplan su oficio, su profesión cuando tienen que hacer nota sobre ellos, porque el público al que va dirigido su periódico popular lo necesita, ahí creo que no cuadraría eso. O sea, el

periodista trata de cumplirlo con lo que el público también quiere y con lo que también sus jefes piden, con la línea del medio. Piden que se llame a esta, llama fulanita, llama la Baigorria porque está con fulanito, porque Michelle Soifer ha bajado de peso, que Angie Arizaga está con Jota Benz. Entonces te van a decir y tú tienes que hacerlo no es porque estás haciendo mal tu trabajo, si no estás haciendo el trabajo que están diciendo que hagas.

6. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

Sí, claro. Eso sucede más en la televisión, cuando se ponen de acuerdo con los protagonistas para hacer una noticia de romance de esas cosas, pero se nota, no sé si será por el oficio, pero uno se va dando cuenta cuando la noticia es armada. Se puede hacer eso, para mí no es válido porque rompe todos los conceptos que uno tiene con el periodismo qué es escribir sobre un hecho verídico y llegar hasta el fondo, llegar a la verdad, la reacción de las partes, el objetivo. Todo lo que corresponde a dar una noticia, escribir una noticia y si tú la vas a construir la vas a inventar y estas yendo contra tu propia ética y con contra todos los principios del periodismo. Quizás eso más pasa en la televisión porque en la televisión es más show, busca más el impacto, que la gente esté pendiente del programa, es como los que arman, por ejemplo, también estos programas en los reality hay evidentemente romances que se generan, pero también hay otros que son armados y por eso terminan.

7. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

La finalidad es básicamente la audiencia. Si los *reality* no tuvieran estos romances el rating bajaría. Si no, no se pelearía Rosángela con los demás, si fulanito no fuera el picón. Todo está marcado por los productores.

8. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Si, cuando tú tienes mucha confianza con alguien. Y tu ética y tus valores los olvidas un poco porque lo ideal sería que uno no tenga amigos, aunque es bien difícil no tener amigos en un medio, los periodistas deportivos tienen amigos futbolistas los policiales tienen amigos a generales que le dan los datos, los de política tienen amigos políticos, igual los de espectáculos también tenemos amigos por el medio y a veces es un poco complicado porque no puede, sabes escribir una columna o una crítica porque es tu amigo, un poquito que te... Pero también podría ser que al contrario esa persona se vuelve como una fuente para hablar. “Ah, sí, claro, porque a ti te hago una declaración que no le ha dado otra” porque te tiene una cercanía o te tienen cierto respeto, te tiene una especie de cariño.

9. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

A ver, yo he trabajado en prensa toda mi vida. En el Grupo RPP hace 11 años y siempre he tenido jefes y directores que me han permitido trabajar con seriedad, libertad y también en ese sentido he sido consecuente del estilo y del medio para construir mis notas. Y del periódico con el que he estado para armar mis notas y

mis entrevistas al estilo de Ojo. En este caso llevo más años en Correo, pero no he tenido que ir en contra de mis principios porque he sabido identificar los dos estilos de periódicos en los que me dirijo. Y en los dos, lo principal es ser honesto. Porque si bien por decirte en Ojo tengo personajes distintos a Correo y una forma de contar distinta, eso no quiere decir que yo mienta, que yo exageré o que yo inventé, nunca he inventado, nunca he ido en contra de mis principios, simplemente para que el periódico esté contento y en Correo peor no, que entre comillas tiene un estilo un poquito más serio. No me han exigido que mienta no me han exigido que invente porque a veces hay periodistas antiguos que no les importaba inventar entrevistas o notas. Yo cuando empecé hace 30 años que tenía 21 años veía señores antiguos en esa época que de verdad inventaban, o sea, como no encontraban a la persona, me imagino, porque no había celulares ni nada y tenían que ubicar a alguien y no lo ubicaba no le quedaba de otra, pero ahora ya no se puede, pues tampoco porque con un clic en internet se dan cuenta si inventaste o no, si copiaste algo, pero en general volviendo al tema no sea yo nunca he ido en contra de mis principios, nunca me han exigido que haga cosas en las que no he estado de acuerdo.

10. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Fuera de las funciones que hay hoy en día, ¿cuál es la función principal? Yo creo que un periodista en general sea en cualquier género y en el espectáculo es también siempre actuar con la verdad, no lo que vas a escribir sobre un personaje tiene que estar algo cierto, no, no vas a inventar. Tienes que tener una fuente fidedigna, cuándo vas a tu fuente para que te dé algún dato si vas a hacer una entrevista, que sea una entrevista donde tú tengas bien planteado tus temas, tus preguntas, que es

lo que quieres decir también. Si tienes un dato si tienes una información siempre tener las dos partes de la historia no solamente una. Yo creo que esto es para todo tipo de periodismo de género periodístico, ser honesto siempre con la verdad, tratar de escribir bien, dar las dos versiones, corroborar la información, no soltarla, sino más ser ético si te dicen cómo se dice *off the record* y tú respetas, no decirlo. Y lo que no puedes probar, no lo escribas, porque te vas a meter en problemas. Y en este caso, en el mundo del espectáculo en el mundo de la política, uno sabe muchas cosas de mucha gente, pero tampoco te vas a meter a escribir si no lo puedes probar.

Anexo 7: Entrevista a Marisol Maita, periodista de espectáculos en el diario Ojo.

(Entrevista realizada en agosto 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Bueno, el tema de espectáculos abarca muchas cosas porque mucha gente minimiza que no es un periodismo informativo, que no hacemos investigación, lo ven un poco frívolo y no es tanto así, hay que investigar hay que ahondar más porque nos llega un montón de información. Para mí, espectáculos no solo es la farándula si no también contar historias, contar por qué, como una persona llegó a ser una gran artista, porque todos los artistas que tienen un gran nombre se han hecho de a pocos y también han sido bastante humildes, pero bueno ahora gozan de una buena situación económica. Para mí, espectáculos engloba muchas cosas no solamente frivolidad como lo dicen, hay de todo un poco, hay que conocerlo poco a poco, mucha gente minimiza ¡Ay no el periodismo espectáculo no es igual que política!, no, cada uno cumple su labor que es informar, nosotros informamos lo que el público pide y el tema está en que espectáculo está jalando mucho al nivel de la web, ahora yo estoy en la web y ponemos una noticia por ejemplo a una Yaharia o una Daniela Darcourt diciendo algo o comentando o de repente posando en una foto y jala más de 10 000 *likes* y también es compartida, cuando es una transmisión en vivo es igual, creo que no deberían de minimizar el tema de espectáculos porque también engloba información, entretenimiento tienen que diferenciar un poco eso.

2. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Lo que pasa es que a raíz de que Magaly Medina se dio a conocer a través de los “ampays” creían que todos eran iguales que Magaly. Muchos hacemos prensa

escrita, en mi caso he hecho muchos años prensa escrita, ahora en la web y cada área es distinta, ahora sí es cierto también los mismos artistas en algún momento dicen que no van a hablar de su vida privada y generan de que uno hablen de ellos, es cierto hablamos de repente de su vida privada porque ellos también dan pie a conversar cosas de otros temas, no da pie a que tu llegues a preguntar de cosas privadas sin que ellos te quieran llegar a contar parte de, pero el tema de espectáculos ha cambiado mucho, por ejemplo los antiguos periodistas informaban sobre el tema de una obra de teatro y te centrabas netamente en esa obra de teatro, si en esa obra de teatro estaba Lucho Cáceres le preguntamos sobre Magaly sabemos que él va a hablar mal de Magaly y muy aparte colocamos la parte de la obra, ósea un par de líneas cuando antes se informaba netamente con respecto al tema central que era netamente la obra de teatro o de repente algo que vayan a promocionar, pero también es el mismo público que pide, estamos en otros tiempos, están las redes sociales, está Facebook, Twitter e Instagram que es más juvenil, ahora todos han dejado un poco el Facebook, porque están en Instagram. Si han cambiado algunas cosas para bien otras para mal, pero todos van evolucionando, ahora todo puede que se deje atrás y sea digital como ahora se está haciendo con las clases virtuales.

3. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Bueno, ahora si ha habido un problema en el caso de que por ejemplo ahora tenemos que buscar la información a través de las redes sociales, antes no había redes sociales y era más difícil conseguir información, tenías que buscar, ir a la calle a buscar, ahora tú entras a Facebook, Instagram o Twitter y el artista comenta algo y ya es una noticia. Ahora las cosas han cambiado, antes costaba más conseguir la información, pero también pasa que el tema está en que cualquier

persona, se puede decir cualquier cosa en las redes sociales y la hacen noticia y hay que verificar antes de lanzarlo. Hay muchos artistas que se han equivocado y le han dado el pésame a alguien pensando de que hay una noticia de que esta en las redes sociales y no era verdad, entonces hay cosas que para bien funcionaron las redes sociales, pero también hay cosas que todavía no se solucionan, la gente tiene que aprender a utilizar las redes sociales porque hay gente que se deja guiar todo por lo que dicen en Instagram o Facebook.

4. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Lo que pasa es que si hay noticias que se pueden rescatar, pero eso depende de cada medio de comunicación, por ejemplo, he visto noticias sonsas por llamarlo de esa manera que yo no haría una nota para la web, pero lo hacen y la gente les gusta, en Facebook critican “estudió 5 años para seguir la noticia de este tipo”.

Hay noticias que me pueden generar para la web, no exactamente para un diario, aunque si es para diario y está desfasado ahí que darle vuelta y conseguir la declaración del artista del porque paso eso.

5. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Eso también sucede porque nosotros estamos bajo una empresa y si la empresa pide ciertas noticias y la gente pide ciertas noticias hay que darles esas noticias, pero también tenemos la secciones que se dividen por entrevistas, en diario Ojo por ejemplo tenemos una sección del personaje de la semana y hablamos que más hay detrás de esa figura y no hablamos nada escandaloso ni nada por el estilo, la historia de vida, eso iba para un fin de semana, pero diariamente que pasa, que sucede si yo informo por todo plano, todo informativo, nada de escándalo mi

competencia por ejemplo Trome o El Popular están informando y el director me dice: ¿Qué paso acá? ¿Por qué no hay estas noticias?, estamos en el día a día y lamentablemente cosas que salen en televisión y en las redes sociales tenemos que estar pendientes de eso, el cable, tenemos que estar informados de todo, no podemos cerrar los ojos y decir que no queremos informar, tal vez el target de La República que informan netamente de artistas de Hollywood o algunos personajes de cine o teatro, porque es su línea pero lamentablemente los otros diarios compiten y ahora con este tema de la pandemia tenemos que informar y buscar la información de las redes sociales, también eso llama a los artistas, están las video llamadas, entonces hay que ver la manera de cómo darle al público de todo un poco. También ha pasado que el público está en transmisión en vivo, que estaba entrevistando a una criolla y tenía cuanto, 80 personas y sucede ¿No están reclamando que no querían ver a Yahaira o Melissa Klug?, y tenía como 2000 conectados, pero estaban criticando porque hacíamos esa conexión, pero seguían conectados, entonces ahí hay una doble moral, el público quiere y a la vez no, critica y a la vez está ahí conectado y nadie lo obliga, puedes desconectar desde las redes y no ver esta transmisión, pero está ahí criticando, siguen hablando pese a estar lastimando que esta exhibida siendo doble moral también.

6. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Entretener, informar, dar a conocer a personajes no necesariamente mediáticos porque mucha gente puede tener una rica historia que contar y lo damos, lo hacemos, pero el público es el que cambia los objetivos, por ejemplo queremos presentarle de una manera distinta las noticias pero vemos las mediciones que todo medio de comunicación tiene, si el público dice que quiere esto tenemos que darle esto aunque nuestro fin es entretener, informar, distraer un poquito de toda la

coyuntura política o los acontecimientos que están pasando ahorita por la pandemia, entonces queremos entretener que es nuestro fin, la gente dice que también tenemos que educar pero para eso está las universidades, colegios, están otros organismos que cumplen esa función. Nosotros damos entretenimiento, para eso hay diferentes áreas políticas, economía, por eso a veces creo que el público juzga y minimiza el tema de espectáculos, yo estoy desde el año 1999 en espectáculos, hice un poco de local, pero me gusto, hay momentos en que me canso porque era lo mismo, y me di cuenta que podía hacer otro tipo de historias, contar el detrás de ese artista, pero sabíamos que día podemos hacerlo es el público que elige.

7. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

He estado trabajando con gente que no me ha obligado a hacer ciertos tipos de cosas, yo he tenido mis límites sobre qué cosas hacer y no, por ejemplo, el director, jefe de informaciones, jefe de espectáculos y ellos nos dicen hasta qué punto podemos llegar y hay cosas que tal vez dice que no hacer porque la línea no va por ahí, por ejemplo, no damos noticia de suicidios eso es algo que ellos han decidido, ni para escrita ni para web porque no va con la línea del diario. Hasta el momento no me he sentido obligada a hacer eso tipos de cosas.

8. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

El tema de armar viene del término *armani* de los romances armani que había en el *reality show* y ellos mismo lo admitían, ósea ellos decían generador noticias para estar en bloque porque tenían rating querían estar a la expectativa que el público siga porque necesitan de la prensa, aunque ellos digan ¡No necesito la prensa! Ambos nos necesitamos, entonces en televisión se puede hacer, lo he

hecho en algún momento en Magaly o en otros programas de televisión también lo han hecho, se han puesto de acuerdo el mismo personaje quiere prensa y les dice a las cámaras: Voy a ir a tal lugar porque me ha citado tal persona, atentos con sus cámaras. Pero no necesariamente desde un canal o un programa de televisión, también es el mismo artista que quiere generar noticias y quiere y necesita estar en bocas porque necesita facturar, ganar dinero, ganar fama porque de repente no le pagan en el canal y les dan el famoso premio y ya otras empresas los buscan y ganan un pequeño nombre.

9. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Sí, es muy notorio los lazos que tienen para poder llegar a facturar y poder lograr ser primera plana en los diarios.

10. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

Cuando no tienes material, cuando son de temas difícil pero de repente no hay, ósea siempre voy a decir que lo que empezó tiene buen rating, porque todo se genera por el tema del rating se siente presionados por el rating tienen que buscar, por más que quieran informar de un artista ven al día a día, minuto a minuto, en la televisión cambian las cosas de repente están dando tribuna a personajes de gran renombre se le está cayendo el rating, cortan la entrevista y pasan noticias de Yahaira y suben y revientan, todo pasa de acuerdo al tema de rating. Se presta, el espectáculo es una selva y el más fuerte sobrevive y ellos tienen que generar su propia información, buscar cómo hacerlo, saben que personaje es vendible cual le genera más números a ellos es igual en redes, sabemos que personaje es mediático, Yahaira, Melissa Klug, Viviana Rivasplata, en su momento Gisella, ella siempre

es noticia nos guste o no, Magaly, Laura Bozzo, sabemos que personaje vende o no vende, eso lo dejamos para el fin de semana, otro tipo de entrevistas, el público quiere un chismecito, quiere algo, por eso hay doble moral ¿porque dice quiero cultura y porque canal 7 tiene poco rating? ¿porque tiene 2, 3 puntos si tanto quieren cultura?, ¿porque los programas de show tienen tanto rating?, la gente les gusta, los ve, si no tuvieran rating no estarían al aire, no hubieran vuelto, paso lo mismo con al fondo hay sitio, así es la vida, mil oficios.

Anexo 8: Entrevista a Estefany Barrientos, periodista de espectáculos en el diario La República.

(Entrevista realizada en agosto 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Para mí el periodismo de espectáculos es muy amplio, tiene que buscar noticias relacionadas a hechos que tengan que ver con lo artístico, la música, la danza, el teatro, el cine, la televisión, en plataforma para mí eso es el para el periodismo de espectáculo. Y también las figuras que se involucran, actores, directores o modelos que después fueron actrices, de repente gente que en el camino se formó, hay mucha gente que empezó de repente como modelo o como presentador y que termino siendo actor o actriz de cine con previos estudios con muchos años de trabajo.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

En la actualidad se han priorizado mucho las redes sociales y hay más vistas en cosas de repente en lo que opina tal sobre tal y no en la información realmente relevante, de repente la persona está haciendo una carrera o de repente guionista y ha presentado su primera película, pero se prioriza que en Instagram están rebotando sus fotos desnuda o semidesnuda, por ejemplo.

3. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Sí, claro. Evidentemente como te decía en estos conceptos que a veces pueden estar equivocados o a veces caen en sensacionalismo, quizás los *reality shows* han marcado la pauta. No tanto ahora quizás como hace unos 5 años, pero en nuestro caso en La República no hablamos tanto las figuras mediáticas, siempre le hemos

dado más lugares los artistas, pero hay que reconocer que Combate, por ejemplo era conducido por un actor que ya tenía muchos años de trayectoria cómo es Renzo Schuller y Jean Piero Díaz que no están mal de repente, está mal desde la óptica de quién lo mire quizás, de repente hay chicos que no conocían a Jean Piero y no sabían de la trayectoria de Renzo Schuller y la generación recién los conoce como conductores de esto es guerra. Quizás La República no entrevistaba a los integrantes de Combate o Esto es Guerra, pero si hay en Piero Díaz y Renzo Schuller que también eran parte de un *reality show*.

4. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Lo que pasa es que yo no puedo cuestionar el trabajo de los colegas, porque finalmente es una línea, ¿no? En La República no hacemos ese tipo de periodismo porque no es nuestra línea, nosotros le damos apertura en las denuncias de la violencia de género, proponemos la igualdad el discurso de LGTB y a todas esas cosas que pueden estar en cualquier personaje y puede tener algo que decir, temas de coyuntura, los artistas que entrevistamos también hablan de temas de coyuntura son artistas que aportan mucho a la sociedad, pero otros medios tal vez no sean su línea y no tienen por qué hablar de eso. Tendríamos que retroceder a los 90 y saber, porque exactamente pasó eso y porque la gente consume esto. También no tendríamos que preguntar porque Magaly sigue teniendo sintonía, si la televisión marca una pauta quizás los medios con los que ellos están ligados, los medios más populares hacen el rebote con Magaly Medina porque tienen ese público y los periodistas trabajan para ese medio y es lo que les marcan la pauta. Es lo que su público consume que no necesariamente es lo mismo que le en la web del *New York Times*, Depende muchísimo de la línea editorial.

Lo que sí creo es que todos desde nuestro lugar podemos hacer algo más, todos incluidos La República.

5. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

No lo sé, yo nunca he estado cerca de eso no hacemos ese tipo de notas. No, ni siquiera jamás no podría confirmar eso, pero en todo caso, como te digo el rebote más con la prensa televisiva.

6. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

Escribí mis primeros artículos en La República en el 2011 y hasta la fecha puedo estar orgullosa de haber hecho lo que quería, como te decía que entrevistés a Mathías Brivio no quiere decir que solo hablaras de rating en su mejor momento de Esto es Guerra, ¿no? Mathías Brivio había sido periodista entonces yo podía hablar de muchas cosas y hacer un análisis sobre la televisión y eso también es hacer periodismo espectáculo porque él también tenía que hacerse responsable como conductor de algunas cosas. Y también quizás dar su opinión de porque seguía conduciendo un programa así. También creo que hemos hablado de actrices y figuras que han buscado de repente el *reality* como una plataforma. Leslie Shaw fue anfitriona desde jovencita y en una entrevista con La República dijo textual que ella estuvo en Esto es guerra solo porque necesitaba ingresos para seguir su carrera en la música y mira en lo que se ha convertido ahora. Entonces no necesariamente tendría que ser malo si no desde la óptica en que lo mires. Andrea Luna es una gran actriz ahora y he estado en muchas obras de teatro, nosotras también le entrevistamos, no por ser parte de Esto es Guerra sino porque era una actriz en ascenso que hacía obras de teatro y a ella le costó. Ella nos decía en la entrevista lo que le costó salir de esa idea de que la habían encasillado en que era

modelo y noticias con *reality* pero le costó que realmente la vean como una actriz y una actriz sería que estaba construyendo una carrera y he hecho muy buenas obras de teatro.

7. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Quizás para que por ahí saquen alguna nota relacionado con ellos o quieren mejor posición de la prensa. Nosotros no lo hemos hecho y tampoco lo he escuchado, no podría asegurarte eso.

8. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

Creo que esto para los chicos *reality* es un negocio, ¿no? Lo digo a nivel personal, creo que para ellos es un negocio y no está mal, ellos no han hecho una carrera en la actuación, no han seguido talleres con Roberto Ángeles con Isola, no tienen una carrera como artista formada. Ellos no tienen por qué responder a nivel artístico, eso es lo que me refiero. No estoy criticándolos, ellos están haciendo negocios y no está mal que sea un negocio por eso no se les puede poner al mismo podio.

Anexo 9: Entrevista a Ernesto Jerardo Zegarra, experiodista de espectáculos en el diario El Popular.

(Entrevista realizada en agosto 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

El periodismo de espectáculos de un tiempo a esta parte lamentablemente se ha venido a menos, porque está mal llevado el tema de “periodismo de espectáculos”, ahora es más “periodismo de chismes” eh en la época que yo estado en prensa escrita, destacamos mucho lo que es el artista, la televisión, los programas, bueno que tan bien sin dejar de tocar algunos puntos de que realmente llaman la atención, ya sea alguien que se quiera suicidar o alguien que haya intentado suicidarse o se haya suicidado o algún tema de algún estreno de una obra de teatro o de cine o de televisión, ¿no? Más que nada apoyando lo que es el espectáculo, pero lamentablemente en la actualidad ya no existe ese periodismo de espectáculos, ahora ya lo llaman el periodismo de chisme o de farándula, que realmente, lamentablemente se ha venido a menos el periodismo de espectáculos.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

No hay periodismo de espectáculos lamentablemente a raíz que prevalece más un escándalo de los chicos *reality* o de gente opinóloga que dicen ser artistas y tu agarras y dices: ¿Qué hacen para aportar en el espectáculo que hace de bueno, lamentablemente no hay periodismo de espectáculo? Lamentablemente no hay el periodismo de espectáculos como te vuelvo a repetir, el periodismo de espectáculos de la época de los 90, en esa época no había lo que hay ahora, las redes sociales, el internet, el Instagram, entonces ahora todo lo resuelven así. Entonces en la época de los 90 era salir a la calle, no contábamos con celulares,

no teníamos las redes sociales, entonces era un poquito más laborioso el trabajo del periodista de espectáculos, ahí si lo llamaría, en los 90 existía el periodismo de espectáculos, pero a raíz de eso aparecieron los programas como Combate, Esto es Guerra entre otros *reality* que se fue formando, porque fue parte de una televisión que apostaban y que veían que les daba resultados, como alguna vez lo fue los cómicos ambulantes o los *reality shows*, porque todo se maneja con eso, pero como todo tiene un principio pues también tiene todo un final.

3. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Dependiendo del enfoque que le den, o sea en algún momento el programa de Laura Bozo, con Laura en América, fue un tema de espectáculos porque se vio, un poco la vamos a decir denigrar a la gente, el hecho de la meracila en televisión o cosas por el estilo provoca un rechazo a la sociedad, pero le da un tanto contradictoria, hasta decir hipócrita, porque dicen: Oye pero cómo es posible que den estos programas y ellos son los primeros en prender el televisor a esa hora, para ver los *reality*, pero sí en cierta forma el *reality show*, también en algún momento ha vivido sus cosas buenas no, porque por ejemplo en la época de Laura Bozo en América, había los especiales de los sábados y Laura Bozo tenía especial, porque salía con Celia Cruz, no me acuerdo que otros artistas, pero tenían uno segmentos que situaban el tema un poco de top show, igual lo hacía Mónica Ceballos también, Jorge Henderson, Mónica Chan, bueno eso fue parte del *reality* que ellos hacían.

4. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

No, no tanto así, no tanto otro medio de comunicación; diría yo algunos artistas, algunos artistas sí porque lo que pasa es que yo el mayor tiempo que yo he trabajado en prensa escrita ha sido en el diario El Popular, donde está estuve 10 años de mi vida, 10 años de carrera, entonces; El Popular te permitía agarrar una noticia y lanzarla sin confirmarlo, pero tenías que tener una base, o sea a mí me cuentan algo, peor hasta el mismo artista era mi cómplice. Me decía: Ernesto yo te cuento algo, pero tu pon como que te enteraste por ahí. Entonces yo lanzaba y el artista se hacía el sorprendido y decía de dónde salió eso o por terceras personas o la fuente que me decía: No Ernesto, esto es cierto, lánzate, lánzate! y me lanzaba y me creaba ciertos impases con algunos artistas, porque yo le digo: Bueno si no es verdad demuéstremelo, o sea muy desafiante a mi edad y le decía eso no, demuéstreme que no es verdad, acá tengo yo, a mí me han contado de buena fuente no te puedo decir mi fuente y a mí lo que me daba risa es que a veces yo lanzaba un rumor y a los pocos meses se confirmaba u otro medio me desmentía no más que nada vendría a ser en relación con tu pregunta no, no tanto dudar de la ética moral o profesional, si no de desmentir a una nota que yo puse pero yo decía: Bueno si me desmienten, que me desmientan, total la verdad va a salir a la luz y eso me ha pasado muchas veces, que yo he lanzado notas, me han desmentido y a las pocas semanas o al tiempo me dieron la razón a mí y eso era un poco que mi nombre se iba un poco en alto, para decir que este periodista se lanza así es porque tiene las buenas fuentes.

5. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Claro, siempre. Como te estaba diciendo hace un rato el tema de una nota y te dicen: Yo te voy a contar, pero no le digas que fui yo o te enteraste por ahí. Entonces te lanzas con toda seguridad, pero yo le digo a mi fuente es a mi jefe o a mi jefa, porque tengo que decirle a alguien que me puedan publicar si no, no me publican la nota y firmada porque si tú lanzas una nota, la culpa va a caer en el editor o en el director entonces no es mía (Ernesto Zegarra) entre paréntesis en negrita esa era mi nota, entonces eso era lo que yo defendía mucho.

6. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

En ese caso, yo llamaba ponte a un artista y si era mi amigo le decía: ¿Oye que novedades? Uy si, mira te cuento que me paso esto o me dicen: ¡Mira lo que me enteré, averigua tú! Entonces la forma de generar noticias es que la idea es que te cuenten algo y el artista; sí el artista te da la noticia, bueno le haces la noticia, pero si el artista te dice te lo conté, pero tú ponlo como creas conveniente, yo nunca te dije nada, era noticia. Porque el riesgo quizás de lanzar una noticia y a ver qué pasa es que te desmientan o te digan es cierto, entonces en ese sentido yo generaba o me enteraba algo y yo no era de “Ah ya, me enteré el chisme y lo público” pues no, primero investigo, averiguo, hablo con gente allegada para llegar a la verdad, eso me paso con un artista que tenía cáncer y lo había negado siempre y todo porque le había arruinado la portada de una revista que le iba a dar la exclusiva, entonces sí es un tema muy delicado el tema del cáncer, entonces yo como le decía a esa persona le dije: Yo tenía a mis padres que murieron de cáncer, entonces yo sé lo que se pasa por eso, pero tú no puedes negar ante una verdad al contrario estamos para ayudarnos, para librarte, para apoyarte, no es un delito que tengas

cáncer le digo, al contrario ya veo que te has salvado, bienvenido sea, bendito sea Dios, pero ese tipo de noticias yo me he lanzado y con portada, no es una llamadita de portada, ni de adentro, si no con portada, o sea yo he hecho portadas en El Popular y portadas que han dado qué hablar.

7. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

La función principal debe informar sobre temas que a la gente le debe interesa, o sea a la gente le tiene que interesar que se va a estrenar una obra de teatro, que se va a estrenar una novela, que se va a estrenar un disco, se va a lanzar un videoclip o un concierto u fracasos de un concierto, porque también hay que decir las cosas como son, entonces el periodista de espectáculos tiene que informar, así fuera que tengas que hablar de gente que son opinólogos también tienes que informar bien, entonces todo se basa a que debes recurrir a las fuentes, siempre tienes que buscar las fuentes, si no tienes a la fuente ahí a la mano esta de mas, o sea no puedes hacer noticia y el periodista tiene que investigar.

8. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Bueno eso de los *reality*, las cosas que salen a hablar y las broncas y que al día siguiente lo publican, eso es parte de un trabajo de rebote que decimos, o sea tú ves la noticia y rebotas publicándolo en tu medio, pero quitando la fuente “lo dijeron en el programa tal” y al día siguiente hablas con la persona involucrada y le dice: ¿Oye que paso? Entonces ya la persona lo dice. Lo que pasa es que Jackeline, hay un tema como te vuelvo a repetir el tema de que ya no se busca la noticia, ahora la noticia te llega a la mano gracias entre comillas al internet, a las redes sociales, entonces ya el periodista de espectáculos ya no sale a la calle a

buscar las noticias, salen porque hay una conferencia de prensa, porque hay una rueda de prensa o porque un artista va a anunciar algo, pero no ya no es una cosa de “oye me he enterado de esto, yo ya hablé con ese artista, voy a la casa de ese artista y que me va a declarar y todo” eso ya se ha perdido la esencia de buscar la noticia.

9. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Ahora sí, porque todo lo que sale de los opinólogos, que dicen una cosa que dicen otra. Estamos en el proceso de que hay que respetar a la mujer y la misma mujer se andan peleando, entonces ya se ha perdido la esencia. Ahora a cualquiera le dicen puta, roba maridos, ladrona o ladrón, o sea acá ya no hay un respeto. Y en la época que te hablo de los noventa, el periodismo no era así, el periodismo era más educado, más este... ¡no conservador! pero si más educado, más respetuoso, ahora lo que tú ves, yo agarro un diario y lo primero que leo es que si la Alejandra Baigorria está con Agustín Palao que no sé qué, que si están o que no están. Bueno yo lo para saber qué cosa es, pero no es una cosa que a mí me interesa y estoy detrás de ella y buscándole la entrevista, ahora lo que te digo en la actualidad el periodista al menos que ya no formamos parte de un diario, en el caso mío que soy independiente y que tengo una página web me puedo dar el lujo de elegir a quien puedo entrevistar y a quien no quiero entrevistar y esas cosas no se pueden hacer cuando estás trabajando para un medio, pero eso también se ha perdido un poco el apoyo al periodista de espectáculos que respeten su posición. Yo la verdad, como alguna vez lo dije si en El Popular se hubieran enterado que yo he ocultado tantas cosas valiosas que quizás para el diario hubiera sido algo vendedor, hace rato ya me hubieran botado del diario.

Anexo 10: Entrevista a Luis Otani, productor de América Espectáculos y “Estás en todas”.

(Entrevista realizada en agosto 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

Bueno, el periodismo espectáculo es informar básicamente, al público las noticias de los artistas, personajes públicos, personajes mediáticos que estén tanto en la televisión, cine o involucrados en el mundo de la música.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Yo creo que hay dos corrientes bien marcadas, uno que es el periodismo, que es un poquito más, no sé cómo llamarlo escandaloso digamos que busca generar polémica y controversia y otro que es un periodismo, que busca entretener y a la vez informar.

3. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Sí, sin duda alguna, bueno, hay ser o estar en televisión, cualquier tipo de *reality* no y los personajes hacerse conocidos este y volverse mediáticos a la gente le interesa saber un poco de lo que hace fuera de la pantalla, ¿no? Y de alguna manera si te generan contenido.

4. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

¡Ah! Sí, sin duda alguna. Yo creo que hay muchos medios que hacen eso, te repito, ¿no? creo. No puedo afirmar con certeza porque no lo he visto pero estoy casi

seguro, que hay muchos medios que arman ampays. Incluso los mismos artistas llaman como para estar en la palestra, digamos, por así decirlo. Yo no hago eso. Yo no hago ese tipo de contenido por un tema ético digamos, pero si estoy seguro que hay por lo menos un par de medios que hacen eso.

5. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

No, felizmente en los canales que he trabajado siempre se ha respetado mi decisión como productor, entonces yo siempre de alguna manera he tenido la última palabra y no se me ha presionado para nada o se me ha dicho deberías de hacer esto o pon esto, arma esto pues una peleíta con tal personaje, no para nada, yo creo que más que del medio depende del productor, (es el que toma la última palabra), el productor o si es que tiene algún director de contenidos también, ósea en mi caso solamente es el productor, pero sé que hay otros programas que tienen productores y el director y ya en ese caso serían de los dos.

6. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Cómo te digo y hago la salvedad a cada rato, porque de verdad yo no hago ese contenido. Sí, creo que en otros programas de televisión hacen eso. Voy a mencionar un caso que a mí personalmente ni el personaje, ni el tema en nada me interesa, pero lo he visto y me parece hasta vergonzoso, no que es la señora a la que le dicen no creo que se llame así, Paloma de la Guaracha que sale mandándole mensajes o exponiendo sus mensajes o llamadas o videos a un personaje de televisión, indudablemente tanto el personaje como el periodista está en están

conectados y coordinados como para hacer este tipo de noticias y lo único que busca es hacer escándalo.

7. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

Además del escándalo, quizás por el rating o para algún beneficio del personaje de la farándula, los personajes que hacen eso por lo general son personajes que no son tan famosos y que quieren a como dé lugar estar en una pantalla de televisión, y tienen la necesidad de figurar entonces ellos lo hacen por la necesidad de figurar y los otros lo hacen por el rating.

8. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Yo creo que hay público para todo, o sea, yo por ejemplo trato de hacer un tipo de contenido. Yo tengo un público que me sigue y siguen los programas que yo hago y esos otros programas también tienen su público. Yo creo que si no hubiera gente que ve ese tipo de contenido, esos programas no tendrían rating.

9. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

Bueno, yo creo que no se puede generalizar, o sea, en la vida no se puede generalizar y en el tema del periodismo de espectáculos tampoco, yo creo que hay periodistas que tratamos de hacer un periodismo limpio y un periodismo lo más objetivo posible, un periodismo que a la vez de informar también trata de divertir a la gente y hay otra gente que la verdad no se preocupa ni por tratar de obtener la verdad. Y cuando hay casos polémicos ni siquiera tratan de buscar todas las aristas posibles de una verdad, solamente se quedan con el lado más escandaloso del

tema. Entonces como te digo, no se puede generalizar, hay tantos periodistas buenos como periodistas malos.

10. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Bueno, ante todo investigar no, porque la gente piensa que el periodismo de espectáculos es solamente poner cualquier cosa, pero el periodismo espectáculo es como cualquier otro periodismo primero tiene que investigar e informarse para informar correctamente.

Anexo 11: Entrevista a Patricia Salinas, periodista de la Revista “Caretas”.

(Entrevista realizada en agosto 2020)

1. ¿Qué es el periodismo de espectáculos, según tu perspectiva?

El periodismo en general es un poco lo mismo, para mí no cambia con respecto a las acciones, entonces cuando te etiquetan si eres periodista de espectáculos o de otra área a mí me hace un poco de ruido. Yo soy periodista y puedo dedicarme a espectáculos, deportes o política y creo que un periodista debería tener la capacidad de poder moverse en todas las secciones. El periodismo de espectáculos es una sección más.

2. ¿Cuál es la situación actual del periodismo de espectáculos?

Bueno, se ha venido a menos porque lo confunden con lo que es periodismo de farándula o mejor dicho farándula porque los que hacen farándula en realidad no hacen periodismo. La gente cree que lo que hacen los programas de chisme o hablar de la vida privada de la gente y es espectáculos, pero es totalmente falso, eso ni es periodismo ni es espectáculos. La tendencia de hacer chisme ha desplazado al espectáculo porque hacer espectáculo en realidad es seguir a los artistas en su carrera, presentar sus obras de teatro.

3. ¿Cuál es la función que debería de cumplir un periodista de espectáculos?

Informar al público acerca de lo que hacen profesional de los artistas, los músicos, los pintores, incluso va más allá de solo los artistas mediáticos, pero en realidad es mucho más amplio.

4. ¿Crees que el periodismo de espectáculos es mal visto por el público?

Sí claro, no sólo por el público sino también por los mismos periodistas. O sea los periodistas se refieren a los periodistas de espectáculos con desprecio, el periodista político te dice: Ay pero tú eres periodista de espectáculos, metete solamente en la farándula. Entonces por eso está venido a menos para el público, para los mismos periodistas y para todos, por qué es la idea que son los “chismositos” que sólo están detrás de las cosas sensacionalistas que no deberían ser noticias.

5. ¿El *reality show* es un generador de noticias para el periodismo de espectáculos?

Actualmente sí. Y no tanto los programas porque sería bueno que hablen de cómo estos se desarrollan, sino que es un generador de noticias en cuanto a los personajes que participan en estos programas que no tiene otro talento que fuerza o músculo porque no son artistas y de repente son los protagonistas de las noticias de espectáculos y por supuesto que son generadores porque los titulares giran hace años en torno a ellos.

6. ¿Crees que los periodistas de espectáculos están incumpliendo su labor por no buscar noticias fuera de los *reality shows*?

No solamente fuera de los *reality*, sino también fuera de lo que es sensacionalismo y cosas que tienen que ver con la vida privada. Los *reality shows* le da el acceso a la vida de estos chicos porque parte del programa hablan de sus romances, las noticias no tienen que ver con la competencia sólo con su vida privada. Entonces ha dejado de ver lo que es la noticia para hacer esto y no solamente con los *reality* sino en general con los programas de chisme.

7. ¿En tu experiencia personal como periodista de espectáculos, alguna vez algún medio de comunicación ha ido en contra de tu ética?

Yo soy de las periodistas que desde que empezó no sabía exactamente que quería, pero sabía que no quería. Entonces cuando a mí me decían que haga algo que no me parecía yo decía que no lo iba a hacer y no me importa si me arriesgaba a que me voten. Siempre les he dicho a las personas que estudian periodismo o cuando me invitan a dar charlas que una de las cosas más importantes que puede tener un periodista es aprender a decir no y no solamente cuando va en contra de tu ética sino cuando sientes que lo que haces no aporta nada, por ejemplo, cuando te piden que te burles de otra persona. Nunca he tenido que hacerlo porque felizmente nunca he tenido miedo a decir que no pero sí me han pedido.

8. ¿Se puede construir una noticia en el periodismo de espectáculos?

Claro, Paloma de la Guaracha es un ejemplo, o sea han inventado ese personaje que es noticia y además me parece que con oscuros objetivos o sea detrás de esas cosas hay más de lo que creemos. La explicación más fácil es que puede haber cortinas de humo, pero a veces puede haber cosas peores que son guerras entre artistas mismos que contratan a una persona para que lo difame, entonces hay una cosa bien lumpenesca.

9. ¿Con qué finalidad se arman noticias?

Yo creo que empieza en un programa con una finalidad específica que es bastante oscura pero los demás lo siguen porque saben que eso vende. O sea, Paloma de la Guaracha se convierte en titulares en un montón de medios y sin saber son tontos útiles de una campaña que ha comenzado alguien que ni siquiera saben quién es,

así fue la época de las cortinas de humo en la época de Montesinos. Montesinos armaba una noticia para un medio y todos los medios lo seguían o sea Montesinos no les pagaba a todos para que saquen la misma noticia, sino que somos tan estúpidos que nos copiamos y como vende la porquería, la cochinita ya está. La televisión lo hace por rating y en prensa escrita por vender más por la famosa frase “eso es lo que vende”.

10. ¿Existe complicidad entre los periodistas de espectáculos y los personajes de farándula para generar noticia?

Claro que sí, es lo que te decía, van específicamente a determinados programas y dicen: Ya vamos a meter a esta mujer a qué declare. Por ejemplo: ¿Tú crees que lo que salió del chat con Andrés Wiese era una chica cualquiera? eso es arregladazo, a ella le han pagado para que lo haga caer.